

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN,
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA LARISSA AESTHETIC
CENTER DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Digunakan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

REZITHA AYUNINGTYAS
B 100 150 231

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102

Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Ir. Irmawati, S.E., M.Si

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management*, Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Center di Surakarta

Oleh:

REZITHA AYUNINGTYAS

B 100 150 231

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 12 November 2019

Pembimbing

(Ir. Irmawati, S.E., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,
CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA LARISSA AESTHETIC CENTER DI
SURAKARTA**

Yang ditulis dan disusun oleh:

REZITHA AYUNINGTYAS

B 100 150 231

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 12 November 2019

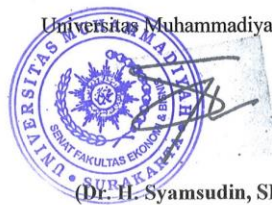
Pembimbing Utama


(Ir. Irmawati, S.E., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini

Nama : REZITHA AYUNINGTYAS

NIM : B 100 150 231

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LARISSA AESTHETIC CENTER DI SURAKARTA

Merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 November 2019

Yang membuat pernyataan,

(REZITHA AYUNINGTYAS)

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakan dengan sesungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S. Al-Insyiroh: 6-8)

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang lebih banyak memberi manfaat terhadap manusia lain”

(Riwayat Bukhori & Muslim)

Kesabaran, Doa, dan Usaha adalah Kunci Utama dalam Tugas Akhir

PERSEMBAHAN

Rasa Syukur yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada Allah *Subhana wa ta'ala*, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak, Ibu dan Kakak tercinta yang telah memberikan do'a serta motivasi yang tiada henti sehingga dengan kerja keras dan kesabaran skripsi ini dapat selesai.
2. Pembimbing Skripsi saya, Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si yang sudah sabar membimbing, mengarahkan, dan membantu mendidik saya untuk mengerjakan skripsi ini.
3. Keponakanku baby Arsakha yang selalu menjadi moodbooster dalam mengerjakan skripsi.
4. Monika, Ambar dan Bilda yang selalu memberi semangat, membantu dalam mengerjakan skripsi ini dan menjadi tempat berkeluh kesah.
5. Saila, Hazna, Angga dan Arum teman seperbimbingan dan seperjuangan yang selalu kompak dan selalu ada setiap saat konsultasi skripsi.
6. Sahabat-sahabatku terimakasih atas kebersamaan suka dan duka kita bersama serta semangat dan dorongan selama ini.
7. Almamater saya, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sudah memberi saya banyak ilmu dan pengalaman.

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between Customer Relationship Management, brand image, trust and satisfaction with customer loyalty, as the object of research is the consumer Larissa Aesthetic Center in Surakarta. Data were collected through a questionnaire using accidental sampling techniques for 100 respondents who had taken care or used the Larissa Aesthetic Center product in Surakarta. The type of data used is primary data with questionnaire data collection methods. The analytical tool used is multiple regression which was first tested with validity and reliability. The results of this study indicate that Customer Relationship Management, brand image, trust and satisfaction have a significant effect on customer loyalty. The variable that has the most positive and significant effect on customer loyalty is satisfaction. Therefore, the management of Larissa Aesthetic Center should focus on increasing the satisfaction of their customers and implementing CRM well, such as maintaining product quality, service quality and continuing to maintain a good relationship with its customers.

Keywords: Customer Relationship Management, Brand Image, Trust, Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *Customer Relationship Management*, citra merek, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, sebagai objek penelitian adalah konsumen Larissa Aesthetic Center di Surakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan teknik *accidental sampling* terhadap 100 orang responden yang sudah pernah melakukan perawatan atau menggunakan produk Larissa Aesthetic Center di Surakarta. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi berganda yang terlebih dahulu diuji dengan validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management*, citra merek, kepercayaan dan kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah kepuasan. Oleh karena itu, manajemen Larissa Aesthetic Center sebaiknya fokus pada meningkatkan kepuasan para pelanggan mereka dan penerapan CRM secara baik, seperti menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan tetap terus menjaga hubungan yang baik kepada para pelanggannya.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, Citra Merek, Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management*, Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Center di Surakarta”, tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammadiyah SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Ir. Irmawati, S.E., MSi selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Nur Achmad, SE, M.Si selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aaamiiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 12 November 2019

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and a final vertical stroke.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori	8
1. <i>Customer Relationship Management</i>	8
2. Citra Merek	10
3. Kepercayaan	12
4. Kepuasan	13
5. Loyalitas Pelanggan	14
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis.....	20

BAB III	METODE PENELITIAN	24
	A. Jenis dan Desain Penelitian	24
	B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	24
	C. Populasi dan Sampel	30
	D. Data dan Sumber Data	32
	E. Metode Pengumpulan Data	32
	F. Metode Analisis Data	34
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
	A. Deskripsi Data	43
	B. Analisis Data	45
	C. Pembahasan	63
BAB V	PENUTUP	67
	A. Kesimpulan	67
	B. Keterbatasan Penelitian	67
	C. Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden.....	44
Tabel 4.3	Karakteristik Lama Berlangganan Responden	44
Tabel 4.4	Rangkuman Validitas Instrumen <i>Customer Relationship Management</i> (X_1)	46
Tabel 4.5	Rangkuman Validitas Instrumen Citra Merek (X_2)	46
Tabel 4.6	Rangkuman Validitas Instrumen Kepercayaan (X_3)	47
Tabel 4.7	Rangkuman Validitas Instrumen Kepuasan (X_4)	48
Tabel 4.8	Rangkuman Validitas Instrumen Loyalitas Pelanggan (Y)	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.14	Rekapitulasi Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.15	Uji t.....	56
Tabel 4.16	Uji F.....	61
Tabel 4.17	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	19
------------	--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisioner Penelitian	72
Lampiran 2	Tabulasi Data Responden.....	76
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Customer Relationship Management</i>	78
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Merek.....	80
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan	82
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan	84
Lampiran 7	Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	86
Lampiran 8	Uji Normalitas	88
Lampiran 9	Uji Multikolinearitas	89
Lampiran 10	Uji Heterokedastisitas	90
Lampiran 11	Uji Autokorelasi	91
Lampiran 12	Analisis Regresi Linier Berganda	92
Lampiran 13	Tabel Harga Kritis dari r	94
Lampiran 14	Distribusi Nilai t_{tabel}	95
Lampiran 15	Distribusi Nilai F_{tabel}	96