

ABSTRAK

Yogya Group merupakan salah satu tempat berbelanja bagi para konsumen. Yogya group terdiri dari Supermarket, *Minimarket*, *Hypermarket*, *Specialty store/convenience store*, dan *Department Store*. Di Indonesia Yogya Group sudah ada di 10 kota antara lain: Bandung, Sumedang, Jatibarang, Cirebon, Bogor, Subang, Majalengka, Tasik, Kuningan. Yogya Group merupakan bisnis ritel dan yang diteliti dalam skripsi ini adalah supermarketnya yaitu Yogya Griya. Banyak sekali persaingan dalam bisnis ritel berbentuk supermarket ada Borma, Carefour, Lotte Mart. Karena itu Yogya Griya harus bisa bersaing dengan pesaing yang ketat dengan membuat pelanggan loyal dan mencari pelanggan baru. Dalam penelitian ini, peneliti hendak menjelaskan dimensi strategi *Customer Relationship Management* (CRM) melalui *membership card* yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yogya Group, Bandung. *Membership Card* memiliki keunggulan yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal, namun kendala atau kelemahannya adalah pelanggan menganggap masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang memiliki *membership card* Yogya Group, Bandung sebanyak 200 responden. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS v.16 dengan menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh *membership card* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 25% dan sisanya 75% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata-kata kunci: *membership card*, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Yogya Group is one of the places to shop for customer. Yogya group consisting of Supermarket, Minimarket, Hypermarket, Specialty store/ convenience store, and Department Store. In Indonesia, Yogya Group already exists in 10 cities, among others: Bandung, Sumedang, Jatibarang, Cirebon, Bogor, Subang, Majalengka, Tasik, Brass. Yogya Group is a retail business and are investigated in this thesis is a supermarket that is Yogya Arts. Lots of competition in the retail business there Borma shaped supermarket, Carrefour, Lotte Mart. Yogya Griya must therefore be able to compete with the strict competition make loyal customers and find new customers. In this research, the researchers wanted to explain the dimensions of strategy Customer Relationship Management (CRM) through a membership card that influence customer loyalty in Yogya Group, Bandung. Membership Card has the advantage of being able to create a loyal customer, but the customer's problem or weakness is considered still a lack of quality service the company provides. This research was conducted with questionnaires spread the respondents who have a membership card Yogya Group, London 200 respondents. Testing and processing of data using SPSS v.16 using simple linear regression. The results also showed that the effect on customer loyalty card membership is 25% and the remaining 75% is influenced by other factors.

Key words: membership cards, customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	9
2.1.1.1 Tujuan CRM	10
2.1.1.2 Manfaat CRM	13
2.1.1.3 Fungsi CRM.....	13
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	14
2.1.2.1 Program Loyalitas Pelanggan	16
2.1.2.2 Cara Agar Pelanggan Tetap Loyal	16
2.1.2.3 Dimensi Loyalitas	18
2.1.2.4 Keuntungan Bila Pelanggan Loyal.....	18
2.1.3 Konsep <i>Reatiling</i>	19
2.1.3.1 Karakteristik- karakteristik Suatu Bisnis Ritel yang Membedakannya dengan Entitas Bisnis Lainnya	20
2.1.4 Bauran Pemasaran Retail.....	21
2.2 Kerangka Teoritis.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	29
2.5 Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31

3.2.2 Sampel	31
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Definisi Operasional Variabel	35
3.6 Uji Pendahuluan.....	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.1 Uji Normalitas.....	38
3.7.2 Uji Outliers	39
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	39
3.8 Metode Analisis Data.....	40
3.8.1 Uji Regresi Linier Sederhana.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Karakteristik Responden	42
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi.....	43
4.2 Hasil Kuesioner penelitian	44
4.2.1 <i>Membership Card 1</i>	44
4.2.2 <i>Membership Card 2</i>	45
4.2.3 <i>Membership Card 3</i>	46
4.2.4 <i>Loyalitas 1</i>	47

4.2.5 <i>Loyalitas 2</i>	48
4.2.6 <i>Loyalitas 3</i>	49
4.3 Hasil pengujian Hipotesis penelitian	49
4.3.1 Uji Validitas	49
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.3.2.1 Uji Reliabilitas <i>Membership Card</i>	52
4.3.2.2 Uji Reliabilitas <i>Loyalitas</i>	53
4.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1 Uji Normalitas	55
4.4.2 Uji Outliers.....	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	62
5.3 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Teoritis	28
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	30

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Operasional Variabel	36
Tabel II Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	43
Tabel IV <i>Membership Card 1</i>	44
Tabel V <i>Membership Card 2</i>	45
Tabel VI <i>Membership Card 3</i>	46
Tabel VII Loyalitas 1	47
Tabel VIII Loyalitas 2	48
Tabel IX Loyalitas 3	49
Tabel X Uji Validitas	50
Tabel XI Pengujian Reliabilitas <i>Membership Card</i>	52
Tabel XII Pengujian Reliabilitas <i>Loyalitas</i>	53
Tabel XIII Uji Heteroskedetisitas	58
Tabel XIV <i>Model Summary</i>	58
Tabel XV <i>Coefficients</i>	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	68
Lampiran B Tanggapan Responden	72
Lampiran C Karakteristik Responden	75
Lampiran D Uji Validitas	77
Lampiran E Uji Reliabilitas	79
Lampiran F Uji Asumsi Klasik	81
Lampiran G Uji Regresi	84