



**DAMPAK ELEMEN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH MAKAN BEBEK 88**

*THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TOWARDS
CUTOMER LOYALTY AT BEBEK 88 RESTAURANT*

TESIS

Oleh

AKHMAD FAHRUR ROZI

NIM 120820101034

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2014



**DAMPAK ELEMEN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH MAKAN BEBEK 88**

*THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TOWARDS
CUSTOMER LOYALTY AT BEBEK 88 RESTAURANT*

TESIS

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S-2)
dan mencapai gelar Magister Manajemen

Oleh

AKHMAD FAHRUR ROZI

NIM 120820101034

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : **AKHMAD FAHRUR ROZI**
NIM : 120820101034
Jurusan : Magister Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : **DAMPAK ELEMEN *CUSTOMER***
***RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS**
PELANGGAN RUMAH MAKAN BEBEK 88

Menyatakan bahwa tesis yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari tesis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 27 Oktober 2014

Yang menyatakan,



Akhmad Fahrur Rozi
NIM 120820101034

PERSETUJUAN TESIS

Judul skripsi : **DAMPAK ELEMEN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN RUMAH MAKAN BEBEK 88**

Nama Mahasiswa : **AKHMAD FAHRUR ROZI**

NIM : 120820101034

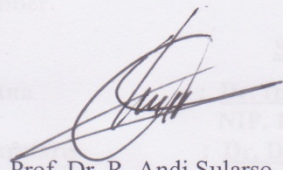
Jurusan : S-2 Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran


Tanggal Persetujuan :

Pembimbing I

Pembimbing II

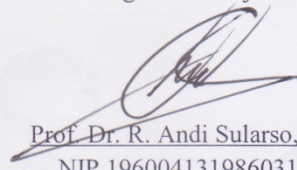


Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM
NIP 196004131986031002



Dr. M. Dimiyati, SE., M.Si
NIP 196704211994031008

Ketua Jurusan
Magister Manajemen



Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM
NIP 196004131986031002

PENGESAHAN

**DAMPAK ELEMEN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH MAKAN BEBEK 88**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Akhmad Fahrur Rozi. S.E

NIM : 120820101034

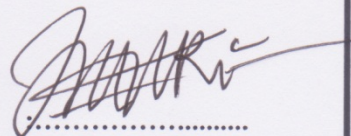
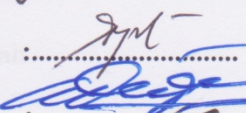
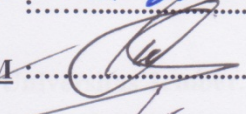
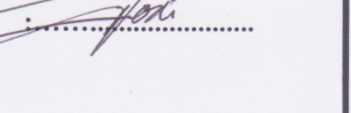
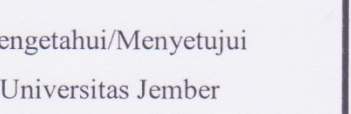
Jurusan : Magister Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal 27 Oktober 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua	: <u>Dr. Imam Suroso M.Si</u> NIP. 195910131988021001 
Sekretaris	: <u>Dr. Diah Yulisetiarni M.SI</u> NIP. 196107291986032001 
Anggota	: <u>Dr. Handriyono M.Si</u> NIP. 196208021990021001 
Anggota	: <u>Prof. Dr. R. Andi Sularso M.SM</u> NIP. 196004131986031002 
Anggota	: <u>Dr. M. Dimyati M.Si</u> NIP. 196704211994031008 



Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. Mochammad Fathorrazi, M.Si

NIP. 196306141990021001

PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku Bapak (alm) H. Saiful Bahri dan Ibu Hj. Siti

Musfiroh

Atas segala tetesan keringat untuk membiayai sekolahku, kasih sayang yang tiada henti dan lantunan doa disetiap sujudnya yang tidak akan mungkin bisa aku balas sampai kapanpun

2. Kakak ku tercinta Agus Fathullohur Rosadi, S.E, M.Kes

Atas semangat dan perhatian, tak lupa atas segala keluh kesah dan tawanya selama ini.

3. Sahabat-sahabat ku

Yang telah memberikan warna dalam masa-masa kuliah

4. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

“Plan Your Work And Work Your Plan. Bekerjalah dengan rencana, kemudian kerjakan rencanamu” ; (Salma Shuha)

“Kita bisa mundur satu langkah untuk dapat meloncat lebih jauh” ; (John Clarke)

“Suatu usaha yang telah kamu mulai, janganlah kamu hentikan sebelum kamu rasakan hasilnya” ; (Shakespeare)

“Mimpi adalah kunci untuk kita menaklukkan dunia, berlarilah tanpa lelah sampai engkau meraihnya” ; (Nidji-Laskar Pelangi)



**DAMPAK ELEMEN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH MAKAN BEBEK 88**

*THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TOWARDS
CUTOMER LOYALTY AT BEBEK 88 RESTAURANT*

Tesis

Oleh

AKHMAD FAHRUR ROZI

NIM 120820101034

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM

Dosen Pembimbing II : Dr. Mohammad Dimiyati, SE., M.Si

ABSTRAK

Dampak Elemen *Costumer Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Bebek 88; Akhmad Fahrur Rozi, 120820101034; 2014; 92 Halaman; Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Tujuan penelitian ini adalah Menyadari akan pentingnya customer intimasi, kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan kepuasan pelanggan, serta mengetahui kesuksesan dari Rumah Makan Bebek 88, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan menguji “Dampak Elemen *Costumer Reletionship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan RM Bebek 88”.. Objek yang diteliti adalah pelanggan Rumah Makan Bebek 88. Pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *confirmatory*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh variabel *customer intimacy* terhadap loyalitas sedangkan variabel kepercayaan, komitmen dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Bebek 88.

Kata kunci: *Costumer Reletionship Marketing*, *customer intimacy*, kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas.

ABSTRACT

The Effect of Customer Relationship Marketing Towards Customer Loyalty at Bebek 88 Restaurant; Akhmad Fahrur Rozi, 120820101034; 2014; 92 pages; Master of Management Department, Faculty of Economics, University of Jember.

The purpose of this study is to analyze the importance of customer intimacy, customer trust, customer commitment and customer satisfaction, and to know the success of Bebek 88 Restaurant, the researcher is interested to study and to test "The Effect of Customer Relationship Marketing Towards Customer Loyalty at Bebek 88 Restaurant". The object of study is the customer of Bebek 88 Restaurant. In this study, the use of purposive sampling with 150 respondents is approached through Structural Equation Model confirmatory (SEM). The results shows that there is no relation in customer intimacy to the loyalty of the consumer, but commitment and satisfaction.

Keywords: Customer relationship Marketing, customer intimacy, trust, commitment, satisfaction and loyalty.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “**Dampak Elemen Costumer Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Bebek 88**”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata dua (S2) pada Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr.Mohammad Fathorrazi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM selaku Ketua jurusan Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan Tesis ini.
3. Dr. Mohammad Dimiyati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan Tesis ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, nasehat serta bimbingan selama peneliti menjalani perkuliahan dari periode 2012-2014.
5. Kedua orang tuaku Bapak (alm) H. Saiful Bahri dan Hj. Siti Musfiroh, atas kerja keras, doa-doa, perhatian dan kasih sayang selama ini yang telah diberikan.
6. Kakakku Agus Fathullohur Rosadi S.E, M.Kes., yang selalu mendengarkan keluh kesah disetiap aku sedih dan berbagi tawa dalam keceriaan bersama.
7. Buat Mbak wati, Mbak ina, Mas dedy, dan ponakan ku (Yasmin, Gabriel, Lily dan Rasya) terima kasih banyak atas dukungan dan motivasinya.
8. Seluruh keluarga besar Sulaiman yang selalu mendoakan aku untuk

menjadi orang yang berguna dan berhasil.. maaf hanya ini yang bisa aku persembahkan untuk kalian.

9. Crew Bebek goreng dan Jumbo jus 88 serta Sentro Ice dan Iga Bakar terima kasih selama ini telah memberi semangat dan dorongan.
10. Sahabat-sahabat yang selalu ada dalam suka maupun duka dan memberi warna dalam hidupku: Pita, Enggar, Nico, Nyos, Baktri Arum, Afrik, Acik, Intan, Revo, Reza, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.
11. Semua teman-teman “Magister Manajemen 2012” terima kasih untuk semua bantuan, dukungan dan juga kenangan kuliah kita selama ini.
12. Teman-teman Kiprut Cumunity dan Mbolang Community yang telah mengajarkanku arti hidup, dan selalu ada saat senang dan susah.
13. Semua orang yang telah datang dan pergi yang terlalu banyak untuk disebutkan satu persatu, Terima Kasih.

Akhir kata, semoga Tesis ini banyak memberikan manfaat kepada pembaca sekalian.

Jember, Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. <i>Customer relationship marketing</i> (CRM)	8

2.1.1.1.	<i>Customer Intimacy</i>	8
2.1.1.2.	Kepercayaan.....	11
2.1.1.3.	Komitmen.....	11
2.1.1.4.	Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.1.5.	Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.1.6.	Hubungan <i>customer intimacy</i> dengan loyalitas pelanggan	20
2.1.1.7.	Hubungan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan	20
2.1.1.8.	Hubungan komitmen dengan loyalitas pelanggan..	20
2.1.1.9.	Hubungan kepuasan dengan loyalitas pelanggan...	21
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
2.4.	Hipotesis.....	27
BAB 3. METODE PENELITIAN.....		28
3.1.	Rancangan Penelitian.....	28
3.2.	Jenis Data.....	28
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.	Populasi dan Sempel.....	29
3.4.1.	Populasi.....	29
3.4.2.	Sempel.....	29
3.5.	Identifikasi Variabel.....	30
3.6.	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.7.	Teknik Pengukuran.....	32
3.8.	Pengujian instrument.....	32
3.8.1.	Uji Validitas.....	32
3.8.2.	Uji Reliabilitas.....	33
3.9.	Metode Analisis Data.....	34
3.9.1.	Uji Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	34
3.9.2.	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	35
3.10.	Kerangka Pemecahan Masalah.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1: Daftar Kunjungan Pelanggan RM. Bebek 88.....	5
2.1: Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
3.1: Uji Kesesuaian Model.....	39
4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/ Pekerjaan.....	48
4.4: Distribusi Frekuensi Customer Intimasy (X_1).....	49
4.5: Distribusi Frekuensi Kepercayaan Pelanggan (X_2).....	50
4.6: Distribusi Frekuensi Komitmen (X_3).....	51
4.7: Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (X_4).....	52
4.8: Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan (Y).....	53
4.9: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.10: Indeks Kesesuaian Model.....	58
4.11: Hasil Pengujian Kausalitas.....	59
4.12: Rangkuman Hasil Pengujian Regresi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1: Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
3.1: Kerangka Pemecahan Masalah.....	40
4.2: Hasil Analisis <i>Confirmatory</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1. KOESIUNER PENELITIAN	79
LAMPIRAN 2. REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN	83
LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	87
LAMPIRAN 4. UJI ASUMSI.....	91
LAMPIRAN 5. UJI KESESUAIAN MODEL	95
LAMPIRAN 6. UJI KAUSALITAS	100
LAMPIRAN 7. DISTRIBUSI FREKUENSI.....	101
LAMPIRAN 8. TABEL CHI-SQUARE	100