



PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *BLUEBIRD* DI DKI JAKARTA

Oleh:

Nama: Jeremy Sutiono

NIM: 78200099

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE JAKARTA

2023



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
BLUEBIRD DI DKI JAKARTA**

Diajukan Oleh:

Nama : Jeremy Sutiono

NIM : 78200099

Jakarta, 29 Februari 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA



ABSTRAK

Jeremy Sutiono / 78200099 / 2023 / Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta / Pembimbing: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Bluebird merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di dalam industri transportasi terbesar di Indonesia. *Bluebird* sendiri telah hadir di dalam lingkungan masyarakat Indonesia lebih dari lima puluh tahun dan telah mengikuti perkembangan jaman seperti beradaptasi dengan teknologi dan mampu mengenali apa yang pelanggan butuhkan, dan dikarenakan hadirnya *Bluebird* dengan pelayanan yang prima membuat eksistensi merek *Bluebird* menjadi bagus di dalam penggambarannya di mata publik. Selain itu upaya *Bluebird* dalam aktivitas menjaga hubungan pelanggan juga merupakan suatu hal yang penting. Dengan adanya citra merek *Bluebird* yang sudah bagus dan upaya aktivitas menjaga hubungan dengan pelanggan akan membuat kenaikan dalam loyalitas di dalam komunitas sesuai dengan tujuan perusahaan.

Penelitian ini berlandaskan teori kepada tiga variabel yang digunakan yakni *customer relationship management*, *brand image*, dan loyalitas pelanggan serta penelitian ini memberikan hipotesis awal yang diuji yang terdiri dari hipotesis pertama mengenai pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta secara positif dan signifikan serta hipotesis kedua mengenai pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta secara positif dan signifikan.

Objek yang digunakan di dalam penelitian adalah *Bluebird* dan responden yang dibutuhkan di dalam penelitian ini adalah para responden yang berdomisili di DKI Jakarta dan menggunakan *Bluebird* setidaknya dua kali dimulai pada tahun 2023. Metode penelitian yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier ganda, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis. Alat bantu yang digunakan di dalam penelitian ini adalah SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 27.0

Penelitian ini membawakan hasil bahwa baik *customer relationship management* dan *brand image* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta yang didasari oleh uji statistik t, selain itu pengaruh dari variabel *customer relationship management* dan *brand image* mempengaruhi sebesar 75.9% sementara 24.1% lainnya dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian, berdasarkan pada hasil uji koefisiensi determinasi.

Kesimpulan di dalam penelitian ini adalah bahwa *customer relationship management* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta. *Brand image* juga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta. Saran yang diberikan adalah untuk perusahaan meningkatkan *customer relationship management* serta *brand image* untuk membentuk loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, *Brand Image*, Loyalitas Pelanggan.



ABSTRACT

Jeremy Sutiono / 78200099 / 2023 / *The Influence of Customer Relationship Management and Brand Image on Bluebird Customer Loyalty in DKI Jakarta* / Advisor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Bluebird is one of the largest companies operating in the transportation industry in Indonesia. Bluebird itself has been present in Indonesian society for more than fifty years and has kept up with developments such as adapting to technology and being able to recognize what customers need, and because the presence of Bluebird with excellent service makes the existence of the Bluebird brand good in its image in the eyes of public. Apart from that, Bluebird's efforts in maintaining customer relationships are also important. With Bluebird's good brand image and efforts to maintain relationships with customers, loyalty will increase in the community in line with the company's goals.

This research is based on theory on the three variables used, namely customer relationship management, brand image and customer loyalty and this research provides an initial hypothesis that is tested which consists of the first hypothesis regarding the influence of customer relationship management on Bluebird customer loyalty in DKI Jakarta positively and significantly and The second hypothesis concerns the positive and significant influence of brand image on Bluebird customer loyalty in DKI Jakarta.

The object used in the research is Bluebird and the respondents needed in this research are respondents who live in DKI Jakarta and have used Bluebird at least twice starting in 2023. The research methods used include validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, classical assumption test, as well as hypothesis testing. The tool used in this research is SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 27.0

This research shows the results that both customer relationship management and brand image have a positive and significant influence on Bluebird customer loyalty in DKI Jakarta which is based on the t statistical test, apart from that the influence of the customer relationship management and brand image variables affects 75.9% while 24.1% others are influenced by variables outside the research, based on the results of the coefficient of determination test.

The conclusion in this research is that customer relationship management has a positive and significant effect on Bluebird customer loyalty in DKI Jakarta. Brand image also has a positive and significant influence on Bluebird customer loyalty in DKI Jakarta. The advice given is for companies to improve customer relationship management and brand image to build customer loyalty.

Keywords: Customer Relationship Management, Brand Image, Customer Loyalty.

1. Hak Cipta milik IBIKKG. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan isi dari karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Copyright © 2023 by IBIKKG. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without prior written permission from IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang besar serta Izin-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan karya akhir berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta” dengan tepat waktu. Karya akhir berupa skripsi ini ditulis bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti juga memahami pentingnya bantuan lingkungan sekitar yang mendukung, sehingga skripsi ini telah selesai secara tepat waktu, maka dari itu pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih terhadap semua pihak yang berkontribusi dan mendukung di dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing di dalam menyelesaikan skripsi ini yang telah membantu serta memberikan arahan serta ilmu kepada peneliti dalam penyusunan skripsi.
2. Orang tua dan keluarga peneliti selaku sebagai agen pendukung di dalam lingkup internal, yang telah mendukung dalam waktu serta upaya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Dosen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah berkontribusi dengan memberikan ilmu-ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi dan pengembangan diri peneliti.
4. Rekan-rekan seangkatan di dalam program studi Administrasi Bisnis yang telah membantu dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

5. Diri sendiri, Jeremy Sutiono, yang telah berjuang dan tidak menyerah dalam perkuliahan dan kehidupan serta tetap berjuang hingga pada penyelesaian skripsi ini
6. Para pendukung yang peneliti tidak sebut, yang telah turut ikut andil dalam membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikianlah sampaian peneliti terhadap pihak-pihak yang terlibat, semoga skripsi ini dapat memberikan sebuah manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 22 Januari 2024

Jeremy Sutiono



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Batasan Penelitian.....	10
1.5 Perumusan Masalah	11
1.6 Tujuan Penelitian	11
1.7 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teoritis.....	13
2.1.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	13
2.1.2 <i>Brand Image / Citra Merek</i>	16
2.1.3 <i>Loyalitas Pelanggan</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>customer relationship management</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	28
2.3.2 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	28
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Obyek Penelitian.....	30
3.2 Desain Penelitian	31
3.3 Variabel Penelitian.....	33
3.3.1 <i>Customer relationship management (X1)</i>	33
3.3.2 <i>Brand image (X2)</i>	34
3.3.3 <i>Loyalitas Pelanggan (Y)</i>	35
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Evaluasi Model Instrumen (<i>Outer Model</i>)	39
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	41
3.6.3 Analisis Regresi Linier Ganda	43
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Topik Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Industri Perusahaan	49
4.1.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.3 <i>Customer Relationship Management</i> di dalam <i>Bluebird</i>	52
4.1.4 <i>Brand Image</i> di dalam <i>Bluebird</i>	56
4.2 Hasil Uji Luaran Model	58
4.2.1 Uji Validitas	58
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	59



4.3 Demografi Responden	60
4.4 Analisis Deskriptif	62
4.5 Hasil Uji Hipotesis	67
4.5.1 Persamaan Regresi	67
4.5.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.5.4 Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji Statistik F)	72
4.5.5 Hasil Uji Signifikansi Model (Uji Statistik t)	74
4.6 Hasil Penelitian	76
4.7 Pembahasan	77
4.7.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan ..	77
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	82

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Komparasi Laporan Keuangan <i>Bluebird</i> 2019-2020.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Customer Relationship Management.....	33
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Brand Image.....	35
Tabel 3.3	Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	36
Tabel 3.4	Skala Likert untuk Kuesioner.....	39
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.3	Nilai Rata-Rata Jawaban Variabel Customer Relationship Management.....	63
Tabel 4.4	Nilai Rata-Rata Jawaban Variabel Brand Image.....	64
Tabel 4.5	Nilai Rata-Rata Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan.....	65
Tabel 4.6	Tiga Instrumen dengan Skor Mean Tertinggi.....	67
Tabel 4.7	Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.10	Hasil Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.11	Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji Statistik F).....	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Signifikansi Model (Uji Statistik t).....	74

© Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 25 Armada <i>Bluebird</i> Pertama pada Tahun 1972.....	1
Gambar 1.2 Grafik Marjin EBITDA di Perusahaan Taksi Asia Pasifik.....	2
Gambar 1.3 Trend Pencarian <i>Bluebird</i> Vs Gojek Vs Grab.....	3
Gambar 1.4 Gambar Aplikasi Travel dan Transportasi yang Paling Diminati di App Store.....	4
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Produk Domestik Bruto Industri Transportasi Darat dan Kereta di Indonesia dari Tahun 2014 hingga 2022 (dalam triliun rupiah).....	50
Gambar 4.2 Instagram <i>Bluebird</i> Group.....	52
Gambar 4.3 Aktivitas <i>Bluebird</i> di Instagram.....	53
Gambar 4.4 Giveaway Program <i>Bluebird</i> di Instagram.....	54
Gambar 4.5 Notifikasi Promo dari Aplikasi <i>MyBluebird</i>	55
Gambar 4.6 Paspor Perjalanan Pelanggan dari <i>Bluebird</i>	56
Gambar 4.7 Taksi <i>Bluebird</i>	57
Gambar 4.8 Distribusi Umur Responden.....	60
Gambar 4.9 Distribusi Okupansi Responden.....	61
Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas Data.....	69

Copyright © 2023 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rencana Penelitian Kuesioner	84
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	87
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	106
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	109
Lampiran 5 Hasil Regresi Linier Ganda.....	110
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas	111
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	111
Lampiran 8 Bukti Plagiasi Turnitin	112

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.