

**PENGARUH CRM *SERVICE CENTER AUTO* 2000  
PALEMBANG CABANG PLAJU TERHADAP  
PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN**



**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

DESTIANA

20702010033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN  
2024**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul Pengaruh CRM *Service Center Auto2000* Palembang Cabang Plaju Terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan oleh Destiana telah dipertahankan di depan penguji skripsi program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan.


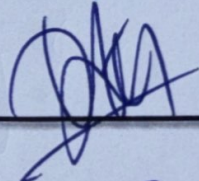
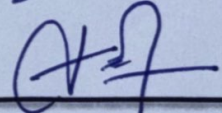
**Ujian dilaksanakan**

**Hari** : Jumat

**Tanggal** : 12 Juli 2024

**Tempat** : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi

**TIM PENGUJI**

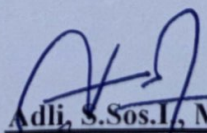
- |  |           |   |
|--|-----------|---|
| 1. Dendi, S.I.Kom., M.I.Kom<br>NIDN 0226019202       | Ketua     |   |
| 2. Intan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom<br>NIDN 0210019203 | Penguji 1 |  |
| 3. Adli, S.Sos.I., M.Sc<br>NIDN 0210039002           | Penguji 2 |  |

Mengetahui,  
**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Sumatera Selatan**



**Agus Srimudin, S.Pd.I., M.I.Kom**  
NIDN 0201088002

Palembang, 12 Juli 2024  
**Ketua**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**

  
**Adli, S.Sos.I., M.Sc**  
NIDN 0210039002

# **PENGARUH CRM SERVICE CENTER AUTO 2000 PALEMBANG CABANG PLAJU TERHADAP PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN**

Destiana  
Universitas Sumatera Selatan  
[destiana725@gmail.com](mailto:destiana725@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Perusahaan kini harus mulai fokus memberikan nilai dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perilaku konsumen yang loyal merupakan kunci keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Tujuan penelitian adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 86 responden berdasarkan data kuantitatif yang dikumpulkan melalui kuesioner dari subjek penelitian. Pengujian dan pengolahan data menggunakan software SPSS 26 dengan bantuan metode regresi dan korelasi sederhana. Hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pada PT. Astra Auto2000 Cabang Plaju Kota Palembang. Diharapkan Auto2000 tetap menjaga dan memperhatikan CRM (*Customer Relationship Management*) sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci: manajemen hubungan pelanggan, loyalitas pelanggan.**

## **ABSTRACT**

*Companies must now start to focus on providing value and increasing customer loyalty. Loyal consumer behavior is the key to a company's success in retaining customers. The aim of the research is to test how much influence Customer Relationship Management (CRM) has on increasing Customer Loyalty. The method used in this research is a quantitative approach with a sample size of 86 respondents based on quantitative data collected through questionnaires from research subjects. Data testing and processing uses SPSS 26 software with the help of simple regression and correlation methods. The results of research and data processing show that CRM has a positive and significant effect on increasing customer loyalty at PT. Astra Auto2000 Plaju Branch, Palembang City. It is hoped that Auto2000 will continue to maintain and pay attention to CRM (Customer Relationship Management) so that it will increase customer loyalty.*

**Key words: Customer Relationship Management, Customer Loyalty.**