

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat *Repetitive Buying* di Alex's Salon Embong Kenongo dengan menggunakan bantuan alat ukur *Service Quality*, *Customer Relationship Management* dan *Customer Satisfaction*. Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya merupakan sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang salon yang menggunakan variabel *Service Quality* dan *Customer Relationship Management* untuk memuaskan para pelanggan. Elemen – elemen inilah yang turut berperan didalam menentukan *Repetitive Buying* terhadap Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya.

Teknik analisa yang digunakan didalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, dan *Customer Satisfaction* secara serempak terhadap *Repetitive Buying* di Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya dan untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh dalam meningkatkan *Repetitive Buying* di Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Customer Satisfaction* dipengaruhi oleh dua variabel yaitu *Customer Relationship Management* dengan koefisien regresi sebesar 0.400 dan *Service Quality* dengan koefisien regresi sebesar 0.390. Sedangkan *Customer Satisfaction* mempengaruhi tingkat *Repetitive Buying* dengan koefisien regresi sebesar 0.600.

Kata kunci : *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, *Customer Satisfaction*, dan *Repetitive Buying*.

ABSTRACT

With the help of measuring instrument of Service Quality, Customer Relationship Management, and Customer Satisfaction, this study is accomplished to determined the level to increase Repetitive Buying in Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya. Alex's Salon Embong Kenongo, as an service company engaged in salon, used the variable of Service Quality, Customer Relationship Management, and Customer Satisfaction to increase Repetitive Buying. The elements of Service Quality, Customer Relationship Management, and Customer Satisfaction also influence the level on Repetitive Buying in Alex's Salon Embong Kenongo.

The analysis technique used quantitative and linear regression analysis methods to describe simultaneously the influence of Service Quality, Customer Relationship Management, and Customer Satisfaction to increase Repetitive Buying in Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya.

The result of this research showed that Customer Satisfaction variable influenced by two variables which are Customer Relationship Mangement variable with coefficient regression is 0.400 and Service Quality variable with coefficient regression is 0.390. The level on Repetitive Buying variable influenced by Customer Satisfaction variable with coefficient regression is 0.600.

Keyword: Service Quality, Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, dan Repetitive Buying.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang atas rahmat dan karunia-Nya telah mengizinkan peneliti menyelesaikan tugas akhir ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya, dengan judul:

“PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM MENINGKATKAN *REPETITIVE BUYING* DI *ALEX’S SALON EMBONG KENONGO SURABAYA*”.

Peneliti sangat merasakan besarnya pertolongan Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran kepada kami di tengah keterbatasan dalam menyusun tugas akhir ini. Disamping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah juga membantu selesainya tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Prof. Louie Divinagracia selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Bapak Ronald Suryaputra, S.T, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen dan selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk selama penyusunan tugas akhir ini.
3. Ibu Amelia, S.E, RPF-1, M.M selaku dosen pembimbing dua yang selalu memberikan bantuan, pelayanan, dan kerjasamanya.
4. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
5. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa dan kasih sayang yang tiada batas.
6. Para pelanggan Alex’s Salon Embong Kenongo Surabaya, atas kerjasama dan kesediaannya untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Teman-teman kuliah Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Peneliti menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, semoga di balik ketidaksempurnaan tugas akhir ini masih dapat memberikan manfaat untuk pembaca serta menjadi bahan bagi kajian lebih lanjut.

Surabaya, 12 Desember 2011

Olivia Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.6 Pengorganisasian Penulisan.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	8
2.1 Kajian/Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	8
2.1.1 <i>Repetitive Buying</i>	8
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	10
2.1.3 <i>Service Quality</i>	11
2.1.4 <i>Customer Relationship Management</i>	14
2.1.5 Model Penelitian	16
2.2 Bagan Alur Berpikir	16
2.3 Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Variabel dan Definisi Operasional.....	20
3.3 Jenis Data, Sumber Data, serta Aras dan Skala Pengukuran.....	22
3.3.1 Jenis Data	22

3.3.2 Sumber Data.....	22
3.3.3 Aras dan Skala Pengukuran	22
3.4 Populasi dan Sampel	23
3.4.1 Populasi.....	23
3.4.2 Sampel	24
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	25
3.6. Teknik Analisis	27
3.6.1 Teknik Analisis Kualitatif	27
3.6.2 Teknik Analisis Kuantitatif	28
3.6.3 Uji Reliabilitas	35
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	37
4.1 Data Deskriptif.....	37
4.2 Proses Dan Hasil Analisis Data	39
4.2.1 Evaluasi Normalitas Data	41
4.2.2 Evaluasi <i>Outliers</i>	42
4.2.2.1 <i>Univariate Outliers</i>	42
4.2.2.2 <i>Multivariate Outliers</i>	43
4.2.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	44
4.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori	44
4.2.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	45
4.2.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	47
4.2.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	49
4.2.6 Pengujian Terhadap Nilai Residual	52
4.2.7 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	53
4.2.7.1 Uji <i>Reliability</i>	53
4.2.7.2 <i>Variance Extracted</i>	54
4.3 Pengujian Hipotesis.....	55
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1	55
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2	56
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3	56
4.4 Pembahasan	57

BAB V RINGKASAN, KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN	
PENELITIAN YANG AKAN DATANG.....	62
5.1 Ringkasan Penelitian.....	62
5.2 Kesimpulan.....	63
5.2.1 Kesimpulan Atas Hipotesis.....	63
5.2.1.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repetitive Buying</i>	63
5.2.1.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction...</i>	64
5.2.1.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	65
5.2.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian.....	65
5.3 Implikasi.....	67
5.3.1 Implikasi Teoritis	67
5.3.2 Implikasi Manajerial.....	68
5.4 Penelitian Yang Akan Datang	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C	C-1

DAFTAR GAMBAR

BAB II	
2.1. Model Penelitian	16
BAB III	
3.1. Organisasi Penulisan Bab III	19
3.2. Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	30
BAB IV	
4.1. Confirmatory Analysis Exogenous	45
4.2. Confirmatory Analysis Endogenous	48
4.3. Full Structural Equation Model	50

DAFTAR TABEL

BAB I	
1.1 Peningkatan Jumlah Pengunjung Alex's Salon Surabaya.....	2
1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Repetitive Buying</i> di Alex's Salon.....	4
BAB III	
3.1 Definisi Operasional Variabel	21
3.2 Desain Inti Kuesioner.....	26
3.3 Keterangan Dimensi Konstruk	30
3.4 Keterangan Hubungan Konstruk	31
3.5 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>).....	34
BAB IV	
4.1 Statistik Deskriptif	37
4.2 Indeks pengujian kelayakan model (<i>goodness of fit index</i>).....	41
4.3 Hasil Uji Normalitas Data	41
4.4 Statistik Deskriptif Z-Score	43
4.5 <i>Mahalanobis Distance</i>	44
4.6 Nilai Faktor Loading Konstruk Eksogen.....	47
4.7 Uji Bobot Faktor Konstruk Eksogen.....	47
4.8 Nilai Faktor Loading Konstruk Endogen	49
4.9 Uji Bobot Faktor Konstruk Endogen	49
4.10 Indeks Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	51
4.11 <i>Regression Weight Full Structural Model</i>	52
4.12 Hasil <i>Standard Loading Data</i>	53
4.13 Hasil <i>Measurement Error Data</i>	53
4.14 Perhitungan Reliabilitas Data	54
4.15 Hasil <i>square standardized loading data</i>	54
4.16 Perhitungan <i>variance extracted data</i>	55
4.17 Perbandingan <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	55
4.18 Hasil Uji Hipotesis	57
BAB V	

5.1 Implikasi Teoritis 68
5.2 Implikasi Manajerial 70