



**ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus : Salon Yayak Kota Probolinggo)

KABUPATEN PROBOLINGGO

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**FARAH FAUZIAH SAID
NIM. 13. 104. 11101**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Mei, 2017

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Pengaruh *Customer Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : Salon Yayak Kota Probolinggo)”, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jum’at

Tanggal : 12 Mei 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Nurul Qomariah, MM.

NPK. 06 03 426

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Anwar, M. Sc

Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si.

NPK. 85 03 125

NPK. 84 07 039

Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Prodi

Dr. Arik Susbiyani, M. Si.

Drs. Anwar, M. Sc

NPK.01 09 289

NPK. 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu di panjatkan karena kehadiran Allah Yang Maha Esa yang penuh dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tanpa kendala.

Penelitian ini diambil atau diteliti karena adanya permasalahan dengan kualitas antar salon yang bersaing. Tema penelitian kali ini berjudul, “*Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon Yayak Kota Probolinggo*”.

Ucapan terimakasih selalu terhaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan kepada semua pihak yang terkait yang sudah banyak mendukung dan membantu baik berupa gagasan, id, pemikiran dan tenaga.

Peneliti sangat berharap penelitian ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan mengenai dunia pemasaran khususnya customer relationship marketing dan loyalitas pelanggan. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penelitian ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna.

Semoga skripsi yang sederhana ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya dan dapat berguna bagi penulis maupun orang yang membacanya. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan.

Jember, 15 Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

| | |
|----------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PEMBIMBINGAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GRAFIK..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |

| | |
|--|----|
| 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4 Manaat Penelitian | 6 |
| BAB II : TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Tinjauan Teoritis | 7 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 7 |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 Customer Relationship Marketing | 8 |
| 2.1.4 Loyalitas Pelanggan | 13 |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 15 |
| 2.3 Hipotesis dan Kerangka Konseptual | 17 |
| BAB III : METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Identifikasi Variabel | 22 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel | 22 |
| 3.3 Desain Penelitian..... | 24 |
| 3.4 Jenis Data | 24 |
| 3.5 Populasi dan Sampel Penelitian | 25 |
| 3.6 Tehnik Pengambilan Sampel..... | 25 |
| 3.7 Tehnik Pengumpulan Data | 26 |
| 3.8 Tehnik Analisis Data | 27 |
| 3.8.1 Uji Instrumen Data | 27 |
| 3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda | 27 |
| 3.9 Uji Asumsi Klasik | 28 |

| | |
|--|----|
| 3.10 Uji Hipotesis..... | 30 |
| 3.11 Analisis Koefisien Determinasi..... | 31 |
| BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Gambaran Umum Salon Yayak..... | 32 |
| 4.2 Aspek Personalia | 33 |
| 4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja..... | 33 |
| 4.2.2 Jam Kerja..... | 33 |
| 4.2.3 Sistem Upah | 33 |
| 4.3 Aspek Pemasaran | 34 |
| 4.3.1 Daerah Pemasaran | 34 |
| 4.3.2 Cara Penjualan dan Pembayaran | 34 |
| 4.4 Gambaran Umum Responden | 34 |
| 4.4.1 Deskriptif Statistik Responden..... | 34 |
| 4.4.2 Analisis Deskriptif..... | 37 |
| 4.4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Understanding Costumer Expectation</i> (X1)..... | 37 |
| 4.4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Building Service Partnership</i> (X2)..... | 38 |
| 4.4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Total Quality Management</i> (X3) | 39 |
| 4.4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Empowering</i> | |

| | |
|---|----|
| <i>Employees</i> (X4)..... | 40 |
| 4.4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Loyalitas Pelanggan</i> (Y) | 41 |
| 4.5 Uji Instrumen Data | 43 |
| 4.5.1 Uji Validitas | 43 |
| 4.5.2 Uji Reabilitas..... | 44 |
| 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda | 45 |
| 4.6.1 Uji Asumsi Klasik | 48 |
| 4.6.2 Uji Hipotesis..... | 50 |
| 4.7 Pembahasan..... | 53 |
| BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan..... | 56 |
| 5.2 Saran..... | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I : Pengantar Kuisioner

LAMPIRAN II : Petunjuk Pengisian Kuisioner

LAMPIRAN III : Kuisioener Penelitian

LAMPIRAN IV : Rekapitulasi Kuisioner

LAMPIRAN V : Frekuensi Pernyataan Responden

LAMPIRAN VI : Uji Validitas

LAMPIRAN VII : Uji Reliabilitas

LAMPIRAN VIII:Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis

LAMPIRAN IX : Penelitian Terdahulu

LAMPIRAN X : Surat Izin Riset Penelitian

LAMPIRAN XI : Balasan Surat Riset Penelitian

LAMPIRAN XII : Dokumentasi Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Afan, Doni dkk (2010). *Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Pemasaran Hubungan Pelanggan Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Ah, K.K. and Wan, Y.L. (2006). The effect of service recovery on customer satisfaction. *Journal of Service Marketing*, vol 20, no. 2, pp. 101-111. Retrieved 2006, from ABI/INFORM (Proquest) database.
- Ajeng, Sukma (2016). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.
- Anderson, J.C. & Narus, J.A (1990). A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships. *Journal of Marketing*, vol. 54, pp. 42-58. Retrieved January, from ABI/-INFORM (Proquest) database.
- Anwar (2016), *Kajian Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty (Loyalitas Mahasiswa)*, Universitas Muhammadiyah Jember. Jember
- Barnes, J. G. (2003). *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Barney, J.B., & Hansen, M. H. (1994). Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage. *Journal of Strategic Management*, vol. 15, pp. 175-190. Retrieved 1994.
- Bennett, George, 1996, “Relationship Formation and Governance in Consumer Markets: Transactional Analysis Versus The Behaviorist Approach” *Journal of Marketing Management* 12 (5): 417-436
- Blackwell,R., Miniard,P.W and Engel, James, 1995, *Perilaku Konsumen (F.X. Budiyanto, Trans)*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Bowen, J.T. & Shoemaker, S. (1998). *Loyalty: A Strategic Commitment*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, vol. 39, iss. 1, pp. 12-25. From ABI/INFORM (Proquest) database.
- Bowo, N.H. (2003, May). Analisis pengaruh keper-cayaan untuk mencapai hubungan jangka panjang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. vol.2. no. 1. Retrieved May, 2003, pp. 85-92.
- Brown, Carolyn Shaw; Beth, Suzler-Azaroff, 1994, “An Assessment Of The Benda-pudi, Neeli and Leonard L. Berry, 1997, “Customer’s Motivation for Maintaining Relationship with Service Providers,” *Journal of Retailing*,

- Vol. 73, pp.15- 37. Relationship Between Customer Satisfaction and Service Friendliness". Journal Of Organization Behavior Management, Vol.14 Iss.2, pp. 55-75*
- Chan, S. (2003). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Dayal, S. (2001). *Building Trust On-line*. The McKinsey Quarterly, vol. 4.
- Didik, Isnadi, SE (2005). *Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Nilai Nasabah dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dinda, Frismandiri (2008), *Implemetasi Relationship Marketing Untuk Menciptakan Customer Satisfaction*, Universitas Kanjuruhan Malang. Malang.
- Doney, P.M. & Cannon, J.P. (1997, April). An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, vol 61, No.2, pp. 35-51. Retrieved 1997, from ABI/INFORM (Proquest) database.
- Dwyer, F.R., Schurr, P.H., & Oh, S. (1987). Develop-ing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, vol. 51, no. 1, pp. 11-27. Retrieved 1987, from (Proquest) database.
- Ferdinand, A. (2002). Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen. Semarang: BP Undip.
- Fornell, C Johnson, MD Anderson, EW Cha, and Bryant BE, 1996, "The American Customer
- Gronroos, Christian, 1990, "Relationship Approach to The Marketing Function in Service Contexts", **Journal of Business Research** 29 (1): 3-12
- Gronroos, Christian, 1994, "The Marketing Strategy Containuum: Toward A marketing Concept for the 1990's", **Management Decision** 29(1): 7-13
- Gummesson, Event, 1994, "Marketing Relationship Marketing Operational", **Service Industry Management** 5(5): 5-20
- Harniza, Harun (2011). *Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Muamalat Cabang Jambi*. Universitas Jambi, Jambi.
- Hatane, Semuel (2012). *Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional*. Universitas Kristen Petra Surabaya, Surabaya.

- Hughes, Arthur Middleton, 1999, “ Using Information to build and Maintain Relationship with Tour Customer,” **Relationship Marketing Reports**, vol III, Issue VIII, September
- Khoe, Yaou Tung, 1997, “Relationship Marketing Strategi Kemampulabaan jangka panjang,” **Usahawan** No.03 Th.XxviI, Maret , 1997.
- Kohli, Ajay J., & Jaworski, B.J., 1990, “Market Orientation: The Contract, Research Propositions, and Managerial Implications”, **Journal of Marketing** 54:1-18.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2006, *Marketing management*. (12th ed.), Prentice Hall, New Jersey. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern Vol. 3 No.1 Januari - Juni 2011 ISSN 2085-0972 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi (75).
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kesebelas), PT. Indeks KelompokGramedia, Jakarta.
- Lee, Moonkyu and Lawrence F. Cunningham, 2001, “*A Cost/Benefit Approach To Understanding Service Quality.*” *Journal of Service Marketing*, Vol. 15 No. 2,pp.113-130.
- McIlroy, A. and S. Barnett (2000), ”Building Customer Relationships: Do Discount Cards Work ?,” *Managing Service Quality*, Vol 10, No 6, pp. 347-355.*Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, Gramedia, Jakarta.
- Palilati, Alida, 2007, “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan”, *Skripsi Tidak Dipublikasi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Palmer, A. (1994), “Relationship Marketing: Back to Basics?”, “ *Journal of MarketingManagement*, Vol 10, pp. 571-579.
- Pamariadinata, Frieska, 2008, “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Hubungan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada radio Trax fm Semarang)”, *Skripsi Tidak Dipublikasi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ryals, L. and S. Knox (2001), “Cross-Functional Issue in the Implementation of Relationship Marketing Through Customer relationship Management,” *European Management Journal*, Vol 19, No 5, pp. 534-542.
- Satisfact Tjiptono, Fandy, 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia publishing, Malang.
- Sheth, J.N. & Mittal, Banwari, 2004, *Customer behavior : a managerial perspective*. Thomson Learning, Amerika.

- Sierra, Jeremy J, Shaun mcQuity. 2005, “*Service Providers and Customers: Social Exchange Theory and Service Loyalty*”. *Journal Of Services Marketing*, vol 19 no 6 pp 392-400.
- Sugiono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Jakarta.
- Sutopo (2011), *Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Oli Pelumas PT. Pertamina 9PERSERO Enduro 4T*, Kumbokarno Borneo.
- Tjiptono, F. 1997, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Tsai, Wei-Chi, Yin-Mei Huang, 2002, “*Mechanism Linking Employee Affective Delivery and Customer Behavioral Intentions*”. *Journal Of Applied Psychology*, vol 87, Iss 5,pp.1001.
- Wibowo, S., 2006, “*Implementasi Relationship Marketing Pada Industri Hospitality*”, *Utilitas*, Vol 14 No 2, Juni, Hal 178-196.