

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(CRM) TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK
MUAMALAT KC YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh:

Hilda Wahyu Wardini

1900032081

Diajukan Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Ahmad Dahlan Guna Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA
2024**

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(CRM) ON CUSTOMER LOYALTY AT BANK MUAMALAT
IN YOGYAKARTA**

BACHELOR THESIS



By:

Hilda Wahyu Wardini

Student ID. 1900032081

Submitted to the Department of Islamic Banking Faculty of Islamic Studies of
Universitas Ahmad Dahlan to complete the Requirement for obtaining
the Bachelor's Degree in Economics

**FACULTY OF ISLAMIC STUDIES
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024



UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus 4 : Jl. Kolektor Ringroad Selatan Tamanan Banguntapan bantul Telp. (0274) 563515 ext. 4619/4206
Kampus 6 : Jl. Ahmad Dahlan, Dalangan, Triharjo, Wates, Kulon Progo, Yogyakarta 55651 Telp. (0274) 775324 ext. 1808

PENGESAHAN TUGAS AKHIR Nomor : F9/295/D.3/VI/2024

Tugas akhir dengan Judul : Pengaruh Customer Relationship
Management (CRM) terhadap Loyalitas
Nasabah Bank Muamalat KC Yogyakarta.
Nama : Hilda Wahyu Wardini
NIM : 1900032081
Telah diujikan pada tanggal: 20 Juni 2024
Nilai Ujian : B+/74

dan dinyatakan telah diterima di Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad
Dahlan.

Mengetahui

Yogyakarta, 26 Juni 2024

Dekan
Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dt. Arif Rahman, M.Pd.I.

NIPM 19900720201601111133468

Dwi Santosa P., S.H.I., M.S.I.

NIPM 198603162016101110889835

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi Berjudul : Pengaruh Customer Relationship
Management (CRM) terhadap
Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC
Yogyakarta.

Nama : Hilda Wahyu Wardini

NIM : 1900032081

Program Studi : Perbankan Syariah

Telah disetujui tim penguji ujian Munaqasyah:

Ketua : Rofiul Wahyudi, S.E.I.,M.E.I. (.....)

Penguji I : Andi Putra Wijaya, S.E.I.,M.S.I (.....)

Penguji II : Mufti Alam Adha, S.E.I.,M.Sc. (.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2024

Waktu : 08.00 – 09.30 WIB

Nilai : B+ (76)

Hasil : ~~Lulus Tanpa Perbaikan~~/Lulus Dengan Perbaikan/

~~Tidak Lulus~~

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hilda Wahyu Wardini

NIM : 1900032081

Email : hilda1900032081@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Yogyakarta.

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahuikan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karena saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta, 26 Juni 2024

Yang Menyatakan



Hilda Wahyu Wardini

NIM.190032081

SURAT PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilda Wahyu Wardini

NIM : 1900032081

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Agama Islam

Perguruan Tinggi : Universitas Ahmad Dahlan

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan benar-benar bebas plagiasi. Jika kemudian hari terbukti melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Juni 2024


Hilda Wahyu Wardini
NIM. 19000320 81

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di
bawah ini:

Nama : Hilda Wahyu Wardini
NIM : 1900032081
Fakultas : Agama Islam
E-mail : hilda1900032081@webmail.uad.ac.id
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Relationship
Management terhadap Loyalitas Nasabah
Bank Muamalat KC Yogyakarta.

Dengan menyerahkan hak *sepenuhnya* kepada Perpustakaan
Universitas Yogyakarta Dahlan untuk menyimpan, mengatur
akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini
dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik
sebagai berikut :



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah kedalam
Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya Mengetahui

Yogyakarta, 25 Juni 2024

Mengetahui
Pembimbing


Roful Wahyudi, S.E.I., M.E.I.
NIPM. 19861014 201610 111 1245690


Hilda Wahyu Wardini
NIM. 1900032081

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(QS. Al-Insyirah : 5)

*Sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat untuk orang
lain*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam atas selesainya penulisan skripsi ini, Penulis mempersembahkan kepada:

1. Terimakasih Kepada kedua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, Ibu Sri Rahayu dan Bapak Djarkasih, terimakasih atas doa, dukungan yang selalu diberikan. Terimakasih atas seluruh pengorbanan, doa, motivasi, nasihat dan penyemangat yang selalu diberikan kepada saya. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan.
2. Terimakasih kepada kedua kakak saya Rizki dan Fajar, serta kakak ipar Made Dike dan keponakan Rike yang telah memberikan semangat, arahan, dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Terimakasih kepada kepada Bapak Rofiul Wahyudi S.E.I.,M.E.I. selaku dosen pembimbing skripsi telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas segala nikmat Allah SWT, karunia, serta hidayah dan rahmatnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat dan salam tidak lupa selalu tercurah kepada Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, tabi'in, tabi'at dan ummatnya yang senantiasa setia dan istiqomah dengan syariat dan dakwah islam. Teriring doa dan rasa terima kasih kepada semua pihak, khususnya dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T., selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Arif Rahman, M.Pd.I., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad Dahlan.
3. Bapak Dwi Santosa Pambudi, S.H.I., M.S.I., selaku Kaprodi di Perbankan Syariah.
4. Bapak Rofiul Wahyudi, S.E.I., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak Pribawa E Pantas, S.E.Sy., M.E.K., selaku Dosen Pembimbing Akademik

6. Dan seluruh dosen dan karyawan di Fakultas Agama Islam yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada peneliti.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYEKAT	ii
NOTA DINAS.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	vi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	viii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
TRANSLITERASI ARAB INDONESIA	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Kajian Pustaka.....	18

1. Bank syariah	18
2. Customer Relationship Management (CRM)	31
3. Loyalitas	42
B. PENELITIAN TERDAHULU	48
C. KERANGKA PEMIKIRAN	53
D. HIPOTESIS	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Jenis Penelitian	54
B. Definisi Operasional Variabel	56
C. Populasi dan Sampel	58
D. Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data	60
E. Uji Instrumen Penelitian	62
F. Teknik Analisis Data	63
G. Pengujian Hipotesis	65
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	67
A. Karakteristik Responden	67
1. Kelompok Responden sesuai Usia	67
2. Kelompok Responden sesuai Jenis Kelamin	69
3. Kelompok Responden sesuai Alamat/Domisil	70
4. Kelompok Responden sesuai Pendidikan Terakhir	71
5. Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
6. Kelompok Responden berdasarkan Pendapatan	73
7. Kelompok responden berdasarkan jenis layanan	
yang digunakan	74

8. Kelompok responden berdasarkan lama menjadi nasabah.....	75
B. Hasil Uji Validitas.....	76
1. Variabel Customer Relationship Management (CRM)	76
2. Variabel Loyalitas Nasabah.....	77
C. Hasil Uji Reliabilitas	77
1. Variabel Customer Relationship Management (CRM)	78
2. Variabel Loyalitas Nasabah.....	78
D. Uji Asumsi Klasik.....	79
1. Uji Normalitas	79
2. Uji Heterokedastisitas.....	81
3. Uji Multikolinieritas	81
4. Analisis Linear Sederhana.....	82
E. Uji Hipotesis.....	83
1. Uji T test.....	83
2. Uji Koefisien Determinasi.....	84
F. PEMBAHASAN	85
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Dependen.....	56
Tabel 3.2 Variabel Independen	56
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	68
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.3 Domisili.....	70
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir	71
Tabel 4.5 Pekerjaan.....	72
Tabel 4. 6 Pendapatan	73
Tabel 4. 7 Jenis Layanan Yang Digunakan.....	74
Tabel 4.8 Berapa Lama Menjadi Nasabah	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas CRM.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas CRM.....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah	79
Tabel 4.13 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4.16 Analisis Linear Sederhana	83
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 3.1 Penghitungan Sampel.....	59

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Customer Relationship Management (CRM) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah serta mengetahui seberapa besar CRM berdampak pada loyalitas nasabah. Objek penelitian adalah nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. dengan Teknik analisis data analisis regresi linear sederhana. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Responden dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Menggunakan bantuan SPSS 26 sebagai alat untuk analisis data. Metode analisis data dalam penelitian ini diantaranya uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Customer Relationship Management berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig. $0.00 < 0.05$ terhadap loyalitas nasabah. Dan hipotesis diterima. Semakin baik CRM yang digunakan dan diimplementasikan oleh bank Muamalat maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah. Customer Relationship Management (CRM) dan loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan hipotesis diterima. CRM memberikan dampak positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 26%.

Kata Kunci: Bank Muamalat, Customer Relationship Management, CRM, Loyalitas.

ABSTRACT

This research aims to analyze whether Customer Relationship Management (CRM) influences customer loyalty and find out how significant CRM's impact on customer loyalty. The object of this research is the customers of the branch office of Bank Muamalat in Yogyakarta. This research uses quantitative methods, simple linear regression analysis, purposive sampling, which obtains 100 respondents, and SPSS v26. Data analysis methods include the classical assumption test, simple linear regression test, hypothesis test using the t-test, and coefficient of determination test. The research results show that CRM positively and significantly influences customer loyalty, with a value of $\text{sig. } 0.00 < 0.05$, and the hypothesis is accepted. The better the CRM used and implemented by Bank Muamalat, the greater customer loyalty will increase. CRM and loyalty positively and significantly influence customer loyalty, and the hypothesis is accepted. CRM has a positive impact on customer loyalty by 26%.

Keywords: Bank Muamalat Services, Customer Relationship Management (CRM), Loyalty, Islamic Banking.