

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* UNTUK
MENCIPTAKAN *CUSTOMER LOYALTY* DAN *WORD OF MOUTH*
PADA PELANGGAN PT. TELKOMSEL DI SURABAYA**

SKRIPSI S-1



OLEH:

YOSEPHINE TANIA JOGIPRANATA

3103011088

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2015

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* UNTUK
MENCIPTAKAN *CUSTOMER LOYALTY* DAN *WORD OF MOUTH*
PADA PELANGGAN PT. TELKOMSEL DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

**YOSEPHINE TANIA JOGIPRANATA
3103011088**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* UNTUK MENCIPTAKAN
CUSTOMER LOYALTY DAN *WORD OF MOUTH* PADA
PELANGGAN PT. TELKOMSEL DI SURABAYA

Oleh:

YOSEPHINE TANIA JOGIPRANATA

3103011088

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

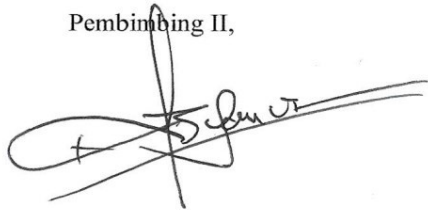
Pembimbing I,



FN Hendro Susanto, SE., MM

Tanggal : 12 JANUARI 2015

Pembimbing II,



A Yan Wellyan TP, SE., MSi

Tanggal : 12 JANUARI 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Yosephine Tania Jogipranata, NRP : 3103011088
telah diuji pada tanggal 23 Januari 2015 dan dinyatakan lulus oleh :

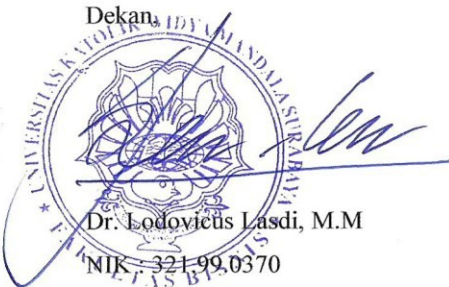
Ketua Tim Penguji



Arini SE., MM
NIK : 311.03.0550

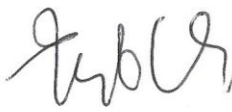
Mengetahui :

Dekan,



Dr. Lodovictus Lasdi, M.M
NIK : 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK : 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YOSEPHINE TANIA JOGIPRANATA

NRP : 3103011088

Judul : **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION UNTUK MENCIPTAKAN *CUSTOMER*
LOYALTY DAN *WORD OF MOUTH* PADA PELANGGAN
PT. TELKOMSEL DI SURABAYA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Januari 2015

Yang menyatakan,



(YOSEPHINE TANIA J)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah, penyertaan, dan kasih karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi berjudul "*Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Customer Satisfaction untuk menciptakan Customer Loyalty dan Word of Mouth pada pelanggan PT. Telkomsel Surabaya*" dari awal hingga akhir. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi prasyarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan berhasil tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak F. N. Hendro Susanto, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan saran dan nasihat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak A. Yan Wellyan Toni Putro, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan saran dan nasihat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Orang tua penulis Bapak Antonius Ricky Jogipranata, Ibu Aida Sulastri, Stefanie Joanita, Ignatius Mario Joshua, dan seluruh keluarga besar atas dukungan yang telah diberikan.
6. Teman seperjuangan penulis Rosenda Puspita, Hans Christian, Anggie Yunita, yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Zella Yolanda, Brigitta Gabriella, Olivia Catherine, Natalia Sivyva Sunur, Veronica Michelle, Erick Novian, David Sutanto, Adrian Tanusetiasjie dan Sugiarto Sentosa yang telah memberikan bantuan dan dukungan.
8. Alda Hermawan yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan masukan dan wawasan kepada semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis akan menerima kritik maupun saran yang membangun dari para pembaca untuk penelitian di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan-kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, 12 Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN	
PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Akademik.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. <i>Customer Relationship Management</i>	9
2.2.2. <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.2.3. <i>Customer Loyalty</i>	13
2.2.4. <i>Word of Mouth</i>	15
2.2.5. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
2.2.7. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	18
2.2.8. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> untuk menciptakan <i>Customer Loyalty</i> dan <i>Word of Mouth</i>	19
2.3. Model Penelitian	20
2.4. Hipotesis	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1. Desain Penelitian	21
3.2. Identifikasi Variabel	21

3.3. Definisi Operasional Variabel	22
1. <i>Customer Relationship Management</i>	22
2. <i>Customer Satisfaction</i>	22
3. <i>Customer Loyalty</i>	23
4. <i>Word of Mouth</i>	24
3.4. Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1. Jenis Data	24
3.4.2. Sumber Data	24
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data	25
3.5.1. Alat Pengumpulan Data	25
3.5.2. Metode Pengumpulan Data	25
3.6. Skala Pengukuran Variabel	25
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..	26
3.7.1. Populasi	26
3.7.2. Sampel	26
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel	26
3.8. Teknik Analisis Data	26
3.8.1. Uji Normalitas	27
3.8.2. Prosedur Penerapan SEM	27
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Karakteristik Responden	33
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	35

4.2.1. Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	36
4.2.2. Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfcation</i>	37
4.2.3. Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	38
4.2.4. Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	39
4.3. Uji Asumsi SEM.....	40
4.3.1. Uji Normalitas.....	40
4.3.2. Uji Validitas.....	42
4.3.3. Uji Reliabilitas.....	43
4.4. Persamaan Struktural.....	43
4.5. Pengujian Hipotesis.....	45
4.6. Uji Keseluruhan Model.....	46
4.7. Pembahasan.....	46
4.7.1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	46
4.7.2. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	47
4.7.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	48
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1. Simpulan.....	49
5.2. Saran.....	50

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Digunakan.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan.....	34
Tabel 4.4 Interval Rata – Rata Skor.....	35
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	36
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	37
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	38
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	39
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	40
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis.....	45
Tabel 4.14 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	46

DAFTAR GAMBAR

Halarnan

Gambar 2.1	Model Penelitian	20
------------	------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Deskriptif Variabel
- Lampiran 4 Uji Normalitas
- Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Kecocokan Model

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* UNTUK MENCIPTAKAN *CUSTOMER LOYALTY* DAN *WORD OF MOUTH* PADA PELANGGAN PT. TELKOMSEL DI SURABAYA

Yosephine Tania Jogipranata

yosephine_tania@yahoo.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat akibat dari adanya globalisasi menjadikan pola persaingan yang sangat ketat khususnya pada industri telepon genggam. Hal ini membuka peluang untuk para provider penyedia layanan telekomunikasi untuk masuk dan berkembang. Maraknya pelaku bisnis provider menjadikan persaingan yang ketat maka diperlukan strategi marketing yang baik dan berbeda untuk menarik minat konsumen. Salah satu bentuk strategi inovasi yang dapat diterapkan adalah menciptakan *Customer Relationship Management* yang baik. Dengan adanya pengelolaan pelanggan yang baik maka kepuasan dan kesetiaan konsumen akan terbentuk dengan sendirinya dan tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen akan menyebarkan berita positif ini kepada orang di sekitarnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction* untuk menciptakan *Customer Loyalty*, dan *Word of Mouth* di PT. Telkomsel Surabaya. Obyek penelitian ini adalah konsumen PT. Telkomsel di Surabaya, dengan 200 sampel yang dikumpulkan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program LISREL. Hasil menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* dan *Word of Mouth*.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Word of Mouth*

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION UNTUK MENCIPTAKAN CUSTOMER LOYALTY DAN WORD OF MOUTH PADA PELANGGAN PT. TELKOMSEL DI SURABAYA

Yosephine Tania Jogipranata

yosephine_tania@yahoo.com

ABSTRACT

Rapid technological developments as a result of globalization make a very tight competition pattern, especially in the mobile phone industry. This opens up opportunities for the providers of telecommunications service providers to enter and developing. The rise of businesses providers make intense competition will require a good marketing strategy to attract customers. One form of innovation strategies that can be applied is to create a good Customer Relationship Management. With the good management of the customer, customer satisfaction and customer loyalty will be formed by itself and doesn't rule out the possibility that consumers will spread positive news to anyone in the vicinity. The purpose of this study was to determine the effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction to create customer loyalty, and word of mouth in the PT. Telkomsel Surabaya. The objects of this research are consumers of PT. Telkomsel in Surabaya, with 200 sample that was collected using purposive sampling method. Meanwhile, the analysis technique used in this research is the method of Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL program. The result show there are positive effects between Customer Relationship Management and Customer Satisfaction, Customer Satisfaction and Customer Loyalty, Word of Mouth.

Keywords: *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Word of Mouth*