

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CRM QUALITY* PADA PELANGGAN GERAJ J.CO DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : INDAH LESTARI SIBUEA

NPM : 01120140013



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**

2017



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Indah Lestari Sibuea

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120140013

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul **"ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CRM QUALITY* PADA PELANGGAN GERAI J.CO DI SURABAYA"** adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 4 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan




(Indah Lestari Sibuea)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CRM QUALITY* PADA PELANGGAN GERAI J.CO DI SURABAYA

Oleh :

Nama : Indah Lestari Sibuea
NPM : 01120140013
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 4 Agustus 2017

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Amelia S.E., RFP-I, M.M.

Ketua Jurusan Manajemen



Amelia S.E., RFP-I, MM

Co-Pembimbing/Supervisor

Dr. Ronald S.T., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ronald S., S.T., M.M

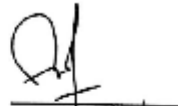




LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada tanggal September 2017 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama : Indah Lestari Sibuea
NPM : 01120140013
Jurusan : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, DAN CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CRM QUALITY* PADA PELANGGAN GERAJ J.CO DI SURABAYA" oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda tangan
Amelia, S.E, RFP-I, MM	,sebagai Ketua/ Pembimbing	
Hananiel M. Gunawan, BA, MBA	,sebagai Penguji Pertama/	
Willian Santoso, S.E, MM	,sebagai Penguji Kedua/ Sekertaris	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Dr. Ronald Suryaputra, S.T, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya dan dosen pembimbing kedua yang turut memberikan masukan dan arahan kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Miss Amelia, S.E., RFP-1., M.M, Selaku Ketua Jurusan Manajemen dan pembimbing pertama yang telah memberikan masukan, arahan, dorongan, perhatian, dan waktunya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Hananiel M. Gunawan, BA, MBA selaku dosen penguji pertama yang telah membantu dan memberikan saran-saran sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. William Santoso, S.E, MAk selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Keluarga penulis, Papa P.O.Edward Sibuea, Mama Heny Dian Dumalang, kedua kakak Harry Sibuea dan Gabrilla Memah, ponakan Kendrick Sibuea serta Oma Lauw Eng Nio yang selalu memberikan dukungan doa, kasih sayang, motivasi, arahan, serta support sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Sahabat-sahabat terbaik Maria Mantik, Jessica Chandra, Sheren Thendean, Lanny Tumundo, Valensia Tulung, Gloria Sinaga, dan Regina Oroh yang selalu memberikan support bagi penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Clarissa Widjaya, Barbara Chou, Vivi Kristina, Caroline Lolang, Inda Parengkuan, Dewantoro Anggria, Jefry Choukro serta Ce

Fransisca Angelina dan Ce Vina Melkis yang telah banyak membantu dan memberikan support kepada penulis dalam mengerjakan tugas akhir.

8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Surabaya, 4 Agustus 2017

Penulis,

Indah Lestari Sibuea

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN DAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	12
2.1.2 <i>CRM Quality</i>	13
2.1.3 <i>Customer Value</i>	14
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.1.5 <i>Service Quality</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	18
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	19
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	20

2.3.4 Pengaruh <i>CRM Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.4 Model Penelitian.....	21
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	22
2.6 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.1.1 Jenis Data.....	23
3.1.2 Sumber Data.....	24
3.2 Populasi Dan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi.....	24
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	27
3.5 Metode Analisis Data.....	29
3.5.1 Pengolahan Data.....	29
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	29
3.5.2.1 Uji Validitas.....	30
3.5.2.2 Uji Realibilitas.....	31
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.2.4 Uji Regresi Linearitas.....	33
3.5.2.5 Analisis Linear Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	33
3.5.2.6 Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	34
3.5.2.7 Koefisien Korelasi (R)	35
3.5.2.8 Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.5.2.9 Pengujian Hipotesis.....	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum J.Co.....	37
4.2 Analisis Data.....	38
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	38
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	38
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	40

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	46
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	46
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Value</i>	48
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>CRM Quality</i>	49
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	51
4.2.3 Uji Validitas.....	52
4.2.4 Uji Reliabilitas.....	53
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	54
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	54
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	56
4.2.5.3 Uji Multikolinearitas.....	58
4.2.5.4 Uji Linearitas.....	59
4.3 Metode Analisis Statistik	60
4.3.1 Analisis Regresi.....	60
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana.....	60
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda.....	61
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	62
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	62
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	62
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	63
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	63
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	64
4.5 Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN	78
5.1 Simpulan.....	78
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	78
5.1.1.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	78
5.1.1.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	79
5.1.1.3 Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	79
5.1.1.4 Pengaruh <i>CRM Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	80
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	80

5.2 Implikasi.....	81
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	81
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	82
5.3 Rekomendasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN A.....	
LAMPIRAN B.....	
LAMPIRAN C.....	
LAMPIRAN D.....	
LAMPIRAN E.....	
LAMPIRAN F.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Logo J.Co Donuts & Coffee.....	2
Gambar 1.2: J.Co City of Tomorrow, Surabaya.....	5
Gambar 1.3: Service Quality J.Co.....	8
Gambar 2.1: Model Penelitian.....	18
Gambar 4.1: Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4.2: Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4.3: <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i>	55
Gambar 4.4: <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>CRM Quality</i>	56
Gambar 4.5: <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Customer Loyalty</i>	56
Gambar 4.6: <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>CRM Quality</i>	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi.....	36
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Value</i>	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	45
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	46
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Value</i>	48
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>CRM Quality</i>	50
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Value</i>	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>CRM Quality</i>	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	53
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	53
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Value</i>	53
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas <i>CRM Quality</i>	54
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	54
Tabel 4.24 Kolmogorov Smirnov model 1 (CRM*CL)	54
Tabel 4.25 Kolmogorov Smirnov model 2 (SQ,CS,CV*CS)	55

Tabel 4.26 Hasil Uji Spearsman's 1 (CRM*CL).....	57
Tabel 4.27 Hasil Uji Spearsman's 2 (SQ,CS,CV*CRM)	58
Tabel 4.28 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	58
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas	59
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Sederhana (CRM*CL).....	60
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ,CS,CV*CS).....	61
Tabel 4.32 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	63
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 Adjusted (R^2).....	63
Tabel 4.34 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.35 Hasil Uji T.....	64
Tabel 4.36 indikator yang paling mempengaruhi <i>CRM Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	69
Tabel 4.37 indikator yang paling mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	71
Tabel 4.38 indikator yang paling mempengaruhi <i>Service Quality</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	72
Tabel 4.39 indikator yang paling mempengaruhi <i>Customer Value</i> terhadap <i>CRM Quality</i>	74
Tabel 4.40 indikator yang paling mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	75
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	89
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN A : KUESIONER
- LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER
- LAMPIRAN C : STATISTIK DESKRIPTIF
- LAMPIRAN D : ANALISIS KUALITAS DATA
- LAMPIRAN E : UJI MODEL PENELITIAN
- LAMPIRAN F : ANALISIS HIPOTESIS PENELITIAN