

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

SKRIPSI



OLEH:

BULKIAH AMINDIH

1910011211099

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS BUNG HATTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN


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

Oleh

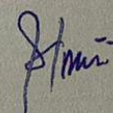
Nama : BULKIAH AMINDIH
NPM : 1910011211099

Tim Penguji

Ketua


(Reni Yuliviona, S.E., MM., Ph.D)

Sekretaris


(Dahliana Kemener, B.S., MBA., Ph.D)

Anggota


(Zeshasina Rasha, S.E., M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 14 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta
Dekan



(Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

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

Oleh

Nama : BULKIAH AMINDIH
NPM : 1910011211099

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 14 Agustus 2023

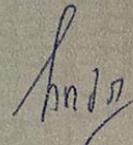
Menyetujui

Pembimbing



(Reni Yuliviona, S.E., MM., Ph.D)

Ketua Program Studi



(Lindawati, S.E., M.Si)

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa dengan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas yang di Mediasi Oleh Kepuasan Penumpang Kereta Api Kai di Kota Padang”** merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dituliskan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya dalam daftar pustaka.

Padang, Agustus 2023

Penulis

**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

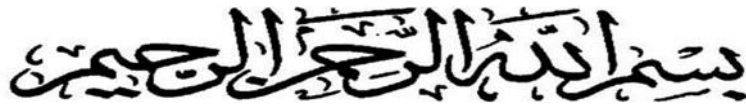
Abstrak: Penelitian ini dengan tujuan guna mengetahui serta melakukan analisis pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas dengan kepuasan selaku variabel mediasi pada Kereta Api KAI di kota Padang. Penelitian ini yakni penelitian kuantitatif serta menerapkan data primer yang didapatkan dari kuisioner. Populasi penelitian ini yakni semua penumpang kereta api yang menggunakan layanan transportasi kereta api KAI di kota Padang yang sudah dinyatakan dengan pasti jumlahnya. Teknik pengambilan sampel yakni *purposive sampling* dengan total sampel yakni 229 responden. Metode analisis data menerapkan *Partia Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwasanya *customer relationship management* membawa pengaruh positif terhadap loyalitas Kereta Api KAI di kota Padang, bahwasanya *customer relationship management* membawa pengaruh positif terhadap kepuasan Kereta Api KAI di kota Padang, bahwasanya *customer relationship management* membawa pengaruh positif terhadap loyalitas dengan kepuasan selaku variable mediasi pada Kereta Api KAI di kota Padang.

Kata Kunci: *Customer relationship management, kepuasan dan loyalitas*

Abstract: *This study aims to determine and analyze the effect of customer relationship management on loyalty with satisfaction as a mediating variable on KAI Trains in the city of Padang. This research is a quantitative research and uses primary data obtained from questionnaires. The population of this study is all train passengers who use KAI's rail transportation services in the city of Padang whose number is known with certainty. The sampling technique was purposive sampling with a total sample of 229 respondents. The data analysis method uses Partia Least Square (PLS). The results of this study indicate that customer relationship management has a positive effect on the loyalty of the KAI Railways in the city of Padang, that customer relationship management has a positive effect on the satisfaction of the KAI Railways in the city of Padang, that customer relationship management has a positive effect on loyalty with satisfaction as a mediating variable on the Train KAI fire in the city of Padang.*

Keywords: *Customer relationship management, satisfaction and loyalty*

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Yang di Mediasi Kepuasan Pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang”. Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan dalam setiap sikap dan tindakan kita. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.
2. Ibu Herawati., S.E., M.Ci., Ak., CA selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.
3. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

5. Ibu Dr, Reni Yuliaviona S.E. MM selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran-saran ataupun pendapat yang sangat penulis butuhkan pada penelitian ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
7. Ucapkan terima kasih dan teristimewa kepada kedua orang tua Ayahanda Ali Amran dan Ibunda Emi Erlina yang senantiasa tak pernahlelah mendoakan yang terbaik untuk anak-anaknya, serta Kakak Insi Amelia, abg Feki Aminullah dan Kadri Aminuzal yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam setiap kesibukan saya.
8. Sahabat-sahabat yang ku sayangi Wima Junita, Cecen, Mia, Jhezy, Lyngga, Ola, Cindi, Onang, Kori, Yola, Nadia, dan Harilda.
9. Kepada JM sebagai partner spesial saya, terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang menemani meluangkan waktunya, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihandan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.
10. Sahabat seperjuangan Manajemen yang telah bersama-sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran.

Penulis menyadari bahwasanya skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga Allah SWT membalas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlipat ganda. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pembaca, Aamiin.

Penulis

Bulkiah Amindih

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.3 <i>Customer Relationship Management</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 pengujian hipotesis	20
2.4.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Pengaruh <i>Customer Relationship Manajement</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	Error! Bookmark not defined.
2.4.4 Pengaruh <i>Cutomer Relationship Manajment</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan ...	Error! Bookmark not defined.

2.5 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasiona	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 <i>Customer Relationship Pelanggan</i>	Error! Bookmark not defined.
3.5 Skala Pengukuran Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisa Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Melakukan pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	Error! Bookmark not defined.
3.8 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Hasil Penyebaran Kuisisioner	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin	36
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Profil Responden berdasarkan Banyaknya Menggunakan Kereta Api	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Profil Responden berdasarkan Pendapatan ...	Error! Bookmark not defined.
4.2 Mengevaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) ..	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 <i>Convergent Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 <i>Discriminant Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Reliabilitas Konstruk (<i>Reliability Construct</i>)	Error! Bookmark not defined.

4.3 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Loyalitas Penumpang	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Kepuasan Penumpang	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 <i>Customer Relationship Mangement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Melakukan pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.5 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Penumpang di Kereta Api..	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Penumpang di Kereta Api.	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kereta Api.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.4 Pengaruh <i>Cutomer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	8
Tabel 1.2.....	9
Tabel 3.1.....	32
Tabel 3.5.....	35
Tabel 4.1.....	36
Tabel 4.2.....	37
Tabel 4.3.....	37
Tabel 4.4.....	38
Tabel 4.5.....	38
Tabel 4.6.....	39
Tabel 4.7.....	40
Tabel 4.8.....	42
Tabel 4.9.....	43
Tabel 4.10.....	45
Tabel 4.11.....	46
Tabel 4.12.....	47
Tabel 4.13.....	48
Tabel 4.14.....	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Structural Model Assessment.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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. Saat ini, warga Padang sangat bergantung pada sistem kereta api serta angkutan umum dalam kota.

Pendirian kereta api di Sumatera Barat dimulai pada masa penjajahan Belanda, dimulai pada tahun 1887. Pada tahun itu, kereta api digunakan untuk mengangkut biji kopi yang ditanam secara paksa dari daerah pedalaman Sumatera Barat, termasuk Bukittinggi, Payakumbuh dan Pasaman, ke Padang, dengan maksud untuk selanjutnya diekspor ke Eropa. Puncak industri perkeretaapian di Sumatera Barat dimulai pada akhir abad ke-19 dan berlangsung hingga pertengahan abad ke-20. Kereta api berfungsi sebagai moda transportasi barang dan bentuk angkutan massal. Ruas kereta api yang masih ada, yang membentang sepanjang 52 kilometer, menghubungkan Padang dan Pariaman dan terus beroperasi secara reguler, terutama melayani kebutuhan transportasi wisata, dan kereta barang yang digunakan pengangkut barang berupa semen dari pabrik semen padang menuju ke stasiun bukit putus di kawasan pelabuhan teluk bayur. Seiring dengan berjalanya waktu masyarakat yang berminat untuk menaiki kereta api pun meningkat. Maka jadwal keberangkatan kereta pun bertambah (www.sumbar.antaranews.com).

Melihat hal itu, tentu saja berbagai macam cara akan dikerjakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan pelayanan jasa kepada pelanggan kereta api sehingga pelanggan tertarik untuk memakai jasanya tersebut. Oleh sebab itu perusahaan perlu mencari solusi agar pelanggan tetap bertahan menggunakan kereta api sebagai transportasi umum dengan memberikan kepuasan pelanggan agar pelanggan menjadi loyal.

Loyalitas di antara pelanggan ditunjukkan dengan penggunaan produk ataupun layanan yang disediakan oleh perusahaan tertentu secara konsisten dan berkelanjutan. Loyalitas berfungsi selaku landasan yang kuat bagi perusahaan dan juga menandakan ekspansi prospektif di periode mendatang (Widyawati, 2008).

Sesuai pernyataan Muhari (2012), konsep loyalitas pelanggan dapat dipahami selaku kecenderungan pelanggan untuk secara konsisten membeli produk ataupun jasa yang sama pada beberapa kesempatan. Loyalitas pelanggan terkait erat dengan tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan tersebut. Ada korelasi positif antara tingkat kepuasan pelanggan pada kereta api dan loyalitas pelanggan di kalangan penumpang kereta api, karena kepuasan yang dirasakan pelanggan memainkan peran penting dalam menumbuhkan loyalitas..

Sesuai pernyataan Cengiz (2010), bahwasanya kepuasan pelanggan yakni sebuah konsep abstrak yang mana tingkat kepuasan yang dialami oleh individu dapat berbeda tergantung pada produk ataupun layanan tertentu, serta serangkaian harapan mereka. Tingkat kepuasan pelanggan cenderung meningkat ketika pelanggan menganggap perilaku penjual selama transaksi itu adil.

Chinomona & Dubihlela (2014), dalam lanskap persaingan perusahaan

kontemporer, signifikansi kepuasan pelanggan memiliki peran penting. Kepuasan emosional pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman positif yang mereka temui dengan produk atau layanan tertentu.

Kotler dan Armstrong (2008) menerangkan bahwasanya Sejumlah penelitian memperlihatkan korelasi positif antara peningkatan tingkat kepuasan pelanggan serta peningkatan loyalitas pelanggan, sehingga mengarah pada peningkatan kinerja perusahaan. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan berkomitmen untuk hanya memberikan apa yang mereka mampu, dan kemudian melampaui janji awal mereka. Pelanggan yang puas tidak hanya terlibat dalam pembelian berulang, tetapi juga menjelma menjadi "proclaim pelanggan pewarta" yang secara aktif berbagi pengalaman positif mengenai produk ataupun layanan dengan orang lain.

Kebutuhan akan alat transportasi tidak hanya mencakup kebutuhan distribusi kebutuhan pembangunan yang efisien, tetapi juga kebutuhan akan kenyamanan, keamanan, dan kelancaran transportasi. Faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam memfasilitasi implementasi inisiatif pembangunan di berbagai sektor, seperti industri, perdagangan, pariwisata, dan pendidikan, sehingga memastikan aksesibilitas yang luas di seluruh negeri. Namun demikian, jika proliferasi moda transportasi dalam kaitannya dengan pekerjaan dan pendidikan menjadi tidak diatur, hal itu dapat mengakibatkan kelangkaan kendaraan di jalan raya perkotaan, sehingga memicu kemacetan lalu lintas (leonardus baskoro, 2013).

Sesuai pernyataan Sugiyanto, (2005) menerangkan bahwasanya Dalam hal laju

proliferasi kendaraan meningkat secara substansial, ketiadaan peraturan penggunaan yang ketat, terutama yang berkaitan dengan kendaraan milik pribadi, akan mengakibatkan tekanan pada kapasitas infrastruktur jalan untuk secara efektif menampung volume lalu lintas kendaraan. Jika infrastruktur jalan tidak mencukupi untuk menampung volume kendaraan, pasti akan menimbulkan masalah kemacetan lalu lintas. Saat ini, kemacetan lalu lintas menjadi masalah yang signifikan di hampir semua pusat kota provinsi, termasuk di Medan, Padang, Palembang, dan berbagai kota lain yang berada di luar wilayah Sumatera.

Namun dapat dilihat pada saat ini penumpang kereta api di kota Padang mengalami penurunan penumpang karena transportasi umum, terdapat banyak pilihan hemat biaya yang tidak hanya mengoptimalkan efisiensi waktu tetapi juga fasilitas yang sangat baik pada bidang transportasi umum. Dapat dilihat dari tabel

bahwasanya total penumpang kereta api Padang belum terlalu banyak peminatnya. Berikut yakni data total penumpang Kereta Api di Kota Padang tahun 2019-2021.

Tabel 1.1

Realisasi Penumpang kereta api di kota Padang Tahun 2019-2021

Bulan	Volume lalu lintas kereta api penumpang dan jumlah penumpang di Sumatera Barat					
	Kereta api (jumlah keberangkatan)			Penumpang (orang/person)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Januari	682	624	918	113 198	140 667	68 517
Februari	616	754	885	98 458	125 619	65 594
Maret	742	86	980	115 987	89 823	75 428
April	840	624	960	132 545	15 983	66 281
Mei	868	-	990	95 221	-	77 863
Juni	840	-	960	172 538	-	87 939
Juli	839	-	920	140 771	-	32 656
Agustus	868	248	638	103 608	45 375	5 185
September	972	240	780	100 762	34 996	11 401
Oktober	988	248	806	110 187	40 103	29 030
November	919	240	780	116 531	46 681	46 479
Desember	972	248	806	175 128	56 262	76 454
Tahunan	10 146	3 312	10 423	1 474 934	595 509	642 827

Sumber: Badan pusat statistik kota Padang

Bisa dilihat dari Tabel 1.1 bahwasanya ketika tahun 2019-2021 jumlah penumpang kereta api mengalami fluktuasi terlebih pada tahun 2021. Dari bulan Januari sampai bulan Juni mengalami trend kenaikan jumlah penumpang, namun bulan Juli mengalami penurunan yakni 37% dan hal yang sama terjadi di bulan Agustus yang mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dan pada bulan September sampai Desember mengalami kenaikan lagi.

Guna menyatakan gambaran terkait terkait loyalitas pelanggan masyarakat Kota Padang dengan memakai layanan jasa kereta api dilaksanakan survei awal kepada 30 responden dengan hasil yakni:

Tabel 1.2
Data Survei Awal Transportasi Kereta Api Padang 2023

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1	Saya akan terus menggunakan layanan jasa kereta api.	2	6,6%	5	16%	8	26%	10	33%	5	16%
2	Saya akan merekomendasikan layanan jasa kereta api kepada teman kenalan ataupun keluarga.	6	20%	6	20%	8	26%	6	20%	4	13%
3	Saya akan tetap menggunakan kereta api meskipun ada transportasi umum lainnya.	2	6,6%	4	13%	6	20%	8	26%	10	33%
4	Saya akan selalu Menceritakan hal-hal baik/positif tetanng pelayanan jasa kereta api	1	3%	6	20%	5	16%	10	33%	8	26%

Sumber: Survei awal 2023

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden didapatkan bahwasanya responden menggunakan kereta api memberikan jawaban dengan kategori tidak setuju yakni 33% responden. merekomendasikan layanan jasa kereta api kepada teman, kenalan ataupun keluarga responden menjawab yakni 26% kategori netral. Tetap menggunakan kereta api meskipun ada transportasi umum lainnya, menjawab 33% responden kategori sangat tidak setuju. Selalu menceritakan hal-hal baik/positif tetanng pelayanan jasa kereta api , yang menjawab 3% sangat tidak setuju.

Perihal ini memberikan fenomena bahwasanya loyalitas pelanggan pada pelayanan jasa kereta api masih rendah. Ini menandakan adanya masalah terhadap strategi untuk menarik pelanggan menggunakan layanan transportasi kereta api. Sehingga perusahaan perlu mencari solusi yang dapat menarik konsumen supaya menumbuhkan serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan menggunakan strategi perusahaan untuk menjalin hubungan baik antara pelanggan pada penumpang kereta api.

Customer Relationship Management yang digerakkan secara strategis memerlukan pembentukan kepuasan pelanggan dan hubungan jangka panjang melalui integrasi berbagai domain fungsional dalam organisasi, dengan tujuan akhir mencapai keunggulan kompetitif. Perusahaan menggunakan sistem (CRM) untuk secara efektif mengawasi dan mengelola informasi pelanggan individu. Selain itu, secara strategis mengelola "titik kontak pelanggan" untuk mengoptimalkan loyalitas pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman tentang pelanggan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memberikan standar layanan pelanggan yang lebih tinggi dan membina hubungan yang lebih intim dengan klien mereka Supar, (2017).

Tujuan utama CRM adalah menumbuhkan basis pelanggan setia. Pelanggan yang setia menguntungkan tidak hanya dalam hal keuntungan finansial, tetapi juga dalam hal membina reputasi merek yang menguntungkan untuk produk atau layanan yang disediakan. Oleh karena itu, pelanggan yang menunjukkan loyalitas merupakan aset yang signifikan bagi organisasi. Tujuan mendasar dari *Customer*

Relationship Management (CRM) tidak hanya terbatas pada penyediaan layanan, melainkan berasal dari pengakuan bahwa perusahaan memiliki data konsumen yang berharga, yang memerlukan peningkatan tingkat penyediaan layanan untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Penulis tertarik melakukan sebuah penelitian empiris yang memiliki tujuan mengetahui Pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan ini yakni penelitian terdahulu yakni penelitian yang dikerjakan oleh Rudi dan Syariefful., (2022) yang mana objek penelitiannya kedai kopi kafei.

Dengan demikian, dari uraian diatas peneliti memiliki ketertarikan guna melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Customer Relationship Manjament* Terhadap Loyalitas yang di Mediasi Oleh Kepuasan Penumpang Kereta Api KAI di Kota Padang”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *customer relationship management* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang ?
2. Apakah *customer relationship management* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang ?
4. Apakah *customer relationship management* berpengaruh terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan penumpang Kereta Api KAI di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk membuktikan serta menganalisis pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas penumpang Kereta Api KAI di Kota Padang?
2. Untuk membuktikan serta menganalisis pengaruh *customer relationship management* terhadap kepuasan penumpang Kereta Api KAI di Kota Padang?
3. Untuk membuktikan serta menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang?
4. Untuk membuktikan serta menganalisis pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan penumpang Kereta Api KAI di Kota Padang?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yakni:

1. Manfaat Teoritis, Hasil penelitian ini bisa digunakan untuk mengembangkan suatu bisnis tentang *Customer Relationship Manajemen* dalam Memediasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat selaku tambahan ataupun referensi untuk penelitian yang serupa serta juga bisa selaku bahan tambahan guna peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis, kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan, sehingga memberikan bantuan. Selain itu, penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi bagi pemasar yang ingin membuat keputusan strategi pemasaran yang selaras dengan kondisi pasar yang berlaku, sehingga meningkatkan efektivitas pemasaran dan mendorong keunggulan kompetitif.