



**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*
(CRM) TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP
PUSKESMAS**

(Studi Kasus pada Puskesmas Sumbersari Jember)

SKRIPSI

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

Oleh :

Aprilia Tri Wahyuningtyas

NIM. 14. 1041. 1004

**FAKLUTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

JULI, 2018

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* (CRM) TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP PUSKESMAS (Studi Kasus pada Puskesmas Sumpersari Jember)** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Bayu Wijayanti, SE, MM

NPK. 10 09 661

Anggota 1,

Anggota 2,

Maheni Ika Sari, SE, MM

NPK 197708112005012000

Akhmad F Rozi, SE, MM

NPK

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, S.E. M.Si.

NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M. Sc

NPK 85 03 125

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayahnya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* (CRM) TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP PUSKESMAS (Studi Kasus pada Puskesmas Sumpalsari Jember)**

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M. Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan A. Fahrur Rozi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bayu Wijayanti, SE, MM selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staff Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Puskesmas Sumpalsari Jember yang telah memberikan ijin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Terima kasih Ayah dan Ibu ku tercinta dan tersayang, Bapak Mujino dan Ibu Sudarmi dan tak lupa Makti sebagai orangtua kedua dalam hidupku, Lilin penikasari, Dwi Rusmita Sari kakak saya terimakasih untuk do'a yang selalu ada di setiap helai nafas, untuk cinta dan kasih sayang yang tidak akan bisa digantikan oleh siapapun.
8. Terima kasih Kepada seseorang yang selalu ada buatku Teguh Priambodo yang telah memberikan saya support, dukungan dan do'a serta yang slalu menemani.
9. Terimakasih untuk Gengs Rame Rodiatul Hasanah, Ingkam Wahyu D dan Silvia Arista yang telah menjadi teman dari maba yang memberikan support sera Do'a.
10. Terimakasih Kepada Grup Bangsa 28Squad Albani Nur A, Anindia M, Yunia Indah P, Saskia dan Olivia Yusiana yang selalu memberikan support, dukungan dan Doa.
11. Terimah kasih untuk teman seperjuangan Fanida Anggraini, Tri Ayu S, yang selalu setia menemani.
12. Terimakasih Kepada Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Islam yang telah mengajarku berbagai hal dan selalu memberikan support.
13. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan

kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu , penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 12 Juli 2018

Penyusun

Aprilia Tri Wahyuningtyas



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Konsep Pemasaran	11
2.1.3 Pasien	11
2.1.4 <i>Customer Relationship Marketing</i>	14
2.1.5 Tujuan <i>Relationship Marketing</i>	16
2.1.6 Indikator <i>Relationship Marketing</i>	16
2.1.6.1 Kepercayaan	17
2.1.6.2 Komitmen	19

2.1.6.3 Komunikasi	20
2.1.6.4 Penanganan Konflik	22
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	23
2.1.8 Karakteristik Pasien Puskesmas	29
2.1.9 Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Pemasaran	30
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis.....	34
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Identifikasi Variabel.....	37
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.3 Desain Penelitian	39
3.4 Jenis Data	40
3.5 Populasi dan Sampel	40
3.6 Tehnik Pengambilan Sampel	41
3.7 Tehnik Pengumpulan Data	42
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1 Uji Instrumen Data	43
3.8.1.1 Uji Validitas	43
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.8.2 Uji Asumsi Kalsik	44
3.8.2.1 Uji Multikolinearitas	44
3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas	45
3.8.2.3 Uji Normalitas	45
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.8.4 Uji Hipotesis	47
3.7.3 Uji t.....	47
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48

BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Ojek Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Puskesmas Sumbersari Jember.....	49
4.1.2 Motto, Nilai, Visi, Misi dan Kebijakan Puskesmas	50
4.1.3 Struktur Organisasi	52
4.1.4 Ketenagaan dan Personalia	53
4.2 Deskripsi Statistik Responden	54
4.3 Analisis Data	55
4.3.1 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden.....	55
4.3.2 Uji Instrumen Data.....	64
4.3.2.1 Uji Validitas	64
4.3.2.2 Uji Reabilitas.....	66
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.3.1 Uji Multikolinearitas	66
4.3.3.2 Uji Heterokedastisitas	67
4.3.3.3 Uji Normalitas	68
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	72
4.3.5.1 Uji t	72
4.3.5.2 Uji Koefisien Determinasi	73
4.4 Pembahasan.....	74
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Mohammad Muzahid et. al (2009:26). *Impact or Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty*. ABAC Journal Vol.29 No.1 : 24-38
- Allen, N. J., and Meyer, J. P. (1990). *The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization*. Journal of Occupational Psychology, 1-18.
- Anderson, et. al. (1994), *Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden*. Journal of Marketing. Vol.58, p.53-66.
- Ali, Hasan. 2009. *Marketing Edisi Baru*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Assael, H. (2004), *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, 6th ed. Boston. MA: Houghton Mifflin Company.
- A.Z. Nasutuion, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001),
- Ball, Donald. A. et.al. 2004. *Bisnis Internasional: Tantangan Persaingan Global*, terjemahan Syahrizal Noor. PT: Salemba Emban Patria: Jakarta.
- Bennett Rebekah, et.al.2000. *Trust, Commitment And Attitudinal Brand Loyalty: Key Constructs In Business-To-Business Relationships*. ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge.
- Bruce Andy dan Ken Langdon, 2004, *Putting Customer First*, Zeenith Publisher, Yogyakarta.
- Callaghan et al, 1995. *Dimensions of s Relationship Marketing orientation:an Empirical exposition, Proceeding of The Seventh Biannual World Marketing Congress*, Melbourne, Australia, July, Vol. VII-II, pp. 10-65
- Capel dan Ndubisi (2011) *The antecedents of relationship quality in Malaysia and New Zealand*. International Journal of Quality & Reliability Management, 28(2), 233-248.
- Chattananon, A., Trimetsoontorn, J., 2009, "Relationship marketing: a Thai case", International Journal of Emerging Markets, 4(3): 252-274
- Chan, Syafruddin. 2003. *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Christoper Lovelock dan Lauren K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks

- DepKes RI Dirjen YanMed. Pedoman Pengelolaan Rekam Medis Rumah Sakit di Indonesia. Jakarta : DepKes.2006
- DepKes RI. PERMENKES No. 269/MENKES/PER/III/2008 tentang Rekam Medis. Jakarta : DepKes.2008
- DepKes RI. PERMENKES No. 290/MENKES/PER/III/2008 tentang Persetujuan Tindakan Kedokteran. Jakarta : DepKes.2008
- D. Sirdeshmukh, J. S. (2002). *Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges*. Journal of Marketing, Vol. 66 No. 1, 15-37.
- Diah.2015.”*Analisa Pengaruh Brand Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Brand Trust, Customer Satisfaction dan Customer Intimacy Sebagai Variabel Intervening Pada Kiehl’s Surabaya*”, Vol.1 No. 1, Februari 2015.
- Fandi Tjiptono. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta
- Tjiptono, 2006,*Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Farida Jasfar, 2005, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Ciawi Bogor, Ghalia Indonesia.
- Fullerton, 2003. *When Does Commitment Lead to Loyalty? Journal Of Service Research*, 5 (4) : 333-344
- Ghozali, Imam. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* “. Semarang : UNDIP.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta, Airlangga
- , Jill, 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- H. Lovelock Christoper & Laurent K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2005.
- Hart et. Al dalam Sasono, E. (2007) ‘*Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah*’. Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasan (2003). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1(Statistik Deskriptif)*. Edisi Kedua, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Hermien Hadiati Koeswadji, *Hukum dan Masalah Medik*, (Surabaya: Airlangga University Press, 198)

- Ibrahim, Akbar. 2009. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan*. Semarang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- John M. Echols & Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 1986),
- J. Supranto, 2003, *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi lima, Penerbit Erlangga Jakarta.
- . . Supranto, 2008. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kartika, 2017. "Analisis Customer Relationship Management (CRM) Terhadap loyalitas Konsumen pada PT. Akses Komunikasi Indonesia Jember", Skripsi Fakultas Ekonomika Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- , Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- , Philip. & 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).
- , Philip dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta
- , Amstrong . 2010. *Principles Of Marketing*. 13 Edition. New Jersey . Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- , Philip, dan Gary Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- , Philip dan Keller. (2012). *Marketing Management. Fourteenth Global Edition*. Pearson Education.
- McIlroy, A. and S. Barnett (2000), "Building Customer Relationships: Do Discount Cards Work ?", *Managing Service Quality*, Vol 10, No 6, pp. 347-355.
- Morgan, Robert M, dan Shelby D. Hunt. (1994), "The commitment-trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- , Robert M., dan Shelby D. Hunt, 1994, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58, July, pp. 2038.

- Mowday, Richard T. et. al., 1982. *Employee – Organizational Linkages: The Psychology Of Commitment Absentism And Turnover*. Academic Press Inc., New York
- Mula, Joseph, Ainur Rofiq. 2010. *The Effect of Customer's Trust on E-Commerce: A Survey of Indonesian Customer B to C Transactions*
- Ndubisi, 2007. "Relationship Marketing and Customer Loyalty". *Marketing Intelligence and Planning*. Vol 25. No.1. pg 98 – 106
- , Nelson O., Naresh K. Malhotra, dan Chan Kok Wah. 2009. Relationship Marketing, Customer Satisfaction, and Loyalty: A Theoretical and Empirical Analysis From an Asian Perspective. *Journal of International Customer Marketing*, 21: 5-16
- Nielsen SS. 1998. *Food Analysis Second Edition*. New York : Aspen Publishers, Inc.
- Nursalam, 2007, *Manajemen Keperawatan, Aplikasi dan Praktik Keperawatan Profesional*, Edisi 2, Salemba Medika Jakarta
- Oliver, Richard L., 1999, "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing*., Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktik Kedokteran.
- Palmatier, Robert W. 2008. *Relationship Marketing*. Massachusetts: Marketing Science Institute.
- Prasasti, Chaniago, dan Sutarso, 2003, "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Industri Jasa Asuransi Jiwa", *Ventura*. Vol. 6. (127-146).
- Rudi, 2015." *Kajian Customer Relationship Marketing (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPR Anugerah Dharmayuwana Banyuwangi*", Skripsi Fakultas Ekonomika Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Said, Farah Fauziah, 2017. "Pengaruh Customer Relationship Marketing (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan disalon Yayak Kota Probolinggo", Skripsi Fakultas Ekonomika Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Saputra dan Ariningsih, 2014, *Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing pada Industri Jasa Perbankan*, *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 10 No. 1.

- Sivesan. 2012. *Impact of Relationship Marketing on Costumer Loyalty on BankingSectors*. Jurnal of South Academic Research. Volume 2, Issue 3, pp. 179-191.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- . . 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . . 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- . . 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- . . 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Stanton 1984, *Fundamentals Of Marketing*. Edition. Mc Graw Hill.
- Swasta, 1996. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Liberty: Yogyakarta.
- Velnampy, and Sivesan, S. 2012. *Customer Relationship Marketing and Company Satisfaction A Study On Mobile Service Providing Company In Srilanka*. Global Journal Inc. Vol. 12 (18) 2012.
- Warokka, Adrian, 2015, *Unjuk Kerja Tangki Penyimpan Energi Termal Stratifikasi Bertingkat Dengan Variasi Arah Semburan Difuser*, Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada.
- , Adrian and Ika Febrilia. 2015. *Work-Family Conflict and Job Performance: Lesson from a Southeast Asian Emerging Market*. Journal of Southeast Asian Research. Vol. 2015 No. 2015
- Wibowo S. 2006. *Relationship Marketing Inputs Terhadap Customer Loyalty Pada Industry Hospitality di Surabaya*.
- , S., 2006, “*Implementasi Releationship Marketing Pada Industri Hospitality*”, Utilitas, Vol 14 No 2, Juni, Hal 178-196.