

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Persaingan atau kesenjangan dalam sebuah usaha mengharuskan sebuah perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan yang diinginkan konsumen atau pelanggan. Dan perusahaan juga harus merubah pola pikirnya dari yang semula berorientasi pada keuntungan menjadi berfokus kearah faktor-faktor potensial lainnya seperti keinginan, kepentingan, serta hubungan jangka panjang, dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh pengusaha atau pengelola. Maka dari itu, perlu adanya strategi sebagai upaya menarik dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yaitu dengan menaikkan keuntungannya dua kali lipat. Seperti yang dikatakan oleh Frederick dan Earl Sasser yang menyatakan bahwasannya kenaikan 5% dari pelanggan dapat melipat gandakan keuntungan sebuah perusahaan. Artinya, pelanggan yang mempunyai hubungan jangka panjang dengan perusahaan akan menyerahkan lebih banyak bisnisnya kepada perusahaan seiring bertambahnya waktu ketika tingkat kenyamanan dan kepuasan pelanggan meningkat. Untuk membangun hubungan tersebut yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya, dengan begitu akan terbangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, yang biasa disebut dengan CRM (*Customer Relationship Management*).

Menurut Zikmund dan Gilbert secara luas *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu strategi bisnis dengan menggunakan teknologi informasi menyediakan suatu usaha yang menyeluruh, handal, dan

berpandangan mempertahankan dan memperluas manfaat hubungan dari dua belah pihak.<sup>1</sup>

Sedangkan perpustakaan merupakan sistem informasi yang didalamnya terdapat aktivitas pengumpulan, pengelolaan, pengawetan, pelestarian, dan penyajian serta penyebaran informasi. Yang dimaksud informasi disini seperti produk intelektual dan artistik manusia. Ilmu pengetahuan diperlukan dalam melaksanakan kegiatan tersebut, yang melalui pendidikan informasi dan nonformal yang ada di bidang perpustakaan, dokumentasi, dan informasi.<sup>2</sup> Perpustakaan juga memiliki fungsi sebagai pusat informasi dan tempat memperdalam serta memperkaya ilmu pengetahuan sesuai dengan yang sudah dipelajari dalam kelas. Perpustakaan juga dapat dimanfaatkan pendidik sebagai tempat pengembangan ilmu dan pengetahuan melalui bahan-bahan pustaka yang disediakan. Bukan itu saja perpustakaan berfungsi juga untuk menyediakan berbagai sumber belajar dan pusat pencarian informasi mengenai ilmu pengetahuan.

Perpustakaan juga merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berfungsi untuk menyediakan bahan pustaka yang menarik dan sesuai kebutuhan pemustaka, serta meningkatkan pelayanan perpustakaan agar menjadi tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi, dan mengintegrasikan perpustakaan dalam kegiatan belajar mengajar. Didalam sebuah pengelolaan perpustakaan juga terdapat kesenjangan atau persaingan dalam menarik pengunjung atau pemustaka agar datang ke perpustakaan tersebut. Berhubungan dengan semakin ketatnya persaingan atau kesenjangan yang dialami dalam menarik pengunjung atau

---

<sup>1</sup> Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing MIX, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency (Kasus pada Pemasaran Shopping Center)*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2010); 152.

<sup>2</sup> Lasa Hs, *Manajemen Perpustakaan*, (Yogyakarta : Gama Media, 2005); 48-49.

pemuskata, sebuah perpustakaan diharuskan memiliki strategi baik dalam menarik dan mempertahankan pemustakanya untuk tetap berkunjung ke perpustakaan tersebut. Maka dari itu, perpustakaan perlu meningkatkan mutu pelayanannya agar memperoleh kepuasan pemustaka dan pemustaka akan tetap berkunjung ke perpustakaan dalam waktu yang lama/panjang. Perpustakaan membutuhkan strategi yang baik dalam meningkatkan mutu pelayanan, yaitu dengan salah satunya menggunakan strategi CRM (*Customer Relationship Management*). Karena CRM (*Customer Relationship Management*) adalah suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai hubungan antara organisasi perpustakaan dengan pengguna (pemustaka), yang tujuannya meningkatkan nilai perpustakaan dimata para pengguna perpustakaan (pemustakanya).

Dalam memperhatikan perkembangan lingkungan serta pada kebijakan strategis perpustakaan dalam mengelola pemustaka, perpustakaan menggunakan CRM dalam memperhatikan para pemustakanya dan menarik calon pemustaka baru. Hal tersebut dianggap mampu menjadi solusi permasalahan perpustakaan dalam mengelola penggunanya. Apabila suatu perpustakaan menjalin suatu hubungan dengan pemustaka secara konsisten atau tidak konsisten maka akan menciptakan suatu pengaruh timbal balik terhadap citra perpustakaan. Apabila perpustakaan menjalin hubungan dengan pemustaka secara konsisten maka akan dapat tercipta citra yang baik dimata pemustaka sehingga tercermin kualitas hubungan yang baik antara pemustaka dengan perpustakaan. Untuk melihat kondisi dari masing-masing hubungan sangat tergantung dari bagaimana arus

informasi antara perpustakaan dengan pemustaka, frekuensi kontak pemustaka dengan tingkat kepercayaan antara pemustaka dengan perpustakaan.<sup>3</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan mutu pelayanan di perpustakaan, beberapa indikator yang terdapat dalam *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu Sumber daya manusia (SDM), proses *Customer Relationship Management* (CRM) yang diaplikasikan perpustakaan dan teknologi yang digunakan. Sedangkan dalam penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di Perpustakaan, sering kali penerapan tersebut masih kurang baik, karena itu secara tidak langsung perpustakaan membutuhkan peningkatan mutu pelayanan melalui beberapa aspek. Terutama dalam aspek teknologi informasi dan komunikasi.

Disamping itu pengelolaan perpustakaan yang harus sesuai dengan standarnya, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri memiliki perpustakaan yang cukup besardan cukup memenuhi kebutuhan penelitian dan pengembangan masyarakat. Dalam pengelolaannya perpustakaan IAIN Kediri bertujuan untuk memenuhi kebutuhan civitas akademika akan berbagai sumber informasi untuk keperluan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan perpustakaan IAIN Kediri membutuhkan strategi yang inovatif dan efektif untuk menjaga kepuasan pemustaka serta memperluas basis pemustaka. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah penerapan *customer relationship management* (CRM) dalam pengelolaan mutu pelayanan perpustakaan IAIN Kediri. Dengan salah satunya melalui aspek teknologi

---

<sup>3</sup> Elva Rahmah, dkk, *Manajemen Perpustakaan Penerapan TQM dan CRM*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2019); 153-154.

informasi dan komunikasi. Perpustakaan IAIN Kediri juga telah menerapkan beberapa aspek teknologi tersebut. Salah satunya yaitu *website* perpustakaan yang begitu lengkap. Selain itu juga menyajikan profil perpustakaan, dan berbagai layanan *online* seperti katalog online, perpustakaan digital, usulan koleksi, dll.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan tentang penerapan mutu pelayanan CRM (*Customer Relationship Management*) di perpustakaan IAIN Kediri yang berjudul **“Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di Perpustakaan IAIN Kediri”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan dalam konteks penelitian diatas, maka fokus penelitian ini terkait dengan penerapan CRM (*customer relationship management*) dalam meningkatkan mutu pelayanan di perpustakaan IAIN Kediri, terdapat tiga dimensi utama diantaranya SDM (*pepole*), proses (*process*), dan teknologi (*technology*) dalam CRM (*Customer Raltionship Management*).

Sesuai dengan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peranan SDM (*people*) dalam CRM (*customer relationship management*) untuk meningkatkan mutu pelayanan di perpustakaan IAIN Kediri?
2. Bagaimana Proses (*Process*) dalam CRM (*Customer Relationship Management*) untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan di Perpustakaan IAIN Kediri?
3. Bagaimana Teknologi (*Technology*) dalam CRM (*Customer Relationship*

*Management*) untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan di Perpustakaan IAIN Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui peranan SDM (*People*) dalam CRM (*Customer Relationship Management*) untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan di Perpustakaan IAIN Kediri.
2. Untuk mengetahui Proses (*Process*) dalam CRM (*Customer Relationship Management*) untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan di Perpustakaan IAIN Kediri.
3. Untuk mengetahui Teknologi (*Technology*) dalam CRM (*Customer Relationship Management*) untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan di Perpustakaan IAIN Kediri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

Secara teori hasil penelitian ini dapat menemukan strategi dan mengetahui Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) di Perpustakaan khususnya dalam mutu pelayanan di Perpustakaan.

## 2. Praktis

### a. Bagi Kepala Perpustakaan IAIN Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu saran dan informasi untuk kepala perpustakaan IAIN Kediri sebagai mencermati lebih dalam tentang Penerapan di Perpustakaan yang masih kurang atau tidak, sehingga terdapat kekurangan dapat ditindak lanjuti untuk upaya perbaikan meningkatkan kualitas mutu pelayanan dengan menggunakan sistem CRM (*Customer Relationship Management*) di Perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memotivasi kepala perpustakaan lain untuk dapat menerapkan dan mengembangkan perpustakaan.

### b. Bagi Staf Perpustakaan

Sebagai bahan masukan menyiapkan strategi yang berkualitas dan berkompeten pada bidang pengelolaan pelayanan perpustakaan terkhususnya dibidang penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) di Perpustakaan.

### c. Bagi Pemustaka

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan mengenai Penerapan mutu CRM (*Customer Relationship Management*) dalam mutu pelayanan di Perpustakaan. Selain itu, mendorong peneliti lain untuk melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam tentang Penerapan CRM dalam meningkatkan mutu pelayanan di Perpustakaan dari aspek yang lain.

## E. Definisi Konsep

Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*) atau sering disebut dengan CRM adalah proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul.<sup>4</sup>

Sedangkan mutu pelayanan adalah suatu persersi pengguna terhadap keunggulan suatu layanan. Dimana mutu pelayanan sangat berpengaruh dalam perkembangan perpustakaan. Karena dengan adanya mutu pelayanan yang bagus akan menarik banyak pemustaka yang datang ke perpustakaan. Yaitu dengan meningkatkan mutu pelayanan dalam melayani pemustaka, dilakukan agar pemustaka merasa nyaman ketika meminjam atau membaca buku di perpustakaan.<sup>5</sup>

Penerapan *customer relationship management* (CRM) Menurut lukas menyatakan bahwasannya ketika suatu perusahaan menerapkan CRM setidaknya terdapat tiga dimensi utama yaitu people (SDM), proses, dan teknologi dalam pelaksanaan penerapan CRM tersebut. Untuk lebih jelasnya akan dijabarkan pada uraian dibawah ini, yaitu :

1. SDM (*People*), peran yang sangat penting dalam manajemen hubungan pelanggan (CRM) adalah orang atau manusia. Selain itu, orang yang mengelola hubungan pelanggan (CRM) harus orang-orang yang professional atau orang-orang yang mempunyai kualifikasi yang memadai tidak hanya mengerti cara menggunakan teknologi, namun juga mempunyai kemampuan yang tangguh,

---

<sup>4</sup> Darmanto dan Wardaya, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2016); 11.

<sup>5</sup> Nafisa Asma Nurul Aulia, "Analisis Peningkatan Mutu Layanan Perpustakaan pada Minat Baca Pemustaka", *Jurnal Perpustakaan*, 2019; 234-237.

proporsial dan *smart* (mempunyai pengetahuan), mempunyai keterampilan (*skill*), sikap (*attitude*), semangat (*spirit*) dalam bekerja, disiplin, menghargai waktu, dapat menjaga kepercayaan, kredibilitas, jujur, dapat bekerja sama (*team work*), komunikatif, koordinatif, ramah tamah (*friendly*), efisien dan ekonomis.<sup>6</sup>

2. Proses (*Process*), merupakan sistem dan prosedur yang membantu karyawan dalam mengenal lebih dan menjalin hubungan baik dengan pemustaka. Dalam dimensi ini terdapat tujuh tahap yang harus dilakukan dalam penerapan CRM, yaitu : identifikasi, diferensiasi, kustomisasi, berbagi informasi, keterlibatan pemustaka, kemitraan jangka panjang, dan pemecahan masalah bersama.<sup>7</sup>
3. Teknologi (*Technology*), merupakan alat penunjang dalam melengkapi CRM. Hal ini ditujukan untuk membantu karyawan dalam mempercepat dan mengoptimalkan pelayanan kepada pemustaka. Dalam dimensi ini ada dua tahap yang harus dijalankan perpustakaan dalam menerapkan CRM, yaitu : teknologi berbasis CRM dan otomatisasi pelayanan.<sup>8</sup>

## **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu atau biasa disebut telaah pustaka merupakan kajian mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti serta menunjukkan originalitas dari penelitian. Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menguatkan penelitian ini, dalam bentuk tabel yang berupa ringkasan persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Untuk lebih mudah mengetahui sejauh

---

<sup>6</sup> Hotlan Siahan, "Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Sarana Meraih Image Positif Untuk Perpustakaan", *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, 2008; 80.

<sup>7</sup> Don Peppers and Martha Rogers, *Principles of Managing Customer Relationships*, (New Jersey : 2010); 65-66.

<sup>8</sup> Ibid; 67.

mana orinil dan posisi penelitian yang akan dilakukan. berdasarkan penelusuran hasil penelitian yang ada, berikut beberapa ditemukan beberapa karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini diantaranya :

Tabel 2.1 Persamaan, Perbedaan Penelitian, Perbedaan, Originalitas Penelitian

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1.	Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang tahun 2018.	Roisatul Mahmudah	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari segi metodenya sama-sama menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan datanya juga menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu juga sama-sama memiliki kajian yang sama terkait implementasi CRM ( <i>Customer Relationship Management</i> ).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari objek sasaran penelitian dan lokasi penelitian terdahulu berada di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang Malang, sementara penulis melakukan penelitian di Perpustakaan IAIN Kediri. Selain itu, penelitian terdahulu menjelaskan lebih implementasi CRM yang ada di Koperasi simpan pinjam. Sedangkan penulis

				menjelaskan lebih implementasi CRM di Perpustakaan.
2.	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Medan Utara tahun 2019.	Tiffani Chandrica	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari pembahasan yang sama-sama membahas terkait <i>Customer Relationship Management</i> . Dan dari tujuan juga sama-sama bertujuan untuk mengetahui SDM, proses, dan teknologi yang ada di lokasi penelitian.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari lokasi penelitian, dimana penelitian terdahulu dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (persero) Cabang Medan Utara. sedangkan penulis melakukan penelitian di Perpustakaan IAIN Kediri. Selain itu penelitian terdahulu juga menggunakan metode penelitian asosiatif dan pendekatan kualitatif, sedangkan

				penulis menggunakan metode kualitatif.
3.	Pengaruh <i>Costumer Relationship Management</i> (CRM) Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan tahun 2022.	Putri Dianti	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari pembahasannya yang sama-sama membahas terkait <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari lokasi penelitian, dimana penelitian terdahulu dilakukan di Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan. Selain itu penelitian terdahulu juga menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan angket dan kuesioner. Sedangkan penulis menggunakan metode

				<p>kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.</p>
4.	<p>Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh tahun 2020).</p>	<p>Husni Dwi Fahira</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari pembahasannya yang sama-sama membahas terkait <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari lokasi penelitian, dimana penelitian terdahulu dilakukan di Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan. Selain itu penelitian terdahulu juga menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan primer (kuesioner).</p>

				Sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.
5.	Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> pada Pemasaran Pendidikan tahun 2022.	Mamlukhah dan Durotun Ni'mah	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari segi metodenya sama-sama menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan datanya juga menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu juga sama-sama memiliki kajian yang sama terkait implementasi CRM ( <i>Customer Relationship Management</i> ).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari objek sasaran penelitian dan lokasi penelitian terdahulu berada di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, sementara penulis melakukan penelitian di Perpustakaan IAIN Kediri. Selain itu, penelitian terdahulu menjelaskan

				<p>lebih implementasi CRM di pemasaran pendidikan SMA Darussalam Tegalsari Banyuwangi. Sedangkan penulis menjelaskan lebih implementasi CRM di Perpustakaan IAIN Kediri.</p>
--	--	--	--	--

Penelitian yang dilakukan Roisatul Mahmudah 2018, dengan skripsi yang berjudul *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang*. Penelitian ini dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, Malang. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendidikan kualitatif deskriptif dimana tujuannya adalah untuk menggambarkan secara sistematis tentang fokus penelitian yang meliputi Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan datanya menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya implementasi CRM yang ada

pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lukas yaitu terdapat tiga dimensi yakni, dimensi *people* atau karyawan yang ada di BMT, pada dimensi proses yang menurut Pepper and Rogers terdapat tujuh tahap, namun hasil penelitian menunjukkan bahwasannya implementasi CRM pada dimensi proses ini hanya enam tahap yaitu identifikasi, kustomisasi, berbagi informasi, keterlibatan anggota, kemitraan jangka panjang, serta pemecahan masalah bersama, tahap diferensiasi tidak berlaku di BMT. Sedangkan pada dimensi teknologi terdapat dua tahap yaitu teknologi berbasis CRM dan otomatisasi layanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tiffani Chandrica 2019, dengan skripsi yang berjudul *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Medan Utara*. Penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Medan Utara, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) cabang Medan Utara, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer relationship management* yang berkaitan dengan teknologi, proses, dan sumber daya manusia terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) cabang Medan Utara. selain itu, penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dan pendekatan kuantitatif, dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 100 nasabah, dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan nasabah terhadap masing-masing variable. Teknik pengumpulan data berupa menyebar kuesioner kepada nasabah kemudian data yang sudah dikumpulkan dianalisa menggunakan program

aplikasi SPSS (*statistical product and service solutions*) versi 22.0 (2019). Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi (uji normalitas, uji multikolinearitas uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda meliputi (uji t, uji F, koefisien determinasi). Kesimpulan dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan dimensi teknologi *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah, ada juga pengaruh positif dan signifikan dimensi proses *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah, dan ada pengaruh positif dan signifikan dimensi SDM *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Medan Utara.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Dianti 2022, dengan skripsi berjudul *Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan*. Penelitian ini dilakukan di rumah sakit umum daerah selasih kabupaten pelalawan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Costumer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengobatan pada rumah sakit umum daerah selasih kabupaten pelalawan. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pengunjung yang menggunakan BPJS dan Non BPJS pada tahun 2021, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan rumus *slovin* yang berjumlah 72 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa

pengobatan pada rumah sakit umum daerah selasih kabupaten pelalawan. Besarnya pengaruh CRM terhadap kepuasan konsumen sebesar 78%.

Penelitian yang dilakukan oleh Husni Dwi Fahira 2020, Dengan skripsi berjudul *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh, dengan menggunakan unsur *Customer Relationship Management*. Penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah KC Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer (kuesioner). Metode analisis data yang digunakan adalah model *regresi linier* sederhana. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* dan pengujian data tingkat signifikan 5%. Hasil penelitian ini meliputi *Continuity Marketing*, *One to One Marketing*, dan *Partnering Programme* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh.

Penelitian ini dilakukan oleh Mamlukhah dan Durotun Ni'mah, berupa Jurnal Tarbiyatuna, Vol. 3, No. 1 tahun 2022. Dengan judul *Implementasi Customer Relationship Management pada Pemasaran Pendidikan*. Penelitian ini bertujuan mengetahui implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pemasaran pendidikan di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan datanya melalui analisis data menggunakan teori Miles & Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi. wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah

melaksanakan wawancara dan observasi, ditemukan bahwa implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) pemasaran pendidikan di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi menggunakan konsep fungsi manajemen yang dimulai dari tahap : perencanaan, yakni dengan menyiapkan beberapa pihak yang terkait dalam program kegiatan, menyusun perangkat pemasaran pendidikan dan menyiapkan pemasaran pendidikan yang sesuai dengan visi, misi serta tujuan sekolah. Pelaksanaan dalam implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) pemasaran pendidikan yang dilakukan adalah memanfaatkan alat teknologi canggih yaitu internet sebagai penunjang untuk mempromosikan sekolah, penyebaran brosur, mendatangi sekolah-sekolah tingkat SLTP terutama sekolah *intern* (dalam satu yayasan) dan melakukan kunjungan terhadap masyarakat-masyarakat kurang mampu. Evaluasi yang dilakukan yaitu langsung dari kepala sekolah dan siapapun yang memberikan kritik dan saran tentang bagaimana realisasinya dan bila terjadi kendala maka dicari solusi agar kualitas pendidikan selalu terjaga.