

ABSTRAK

Evaluasi Penerapan strategi *CRM*, kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Supermarket Matahari Galeria dan Supermarket Maga panembahan

Martinus Kusuma Dewanto

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2005

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan pada perusahaan yang cenderung sudah menerapkan strategi *CRM* dengan perusahaan yang cenderung belum menerapkan strategi *CRM*.
2. untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan yang cenderung sudah menerapkan strategi *CRM* maupun yang cenderung belum menerapkan strategi *CRM*.

Penelitian ini menggunakan teknik interview dan koesioner untuk mengumpulkan data dari dua perusahaan. Penelitian ini menganalisis data skor kinerja dan harapan dari setiap jawaban responden dari kedua supermarket tersebut untuk mendapatkan Indeks kepuasan pelanggan (IKP). Selanjutnya, penelitian ini membandingkan IKP dari dua supermarket tersebut dengan menggunakan analisis statistik perbedaan dua rata-rata.

Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan yang cenderung sudah menerapkan strategi *CRM* memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang cenderung belum menerapkan strategi *CRM* . Dalam hal ini supermarket Matahari Galeria yang cenderung sudah menerapkan strategi *CRM* sedangkan supermarket Maga Panembahan cenderung belum menerapkan strategi *CRM*. Baik di supermarket yang cenderung sudah maupun yang cenderung belum menerapkan strategi *CRM*, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

ABSTRACT
THE EVALUATION OF CRM STRATEGY APPLICATION,
SATISFACTION AND LOYALITY

**A case study at Matahari Galleria Supermarket
and Maga Panembahan Supermarket**

Martinus Kusuma Dewanto
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2006

The aims of this research were 1) To know the differences between customer's satisfaction in company which had tended to apply the CRM strategy and the company which had not yet tended to apply the CRM strategy. 2) To know the influences of customer's satisfaction toward customer's loyalty in the company which tends to apply the CRM strategy and the company which tends not yet applied CRM strategy.

This research used the interview and questionnaire technics to collect data from samples. This Research analyzed the data of perceived performance score and the expectation of each respondent answer from those 2 supermarkets to find the customer's satisfaction index (CSI). Then, this research compared the CSI of two supermarkets by using the statistical analysis of difference between two means.

The result showed that the company which tends to apply CRM strategy had higher level of customer's satisfaction than the company which not yet applied the CRM strategy. In this case, Matahari Galleria supermarket was the company, which had tended to apply the CRM strategy, while Maga Panembahan supermarket was the company, which had not yet tended to apply the CRM strategy. This research found that both of them had positive influences of customer's satisfaction toward customer's loyalty.