PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PENUMPANG KERETA API KAI DI KOTA PADANG

Bulkiah Amindih¹, Reni Yuliviona¹

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email: bulqiahamindi@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, semakin banyak orang yang mengenakan transportasi selaku sarana untuk bepergian guna aktivitas sehari-hari, yang mencakup transportasi umum dan pribadi. Kereta api yakni transportasi yang banyak dicari di kota Padang. Loyalitas adalah pelanggan dapat dipahami selaku kecenderungan pelanggan untuk secara konsisten membeli produk ataupun jasa yang sama pada beberapa kesempatan [1]. Dengan munculnya Loyalitas merupakan mengacu pada tingkat komitmen yang ditunjukkan pelanggan terhadap merek, toko, atau pemasok tertentu. [2]. Kepuasan dapat didefinisikan perasaan senang ataupun kecewa yang dialami seseorang setelah membandingkan persepsi ataupun kesannya terhadap kinerja ataupun hasil produk dengan harapannya [3]. *Customer relationship management* dapat didefinisikan strategi bisnis yang dirancang untuk Memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan organisasi, termasuk pelanggan saat ini dan calon pelanggan [4].

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling* dan peneliti menyebarkan untuk pengumpulan data, jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Target populasi pada penelitian ini masyarakat di kota padang yang bepergian menggunakan kereta api

berjumlah 53.568. Berdasarkan perhitungan Slovin maka jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 229 orang. Teknik pengambilan sampel dengan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh penelitian yang kemudian dikenal sebagai metode *purposive sampling* [5]. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini angket atau kuisisioner. Variable Loyalitas dijadikan sebagai variable dependen dan *customer relationship management* sebagai variable independen, kepuasan sebagai variable mediasi. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuisisioner dengan skala likers. Analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program Smart PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan Model Pengukuran (*Outer Model*), (*convergent validity* dan *discriminant validity*), Reliabilitas konstruk, Pengujian Model Structural (*Inner Model*), Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alat pengujian structural yang dilakukan untuk mengetahui variable eksogen terhadap variable endogen secara umum disebut sebagai *Structural Model Assesment (SMA)*. Pengujian Hipotesis PLS bergantung pada prosedur *bootstrapping* non parametric untuk menguji signifikansi koefisiensinya oleh [6]. Menurut [7] Uji signifikansi dipercaya untuk

memprediksi adanya hubungan kausalitas yang dilakukan melalui *bootstrapping*. Prosedur *bootstrapping* memiliki ketentuan bahwa hipotesis diterima jika dilihat dari T statistic dan P value. Jika suatu variable eksogen terdapat variable endogen memiliki T statistic >1,96 dan P value <0,05, maka dapat diartikan bahwa variable eksogen berpengaruh terhadap variable endogen, dan sebaliknya.

Tabel 1 : path coefficients

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values	Keterangan
CRM -> Kepuasan	0.812	0.033	24.255	0.000	H1 Diterima
CRM -> Loyalitas Pelanggan	0.341	0.078	4.341	0.000	H2 Diterima
Kepuasan -> Loyalitas Pelanggan	0.581	0.073	7.980	0.000	H3 Diterima
CRM -> Kepuasan -> Loyalitas Pelanggan	0.472	0.052	9.085	0.000	H4 Diterima

Berdasarkan tabel 1. Diatas terlihat bahwa *customer relationship management* terhadap loyalitas dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *original sampel* yakni 0,341, *T statistik* 4,341 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05), Maka Ho ditolak dan Ha diterima. pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *original sampel* yakni 0,812, *T statistik* 24,255 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05), Maka Ho ditolak dan Ha diterima. kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. Metode *structural model assessment* diperoleh nilai *original sampel* yakni 0,581, *T statistik* 7,890 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05), Maka Ho ditolak dan Ha diterima. pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas dimediasi kepuasan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai

original sampel yakni 0,472, *T statistik* 9,085 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang, *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang, *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variable mediasi Kereta Api KAI di Kota.

Penelitian dimasa akan mendatang diharapkan membesar ukuran sampel yang akan digunakan, serta mencari metode pengambilan sampel yang tepat sehingga dapat meningkatkan kualitas hasil penelitian yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cengiz, E. (2010). Measuring Customer Satisfaction: Must Or Not. *Journal of Naval Science and Engineering*, 6(2), 76–88.
- [2] Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Penerbit Andi. *Pemasaran Jasa. Jakarta: Gramedia.*
- [3] Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management (15th global edition)*.
- [4] Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, AndiOffset, Yogyakarta.*

- [5] Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- [6] Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [7] Ghozali, imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMPLS (Edisi 8)