



**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**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Farah Fauziah Said

NIM : 1310411101

Prodi : S1 - Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SALON YAYAK KOTA PROBOLINGGO” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, dan saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 15 Mei 2017

Yang menyatakan,



Farah Fauziah Said

NIM. 13 1041 1101

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SALON YAYAK KOTA  
PROBOLINGGO**

Oleh :

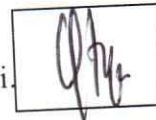
Farah Fauziah Said

NIM. 13 1041 1101

Pembimbing Utama : Drs. Anwar, M. Sc.



Pembimbing Pemdamping : Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si.



## 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

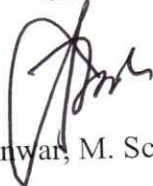
Tim Penguji,



Dr. Nurul Qomariah, MM.

NPK. 06 03 426

Anggota I,



Drs. Anwar, M. Sc

NPK. 85 03 125

Anggota II,



Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si.

NPK. 84 07 039

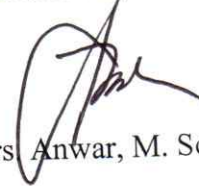
Mengesahkan,



Dr. Anik Susbiyanti, M. Si.

NPK. 01 09 289

Ketua Prodi



Drs. Anwar, M. Sc

NPK. 85 03 125

## MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur (terhadap karunia Allah).”

(Q.S. Yusuf: 87)

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman.”

(Q.S. Al-Imran: 139)

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, ALLAH mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(Al-Baqarah : 216 )

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah Yang Maha Esa, yang telah memberikan waktu, kesehatan serta kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Kedua orang tua tercinta, yang telah banyak mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanannya selama ini.
3. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M. Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Drs. Anwar , M. Sc. sebagai Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu dan mempermudah proses pengajuan skripsi.
5. Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti.
6. Kedua dosen pembimbing, Bapak Drs. Anwar , M. Sc. sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si. sebagai Dosen Pembimbing II yang sudah banyak membantu serta membimbing peneliti dengan sabar hingga akhir penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu kelancaran skripsi peneliti hingga akhir.
8. Muhammad Iqbal Mirza Fahriza tersayang, yang telah banyak membantu, mendukung, memberikan ide dan gagasan kepada peneliti dari awal pengajuan judul hingga akhir penyelesaian skripsi.
9. Teman – teman seperjuangan yang telah banyak membantu, mendukung, dan mengorbankan waktunya untuk saling bertukar pendapat dan memberikan solusi dan informasi mengenai skripsi ini hingga akhir.
10. Semua orang yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu dan telah banyak berpartisipasi dan mendukung dalam penyelesaian skripsi.
11. Almamater yang peneliti banggakan yakni Universitas Muhammadiyah Jember.

## ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji signifikan *customer relationship marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan. Pada penelitian ini pengambilan sampel sebanyak 50 responden yang mengunjungi Salon Yayah dengan menggunakan kuisioner. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS 21. Hasil uji t menunjukkan signifikansi *Understanding Customer Expectation* (0,044), *Building Service Partnership* (0,019), *Total Quality Management* (0,002), dan *Empowering Employees* (0,000) lebih kecil dari signifikansi 0,05 sehingga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 sehingga secara simultan *Understanding Customer Expectation*, *Building Service Partnership*, *Total Quality Management*, dan *Empowering Employees* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 58,8% loyalitas pelanggan Salon Yayah dipengaruhi oleh *Understanding Customer Expectation*, *Building Service Partnership*, *Total Quality Management*, dan *Empowering Employees*, sedangkan sisanya sebesar 41,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti keragaman produk, kepuasan pelanggan dan lain – lain.

**Kata Kunci:** *understanding customer expectation, building service partnership, total quality management, empowering employees* dan *loyalitas pelanggan*.

## ABSTRACT

This research has purpose to test signifikan customer relationship marketing to Customer Loyalty. In this research, 50 respondents sampled visiting Yayak Salon by using questionnaire. Sampling technique used is Non Probability Sampling with Purposive Sampling approach. Analyzer uses multiple linear regression with SPSS 21 software. The result of t test shows significance of Understanding Customer Expectation (0,044), Building Service Partnership (0,019), Total Quality Management (0,002), and Empowering Employees (0.000) less than 0.05 So that partially have a positive and significant impact on customer loyalty. Hail F test shows a significance value of 0.000 smaller than the significance value of 0.05 so that simultaneously Understanding Customer Expectation, Building Service Partnership, Total Quality Management, and Empowering Employees have a positive and significant impact on customer loyalty. The determination coefficient test shows that 58.8% of customer loyalty of Salon Yayak is influenced by Understanding Customer Expectation, Building Service Partnership, Total Quality Management and Empowering Employees, while the rest of 41,2% is influenced by other variables outside model or equation, such as product diversity , Customer satisfaction and others.

**Kata Kunci:** *understanding customer expectation, building service partnership, total quality management, empowering employees dan loyalitas pelanggan.*



## 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 Yapak 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
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4. Manaat Penelitian.....	6
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
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</i> <i>Expectation (X1)</i> .....	37
4.4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Building Service</i> <i>Partnership (X2)</i> .....	38

4.4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Total Quality Management</i> (X3) .....	39
4.4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Empowering 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
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>58</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Salon Yang Ada di Kota Probolinggo.....	2
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	35
Tabel 4.2 Usia Responden.....	35
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	36
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Understanding</i> <i>Customer Expectation</i> .....	37
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Building Service Partnership</i> .....	38
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Total Quality Management</i> .....	39
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Empowering Employees</i> .....	41
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji F .....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Pengantar Kuisioener
- LAMPIRAN II : Petunjuk Pengisian Kuisioener
- LAMPIRAN III : Kuisioener Penelitian
- LAMPIRAN IV : Rekapitulasi Kuisioener
- 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