

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI LOYALITAS
RESELLER-SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (SURVEY PADA
RESELLER QUEEN DAWET SIDOARJO JAWA TIMUR)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Kewirausahaan
Program Studi Kewirausahaan**



Diajukan Oleh :

**FAJRIAL HAKIM
22014010024/FEB/EK**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI LOYALITAS SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* (SURVEY PADA *RESELLER* QUEEN DAWET
SIDOARJO JAWA TIMUR)**

Disusun Oleh:
Fajrial Hakim
22014010024/FEB/EK

**Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 18 Juni 2026**

Pembimbing Utama

Arief Budiman, S.AB., M.AB
NIP.21219921008354

Tim Penguji

Ketua

Devinta Nur Arumsari, S.E., M.E
NIP.21219920410357

Anggota

Muhammad Akmal Husein S.SI., M.Sc
NIP.21119901113355

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Ec.Tri Kartika Pertiwi, M.Si.CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fajrial Hakim
NPM : 22014010024
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari Karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh Orang/Lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan


Fajrial Hakim
22014010024

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Loyalitas *Reseller* Sebagai Variabel *Intervening* (Survey Pada *Reseller* Queen Dawet Sidoarjo Jawa Timur)** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan pada Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, diantaranya kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta semangat tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU., CHRA., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pratiwi, M.Si., CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Ibu Hesty Prima Rini, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Bapak Arief Budiman S.Ab,M.Ab. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, serta meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta pembelajaran selama masa perkuliahan.

7. Seluruh teman-teman angkatan 2022 sebagai angkatan pertama Program Studi Kewirausahaan yang telah memberikan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
8. Kepada saudara dan teman-teman "Anak Lanang" KWU , PSHT UPN, Himpunan Mahasiswa Islam UPN, Timnas Futsal FEB, Serta Koordinator UKM UPN yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan perkuliahan penulis sejak awal semester hingga proses penyusunan skripsi ini, kebersamaan, dukungan, motivasi, hiburan, canda tawa, serta berbagai momen keseruan sehingga menciptakan cerita yang berarti selama masa perkuliahan.
9. Kepada seluruh Senior dan Tenaga Pendidik yang turut menemani hingga memberikan ilmu - ilmu yang berharga bagi Penulis.
10. Seseorang perempuan yang penulis kenal sejak masa Kuliah yang setia membersamai penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas segala dukungan, perhatian, motivasi, doa, serta kehadiran yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis melewati berbagai proses selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kewirausahaan.

Surabaya, 20 Juni 2026
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Batasan Penelitian	11
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Tinjauan Teori.....	13
2.2.1 Customer Relationship Management (CRM).....	13
2.2.2 Loyalitas <i>Reseller</i>	16
2.2.3 Kinerja Pemasaran	18
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis.....	21
2.5 Hubungan Antar Variabel	22
2.5.1 Hubungan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Reseller	22
2.5.2 Hubungan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kinerja Pemasaran.....	22
2.5.3 Hubungan Loyalitas Reseller terhadap Kinerja Pemasaran	23
2.5.4 Hubungan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kinerja Pemasaran melalui Loyalitas Reseller.....	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Pendekatan Penelitian	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	26

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.3.1 Variabel Independen	26
3.3.2 Variabel <i>Intervening</i>	28
3.3.3 Variabel Dependen	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	30
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	31
3.5.1 Jenis Data.....	31
3.5.2 Sumber Data	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	33
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.7.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	35
3.7.2 Evaluasi Model Struktural (Inner model).....	40
3.7.3 Pengujian Hipotesis	42
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2 Karakteristik Responden	47
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	50
4.3.1 Deskripsi Variabel Customer Relationship Management (CRM).....	50
4.3.2 Deskripsi Variabel Loyalitas Reseller	51
4.3.3 Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran.....	52
4.4 Hasil Analisis Data.....	53
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	53
4.4.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	58
4.5 Pembahasan.....	64
4.5.1 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Reseller	64
4.5.2 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kinerja Pemasaran	65
4.5.3 Pengaruh Loyalitas Reseller terhadap Kinerja Pemasaran	66
4.5.4 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Loyalitas Reseller	68

BAB V	71
PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	72
5.3 Saran.....	74
5.3.1 Saran Praktis	74
5.3.2 Saran Akademis	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia 2024.....	2
Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Queen Dawet 2025	4

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator CRM.....	28
Tabel 3.2 Indikator Loyalitas Reseller.....	29
Tabel 3.3 Indikator Kinerja Pemasaran	30
Tabel 3.4 Instrumen Skala Likert.....	33
Tabel 3.5 Analisis Statistik Deskriptif.....	34
Tabel 3.6 Kriteria Uji Validitas Konvergen.....	36
Tabel 3.7 Kriteria Fornell-Larcker.....	37
Tabel 3.8 Kriteria HTMT.....	38
Tabel 3.9 Kriteria Uji Reabilitas.....	40
Tabel 3.10 Kriteria Koefisiensi Determinasi	40
Tabel 3.11 Kriteria Effect Size Upsilon.....	41
Tabel 3.12 Kriteria Predictive Relenvace	42
Tabel 3.13 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	44
Tabel 4.1 Usia Responden	47
Tabel 4.2 Reseller Aktif.....	48
Tabel 4.3 Wilayah Pemasaran.....	48
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Variabel Customer Relationship Management...50	
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Reseller.....	51
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kinerja Pemasaran	52
Tabel 4.8 Nilai Outer Loading	54
Tabel 4.9 Construct Reliabiliy and Validity	55

Tabel 4.10 Hasil HTMT.....	56
Tabel 4.11 Hasil Fornell-Larcker Criterion	57
Tabel 4.12 Path Coefficient	58
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.14 Mediasi Upsilon.....	60
Tabel 4.15 Perhitungan Q - Square.....	61
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis	62
Tabel 4.17 Indirect Effect	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuisisioner	79
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	81
Lampiran 3. Hasil Olah Data PLS	83

ABSTRAK

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (SURVEY PADA *RESELLER* QUEEN DAWET SIDOARJO JAWA TIMUR)

Fajrial Hakim
22014010024 / FEB / EK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kinerja Pemasaran melalui Loyalitas Reseller sebagai variabel *intervening* pada Queen Dawet Sidoarjo, Jawa Timur. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya ketergantungan Queen Dawet terhadap reseller sebagai saluran distribusi utama, sehingga pengelolaan hubungan dengan reseller menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha dan pencapaian kinerja pemasaran. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Customer Relationship Management (CRM) sebagai variabel independen, Loyalitas Reseller sebagai variabel *intervening*, dan Kinerja Pemasaran sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada reseller aktif Queen Dawet. Sampel penelitian berjumlah 36 reseller yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Relationship Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Reseller. Namun, Customer Relationship Management berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Loyalitas Reseller juga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Selain itu, Loyalitas Reseller tidak mampu memediasi pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kinerja Pemasaran secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan CRM pada Queen Dawet lebih efektif dalam membangun loyalitas reseller dibandingkan meningkatkan kinerja pemasaran secara langsung maupun tidak langsung.

Kata Kunci: Customer Relationship Management (CRM), Loyalitas Reseller, Kinerja Pemasaran, PLS-SEM, UMKM.