

# UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

School Of Business Management  
Departement Of Management  
Bachelor Degree  
Even Semester 2014/2015

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT TO BRAND EQUITY AND IMPACT ON CUSTOMER EQUITY  
(CASE STUDY : PT PUTRA KARYA NUGRAHA, BSD CITY)**

**Ardy Setya Nugraha**  
**1401128800**

***Abstract***

*The aim of this research is to know and understand the influence of Customer Relationship Management to Brand Equity dan the impact to Customer Equity of Putra Karya Nugraha Corporation which concern in trading. The approachment of this research is quantitaive through survey method by using questioner to collect data. The sample of this research is 100 consumers of Putra Karya Nugraha Corporation. The analysis method in this research is Path analysis. The result of this reseacrh is Customer Relationship Management significantly increases the Brand Equity by 57,7%. Next, Customer Relationship Management also significantly increases the Customer Equity by 26,11%. Last, the Brand Equity significantly increases the Customer Equity by 4.48%. This research suggests Putra Karya Nugraha Corporation to evaluate and increase its product information to maintain the relationship with customer and strengthen the Brand Equity, so it can create Cutomer Equity.*

***Key words*** : Customer Relationship Management, Brand Equity And Customer Equity

# UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

School Of Business Management

Jurusan Management

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Genap tahun 2014/2015

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP  
*BRAND EQUITY* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *CUSTOMER EQUITY* (STUDI  
KASUS : PT PUTRA KARYA NUGRAHA, BSD CITY)**

**Ardy Setya Nugraha**

**1401128800**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Brand Equity* dan dampaknya pada *Customer Equity* PT Putra Karya Nugraha yang bergerak dalam bidang *trading*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode survei dengan kuisisioner sebagai alat untuk memperoleh data. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen PT Putra Karya Nugraha. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis *Path*. Hasil dalam penelitian ini adalah *Customer Relationship Management* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Equity* sebesar 57.7%. Kemudian *Customer Relationship Management* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Equity* sebesar 26.11% pada. Kemudian *Brand Equity* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Equity* sebesar 4.48%. Penelitian ini memberikan saran kepada PT Putra Karya Nugraha agar dapat meningkatkan dan mengevaluasi informasi produk untuk memperthankan hubungan dengan pelanggan dan memperkuat ekuitas merek sehingga dapat menciptakan ekuitas pelanggan.

**Kata Kunci :** *Customer Relationship Management, Brand Equity* dan *Customer Equity*