

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *BAEGOPA HOUSE OF
HUNGRY* CABANG CANDI MENDUT MALANG**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:
GALUH SULISTYARINI
NIM: 202111052

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
2025

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *BAEGOPA HOUSE OF
HUNGRY* CABANG CANDI MENDUT MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH:
GALUH SULISTYARINI
NIM: 202111052

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Galuh Sulistyarini
NIM : 202111052
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Customer Relationship Managament* (CRM)
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Baegopa House of Hungry* Cabang Candi Mendut Malang

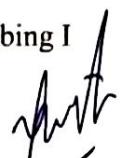
Malang, 11 Juli 2025



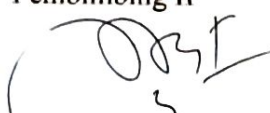
(Galuh Sulistyarini)

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I


J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

Pembimbing II


Dr. Agustinus Indradi, M.Pd.
NIDN. 0704046601

Mengetahui:



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIDN. 0726018502



Ketua Program Studi Manajemen


J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *BAEGOPA HOUSE OF
HUNGRY* CABANG CANDI MENDUT MALANG**

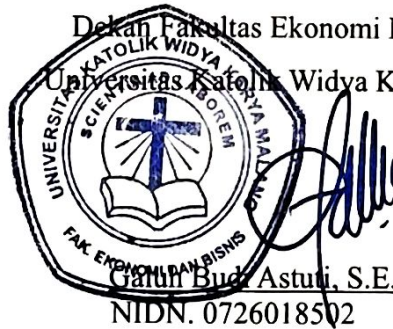
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Galuh Sulistyarini

NIM : 202111052

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 11 Juli 2025 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1).

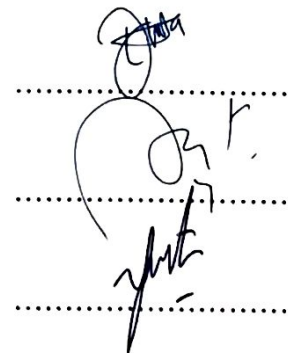
Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang

Galuh Budh Astuti, S.E., M.M.
NIDN. 0726018502

DEWAN PENGUJI

1. Bernadeta Wahyu Astri Pratita, S.Pd., M.M.
NIDN. 0716099202
2. Dr. Agustinus Indradi, M.Pd.
NIDN. 0704046601
3. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

TANDA TANGAN





SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ken Narita Anjati
Jabatan : *General Manager Baegopa House of Hungry Cabang
Candi Mendut Malang*
Alamat : Jl. Terusan Candi Mendut No. 39, Kelurahan
Mojolangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Galuh Sulistyarini
NIM : 202111052
Status : Mahasiswi Universitas Katolik Widya Karya Malang
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah melakukan kegiatan Penelitian Skripsi di *Baegopa House of Hungry* Cabang Candi Mendut Malang sejak Juni – Juli 2025. Dengan judul skripsi **“PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *BAEGOPA HOUSE OF HUNGRY CABANG CANDI MENDUT MALANG*”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Malang, 2 Juli 2025

Baegopa Cabang Candi Mendut Malang

Ken Narita Anjati
Management Baegopa

Jl. Terusan Candi Mendut No.39, Malang - East Java
baegopafood@gmail.com

📷 @baegopafood
🐦 @baegopafood

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Baegopa House of Hungry* Cabang Candi Mendut Malang”** merupakan karya asli dari:

Nama : Galuh Sulistyarini
NIM : 202111052
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara *online* oleh Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, menggunakan *Turnitin Plagiarism Checker* dan telah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar $\leq 30\%$.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan Saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

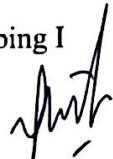
Malang, 11 Juli 2025



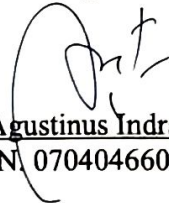
(Galuh Sulistyarini)

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I


J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

Pembimbing II


Dr. Agustinus Indradi, M.Pd.
NIDN. 0704046601

Mengetahui:


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Galuh Budi Asuti, S.E., M.M.
NIDN. 0726018502


Ketua Program Studi Manajemen
J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

KUMPULAN SEMBOYAN

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran”

Albert Einstein

“Follow your passion. It will lead you to your purpose”

Oprah Winfrey

“Hidup itu seperti pagelaran wayang, dimana kamu menjadi dalang atas naskah semesta yang dituliskan oleh Tuhanmu”

Sujiwo Tejo

“Jangan pergi agar dicari, jangan sengaja lari agar dikejar. Berjuang tak sepercanda itu”

Sujiwo Tejo

“Akhir suatu hal, lebih baik daripada awalnya, panjang sabar lebih baik daripada tinggi hati”

Pengkhotbah 7:8

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulisan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Baegopa House of Hungry* Cabang Candi Mendut Malang”** dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Adapun penyusunan Skripsi dimaksudkan sebagai syarat mutlak untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) serta sebagai bentuk implementasi mahasiswa/i dalam penulisan karya ilmiah selama mengemban pendidikan di Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Tidak terlupa Penulis mengucapkan wujud terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu secara materi ataupun *moriil*. Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati dan tak terkecuali Penulis mengucapkan wujud terimakasih kepada:

1. Fr. Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., M.Ak., BHK., selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, sumbangsih pemikiran, serta arahan selama proses penyusunan Skripsi.
3. Dr. Agustinus Indradi, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, sumbangsih pemikiran, serta arahan dalam kaidah penulisan dan tata penggunaan bahasa penulisan Skripsi.
4. Ibu Ken Narita Anjati, selaku *General Manager Baegopa House of Hungry* Cabang Candi Mendut Malang yang telah mengizinkan Penulis untuk

melakukan penelitian dan pengolahan data sepanjang proses penyusunan Skripsi.

5. Seluruh Dosen dan Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah berkontribusi penuh sebagai pengajar serta pembimbing akademik dalam penyaluran ilmu pengetahuan yang berharga.
6. Ayah, Ibu, dan Adik selaku keluarga Penulis yang selalu memberi dukungan penuh untuk selalu melakukan dan memberikan yang terbaik dalam segala aspek kehidupan.
7. Sahabat '*Ngopa-ngopi*' yakni Imanuel, Paulina, Civita, Vanessa, Youval, Damai, dan Mika yang telah memberi warna dalam masa perkuliahan dan memberi semangat serta dorongan untuk berjuang sampai akhir.
8. Seluruh rekan Penulis pada Jurusan Manajemen Angkatan 2021 Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah memberikan semangat, nasihat berharga, serta bantuan dalam proses penyusunan Skripsi.
9. Seluruh rekan Penulis pada Unit Kegiatan Mahasiswa Kesenian Universitas Katolik Widya Karya Malang (*Artcrew*) yang telah mendampingi dan memberi semangat selama proses penyusunan Skripsi.
10. Orang terkasih Penulis, yakni Aloysius Dimas Setyanto yang telah mendampingi, menjadi teman cerita, berkeluh kesah, serta memberi warna tersendiri pada perjalanan penyusunan Skripsi.
11. Terakhir, saya ingin berterimakasih pada diri saya sendiri. Saya berterimakasih karena sudah percaya pada diri sendiri. Saya berterimakasih pada semua kerja keras yang sudah saya lakukan. Saya berterimakasih atas

waktu libur yang tak terhitung libur. Saya berterimakasih karena tidak pernah berhenti. Saya berterima kasih karena selalu menjadi pemberi dan berusaha memberi lebih daripada yang saya dapatkan. Saya berterimakasih karena selalu berusaha untuk menjadi diri sendiri di segala aspek kehidupan.

Dengan demikian, besar harapan Penulis pada skripsi yang telah tersusun ini dapat diterima sebagai sumbangsih ide atau gagasan baik untuk pembaca, peneliti yang akan datang, perusahaan, maupun perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam konteks Manajemen Pemasaran.

Penulis mohon maaf apabila terdapat salah kata, penulisan, maupun cara penyampaian yang kurang berkenan. Semoga penelitian yang Penulis lakukan dapat semakin melengkapi wawasan pembaca.

Malang, 11 Juli 2025



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN SAMPUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KUMPULAN SEMBOYAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK..	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
B. Landasan Teori	23
C. Kerangka Pikir	38
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	40
D. Sumber Data	42
E. Jenis Data	43
F. Definisi Operasional Variabel	43

G.	Metode Pengumpulan Data.....	48
H.	Teknik Analisis Data	48
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA		55
A.	Gambaran Umum Baegopa	55
B.	<i>Company Profile Baegopa</i> Cabang Candi Mendut.....	63
C.	Gambaran Umum Responden Penelitian	66
D.	Distribusi Frekuensi	70
E.	Analisis Data dan Intrerpretasi Data	86
F.	Pembahasan Hasil Penelitian	103
G.	Implikasi Hasil Penelitian	109
BAB V PENUTUP		120
A.	Kesimpulan	120
B.	Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA		125

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel I. 1 Jumlah Rata-rata <i>Customer Baegopa</i> Cabang Candi Mendut.....	5
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel III. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel IV. 1 Daftar Menu <i>Baegopa – Update</i> April 2025.....	61
Tabel IV. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel IV. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel IV. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	68
Tabel IV. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	68
Tabel IV. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Intensi Kunjungan.....	69
Tabel IV. 7 Distribusi Frekuensi Responden Sub Variabel Kepercayaan (X1).....	71
Tabel IV. 8 Distribusi Frekuensi Responden Sub Variabel Komitmen (X2).....	74
Tabel IV. 9 Distribusi Frekuensi Responden Sub Variabel Komunikasi (X3).....	76
Tabel IV. 10 Distribusi Frekuensi Responden Sub Penanganan Keluhan (X4).....	79
Tabel IV. 11 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)...	83
Tabel IV. 12 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X1).....	87
Tabel IV. 13 Hasil Uji Validitas Komitmen (X2).....	88
Tabel IV. 14 Hasil Uji Validitas Komunikasi (X3).....	88
Tabel IV. 15 Hasil Uji Validitas Penanganan Keluhan (X4).....	89
Tabel IV. 16 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	90
Tabel IV. 17 Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel IV. 18 Hasil Uji Normalitas.....	92
Tabel IV. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel IV. 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	95
Tabel IV. 21 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	97
Tabel IV. 22 Hasil Hipotesis Simultan (Uji F).....	99
Tabel IV. 23 Hasil Uji Dominan.....	101
Tabel IV. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	102

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar I. 1 Jumlah Sektor Makanan dan Minuman di Indonesia	1
Gambar II. 1 Kerangka Pikir.....	38
Gambar IV. 1 <i>Baegopa</i> Kandang Mundu Tahun 2016.....	56
Gambar IV. 2 <i>Baegopa</i> Kandang Mendut.....	57
Gambar IV. 3 <i>Baegopa</i> Kandang MOG.....	57
Gambar IV. 4 Stuktur Organisasi <i>Baegopa</i>	58
Gambar IV. 5 Taraf r Kritik <i>Product Moment</i>	87
Gambar IV. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Bebas Plagiasi Perpustakaan

Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 7 Dokumentasi Pengambilan Sampel Responden

Lampiran 8 Kartu Bimbingan Pembimbing I

Lampiran 9 Kartu Bimbingan Pembimbing II

Lampiran 10 Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *BAEGOPA HOUSE OF
HUNGRY* CABANG CANDI MENDUT MALANG**

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia beberapa tahun terakhir berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat, termasuk sektor makanan dan minuman yang semakin dinamis dan meluas. Untuk bersaing, perusahaan tidak hanya perlu fokus pada produk, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan guna mempertahankan loyalitas dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah.

Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CRM terhadap Loyalitas Pelanggan terhadap produk dan layanan secara simultan, parsial, dan dominan. Penelitian ini menerapkan metode *Explanatory Research* dan melibatkan 100 responden sebagai *sampel*, yang dipilih melalui teknik *Purposive Random Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner, sementara analisis yang dilakukan adalah analisis regresi linear berganda. Metode yang telah dijabarkan memiliki tujuan menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

Hasil dari uji F dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel pertama yaitu Kepercayaan, kedua adalah Komitmen, ketiga yakni Komunikasi, serta keempat merupakan Penanganan Masalah secara bersamaan memengaruhi unsur Loyalitas Pelanggan. Sementara itu, Kepercayaan serta Penanganan Masalah mempunyai dampak secara individu pada elemen terikat yakni Loyalitas Pelanggan yang telah dilakukan uji t, sedangkan Komitmen dan Komunikasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selain itu, analisis dominan mengungkapkan bahwa variabel Kepercayaan memiliki pengaruh paling kuat terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Loyalitas Pelanggan, Penanganan Masalah.