

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PT. KREDIT PLUS LAMPUNG**

*Implementation of Customer Relationship Management to Customer Satisfaction and Loyalty  
PT. Credit Plus Lampung*

**SHANDA TITHANIA PUTRI**

<sup>1</sup>*Mahasiswa Jurusan Manajemen, Universitas Teknokrat Indonesia Bandar  
Lampung, Telp +62 895-3344-65062, email: tithaniashanda@gmail.com*

**ABSTRAK**

Persaingan bisnis yang kompetitif mengharuskan perusahaan untuk fokus pada kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan. Perusahaan mulai mengubah cara berpikirnya dari *profit oriented* ke faktor potensial lainnya, seperti minat pelanggan dan kepuasan pelanggan yang menjadi faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan. Saat ini, sangat populer menggunakan sistem manajemen untuk menjalin hubungan dengan pelanggan yaitu dengan menerapkan sistem *Customer Relationship Management (CRM)*. Tujuan penelitian ini secara garis besar adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif, kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan mengenai pengaruh penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Finansia Multi Finance Provinsi Lampung, penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*. Untuk mengukur dan menganalisa hubungan antara dua variabel diatas, penulis menyebarkan kuesioner kepada 191 pelanggan aktif PT. Finansia Multi Finance. Hasilnya adalah variabel *Customer Relationship Management (CRM)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *CRM, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Metode Kuantitatif*