

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM)* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI  
APOTEK ZHA ZHA PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

Disusun oleh ;

**MIFTA KHULJANNA**

**21612010091**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN  
PALEMBANG**

**2025**

## **LEMBAR PENGESAHAN**

### **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI APOTEK ZHA ZHA PALEMBANG**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Selatan.

**NAMA : MIFTA KHULJANNA**

**NIM : 21612010091**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan pada :

**Hari : Rabu**

**Tanggal : 23 juli 2025**

Pj. Dekan Falkultas Ekonomi

Universitas Sumatra Selatan



**Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D.**

**NUPTK. 4247755656130133**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Service Quality* terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Zha Zha Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 responden yang merupakan pelanggan Apotek Zha Zha, dipilih menggunakan rumus Lemeshow karena populasi tidak diketahui secara pasti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan oleh penerapan CRM yang belum optimal dan tidak dirasakan secara langsung oleh pelanggan, serta karena hampir 50% responden adalah pelanggan baru yang belum mengalami interaksi jangka panjang dengan apotek. Sebaliknya, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan fasilitas fisik, mampu meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan. Secara simultan, CRM dan *Service Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Customer Relationship Management, Service Quality, Loyalitas Pelanggan, Apotek, Pelanggan Baru

## **ABSTRAC**

*This study aims to analyze the influence of Customer Relationship Management (CRM) and Service Quality on customer loyalty at Zha Zha Pharmacy in Palembang. The research uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The sample consisted of 70 respondents who are customers of Zha Zha Pharmacy, selected using the Lemeshow formula due to the unknown population size. The results indicate that CRM has a negative effect on customer loyalty. This is due to the suboptimal implementation of CRM, which is not yet directly perceived by customers, and the fact that nearly 50% of respondents are new customers who have not experienced long-term interaction with the pharmacy. Conversely, Service Quality has a positive and significant effect on customer loyalty. The quality of service—such as reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical facilities—effectively enhances customer satisfaction and retention. Simultaneously, CRM and Service Quality significantly influence customer loyalty.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, Service Quality, Customer Loyalty, Pharmacy, New Customers*