UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH MANAJEMEN KETERHUBUNGAN PELANGGAN PADA RETENSI PELANGGAN: STUDI PADA PERUSAHAAN RENTAL MULTIMEDIA DI YOGYAKARTA
Alma Allegra, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguji pengaruh manajemen keterhubungan pelanggan pada retensi pelanggan dalam konteks perusahaan rental multimedia di Daerah Istimewa Yogyakarta. Faktor-faktor yang dianalisis mencakup fokus utama pelanggan, organisasi manajemen keterhubungan pelanggan, manajemen pengetahuan, dan manajemen keterhubungan pelanggan berbasis teknologi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei daring melalui formulir Google. Data dikumpulkan dari 325 responden, kemudian diseleksi sehingga diperoleh 252 responden yang layak dianalisis. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan pada retensi pelanggan. Manajemen keterhubungan pelanggan berbasis teknologi menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan hubungan pelanggan melalui orientasi pelanggan, kesiapan organisasi, pengelolaan pengetahuan, dan pemanfaatan teknologi berperan penting dalam mempertahankan pelanggan pada perusahaan rental multimedia.

Kata Kunci: manajemen keterhubungan pelanggan, fokus utama pelanggan, organisasi manajemen keterhubungan pelanggan, manajemen pengetahuan, teknologi, retensi pelanggan, rental multimedia.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH MANAJEMEN KETERHUBUNGAN PELANGGAN PADA RETENSI PELANGGAN: STUDI PADA PERUSAHAAN RENTAL MULTIMEDIA DI YOGYAKARTA
Alma Allegra, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to identify and examine the effect of customer relationship management on customer retention in multimedia rental companies in the Special Region of Yogyakarta. The factors analyzed include customer focus, customer relationship management organization, knowledge management, and technology-based customer relationship management.

This study employed a quantitative approach using an online survey through Google Forms. Data were collected from 325 respondents and screened, resulting in 252 valid respondents for further analysis. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.0 software.

The results show that all independent variables have a positive and significant effect on customer retention. Technology-based customer relationship management has the most dominant effect. These findings confirm that customer relationship management through customer orientation, organizational readiness, knowledge management, and technology utilization plays an important role in retaining customers in multimedia rental companies.

Keywords: *customer relationship management, customer focus, customer relationship management organization, knowledge management, technology, customer retention, multimedia rental.*

.