

**PENGARUH *EMOTIONAL MARKETING*, *SERVICE QUALITY*, DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RUMAH MAKAN KOBER MIE SETAN SURABAYA**



OLEH:

**GO RONALDO ANDREAS
3103012055**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**PENGARUH *EMOTIONAL MARKETING*, *SERVICE QUALITY*, DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RUMAH MAKAN KOBER MIE SETAN SURABAYA**

SKRIPSI

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

OLEH:

**GO RONALDO ANDREAS
3103012055**

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

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

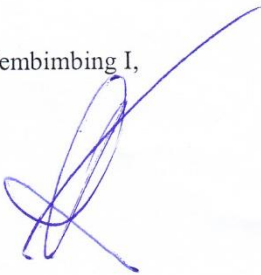
**PENGARUH *EMOTIONAL MARKETING*, *SERVICE QUALITY*, DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RUMAH MAKAN KOBER MIE SETAN SURABAYA**

OLEH:

GO RONALDO ANDREAS
3103012055

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.
Tanggal:

Pembimbing II,



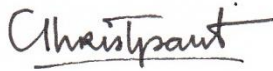
Maria Mia Kristanti SE., MM.
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Go Ronaldo Andreas NRP: 3103012055.**

Telah diuji pada tanggal **9 Agustus 2016** dan dinyatakan **Lulus** oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Dr. Christina Esti Susanti. MM, CPMAP.

NIK. 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK. 321.99.0370

Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.

NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Go Ronaldo Andreas

NRP : 3103012055

Judul Skripsi : **Pengaruh *Emotional Marketing*, *Service Quality*, dan *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rumah Makan Kober Mic Setan Surabaya**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya,

Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “*Pengaruh Emotional Marketing, Service Quality, dan Customer Relationship Management terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Rumah Makan Kober Mie Setan Surabaya*”. Untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

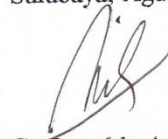
Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan dan Bapak Yulius Koesworo, Drs.Ec., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Maria Mia Kristanti, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis jurusan Manajemen, khususnya Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM(AP), Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM, Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM, dan Bapak F.N. Hendro Susanto, SE., MM yang telah memberikan seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa tak terhingga bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang menyelesaikan studi ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran dan teman-teman di Unit Kegiatan Mahasiswa III yang selalu *support* dan mengingatkan penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga, dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, penulis tidak menutup kemungkinan adanya saran dan kritik dari semua pihak, dengan harapan dapat menyempurnakan penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Agustus 2016



Go Ronaldo Andreas

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan	
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	10
2.3. Hubungan Antar Variabel	17
2.4. Model Penelitian	22
2.5. Hipotesis	23

BAB 3. METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Identifikasi Variabel	24
3.3. Definisi Operasional Variabel	24
3.4. Pengukuran Variabel	24
3.5. Jenis Data dan Sumber Data.....	29
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	29
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .	29
3.8. Teknik Analisis Data	30
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Karakteristik Responden	35
4.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	36
4.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran	40
4.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
4.5. <i>Structural Model</i>	45
4.6. Uji Hipotesis	46
4.7. Pembahasan	48
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Simpulan	54
5.2. Saran	54

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini	9
Tabel 4.1 Kategori Mean Jawaban Responden	36
Tabel 4.2 Deskriptif Statistik Variabel <i>Emotional</i> <i>Marketing</i>	37
Tabel 4.3 Deskriptif Statistik Variabel <i>Service Quality</i>	37
Tabel 4.4 Deskriptif Statistik Variabel Customer Relationship Management.....	38
Tabel 4.5 Deskriptif Statistik Variabel <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	39
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik Variabel <i>Customer Loyalty</i>	40
Tabel 4.7 <i>Measurement</i> Model Variabel Eksogen dan Endogen	41
Tabel 4.8 Uji Normalitas Data <i>Univariate</i>	43
Tabel 4.9 Uji Normalitas Data <i>Multivariate</i>	43
Tabel 4.10 Indeks Fit dalam <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	45
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	22

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian dan Identitas Responden
- Lampiran 4. Output Lisrel

Pengaruh *Emotional Marketing*, *Service Quality*, dan *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rumah Makan Kober Mie Setan Surabaya

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang kaya akan kulinernya. Dan saat ini bisnis kuliner di Indonesia khususnya di kota Surabaya sangat di minati. Banyak sekali restaurant yang menyajikan menu makanan unik dan menarik, dan salah satunya makanan yang bercita rasa sangat pedas. Selain itu restaurant di kota Surabaya juga berlomba-lomba menjaga kesetiaan pelanggannya (*Customer Loyalty*) dengan memberikan pelayanan yang mengesankan untuk menyentuh emosi konsumen baik dari segi pelayanan dan fasilitas restaurant itu sendiri agar konsumen selalu merasa puas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Emotional Marketing*, *Service Quality*, dan *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rumah Makan Kober Mie Setan Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan menggunakan program LISREL.

Penelitian ini mengambil 200 responden sebagai sampelnya yang merupakan pelanggan Rumah makan Kober Mie Setan Surabaya dan bertempat tinggal di Surabaya dan berusia di atas 17 tahun.

Kesimpulannya adalah *Emotional Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Relationship Management Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty* pada Rumah Makan Kober Mie Setan Surabaya.

Kata kunci: *Emotional Marketing; Customer Relationship Management; Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.*

The Effect of Emotional Marketing, Service Quality, and Customer Relationship Management to Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Restaurant Kober Mie Setan Surabaya

ABSTRACT

Indonesia is a country rich in culinary. And this time the culinary business in Indonesia, especially in the city of Surabaya is in the interest. Lots of restaurant that serves food menu is unique and interesting, and one of them the food was very spicy flavor. In addition to the restaurant in the city of Surabaya are also vying to maintain its customer loyalty (Customer Loyalty) by providing services that impressive to touch the emotions of consumers both in terms of services and facilities restaurant it self so that consumers always feel satisfied.

This study aims to find out and explain the influence of Emotional Marketing, Service Quality, and Customer Relationship Management on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Restaurant Kober Mie Satan Surabaya. Data analysis technique used is SEM (Structural Equation Modeling) and using LISREL program.

This study took a sample of 200 respondents who are customers of Kober Mie Setan Surabaya, and lived in Surabaya and aged over 17 years.

The conclusion is Emotional Marketing significant effect on Customer Satisfaction, Service Quality no significant effect on Customer Satisfaction, Customer Relationship Management Marketing significant effect on Customer Satisfaction and Customer Satisfaction to Customer Loyalty Significant influence on Restaurant Kober Mie Satan Surabaya.

Keywords: Emotional Marketing, Customer Relationship Management, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.