

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA OJEK *ONLINE*
GO-JEK JAKARTA SELATAN**

***THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT TO CUSTOMER LOYALTY ONLINE TAXIBIKE
GO-JEK SOUTH JAKARTA***

Oleh

Yahya

2014410111

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Konsentrasi Manajemen

Pemasaran pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS
DARMA PERSADA JAKARTA**

2018

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yahya

NIM : 2014410111

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA OJEK ONLINE GO-JEK JAKARTA SELATAN** yang dibimbing oleh Drs. Fauzi B, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 9 Agustus 2018.

Yang menyatakan,

Yahya

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yahya

NIM : 2014410111

Jurusan : Manajemen

Permintaan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA OJEK *ONLINE* GO-JEK
JAKARTA SELATAN**

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana.

Jakarta, 9 Agustus 2018

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing

(Dian A. Rahim SE, MSi)

(Drs. Fauzi B, MM)



**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA OJEK *ONLINE*
GO-JEK JAKARTA SELATAN**

***THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT TO CUSTOMER LOYALTY ONLINE TAXIBIKE
GO-JEK SOUTH JAKARTA***

Oleh :

YAHYA

2014410111

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 23 Agustus 2018

Drs. Fauzi B. MM

Pembimbing

Dr. Firsan Nova

Penguji I

Ellena N. H. SE. MM

Penguji II

Drs. Fauzi B. MM

Penguji III

Dr. Tri Mardjoko MM

Dekan

Dian A. Rahim SE. MSi

Ketua Jurusan



ABSTRAK

Nama : Yahya

NIM : 2014410111

Judul : Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek Jakarta Selatan.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan jasa ojek online Go-Jek Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuisioner pada 100 orang pengguna aplikasi ojek online Go-Jek Jakarta Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan antara *customer relationship management* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,769 yang berarti mempunyai hubungan yang kuat. Sedangkan pengaruh *customer relationship management* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 59,1%. Persamaan regresi antara *customer relationship management* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu $Y = 3,700 + 0,705 X$.

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menerapkan *customer relationship management* dengan baik agar pencapaian tingkat loyalitas pelanggan lebih tinggi.

Kata Kunci : *Customer relationship management*, Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Name : Yahya

NIM : 2014410111

Title : The Effect of customer relationship management to customer loyalty online taxibike Go-Jek, South Jakarta

The purpose of this study was to determine the effect of customer relationship management on customer loyalty of Go-Jek online motorcycle taxi services in South Jakarta. This research was conducted by data collection method by distributing questionnaires to 100 people of the Go-Jek online motorcycle taxi application users in South Jakarta.

The results showed the relationship between customer relationship management (X) on customer loyalty (Y) of 0.769 which means having a strong relationship. While the influence of customer relationship management (X) on customer loyalty (Y) is 59.1%. The regression equation between customer relationship management (X) to customer loyalty (Y) is $Y = 3,700 + 0,705 X$.

The results of this study are expected to enable the company to implement customer relationship management well so that the achievement of customer loyalty is higher.

Keywords: Customer relationship management, customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek Jakarta Selatan”**. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

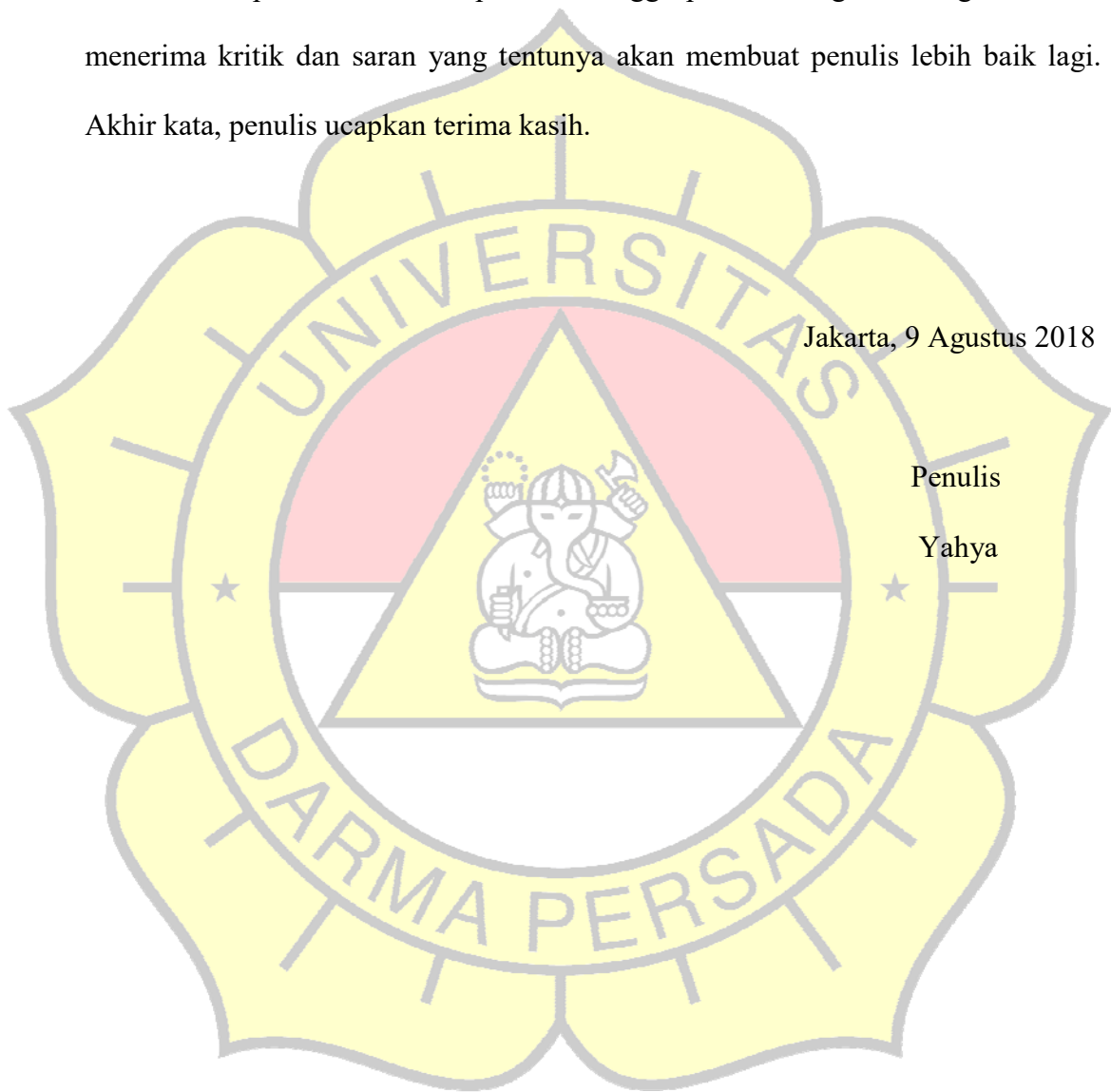
1. Bapak Dr. Fauzi B, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Dr. Tri Mardjoko MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian A. Rahim SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini.
5. Seluruh staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa restu, memberikan dukungan baik moral maupun moril, dan selalu memberi semangat untuk lebih baik lagi. Dan kepada kakak yang telah membantu untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh mahasiswa/i manajemen angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, telah membantu penulis dalam menyusun skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan di atas. Skripsi ini tentu saja belum mencapai dari kata sempurna, sehingga penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membuat penulis lebih baik lagi. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 9 Agustus 2018

Penulis
Yahya



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan Dan Rumusan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Pembatasan Masalah	12
1.2.3 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	16
1. <i>Product</i>	17
2. <i>Price</i>	17

	Halaman
3. <i>Place</i>	18
4. <i>Promotion</i>	18
2.1.3 Tujuan Pemasaran	19
2.1.4 Jasa	20
1. Pengertian Jasa	20
2. Karakteristik Jasa	21
2.1.5 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	25
1. Pengertian CRM	25
2. Tujuan CRM	30
3. Manfaat CRM	31
4. Strategi CRM	34
5. Dimensi CRM	37
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	38
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	38
2. Manfaat Loyalitas Pelanggan	42
3. Tahapan Loyalitas Pelanggan	44
4. Dimensi Loyalitas Pelanggan	48
2.1.7 Penelitian Terdahulu	49
2.2 Kerangka Pemikiran	51
2.3 Hipotesis	52
BAB III : METODE PENELITIAN	54
3.1 Metode yang Digunakan.....	54
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data	56
3.3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.3.1 Jenis Data Menurut Cara Memperolehnya.....	56
3.3.2 Sumber Data.....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1 Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	58

3.4.2 Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>)	58
3.4.3 Populasi dan Sampel	59
1. Populasi	59
2. Sampel	60
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	62
3.5.1 Rancangan Analisis	62
1. Uji Keabsahan Data	62
2. Alat Analisis Data	63
3.5.2 Metode Analisis Data	65
BAB IV : HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH	67
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	67
4.1.1 Sejarah Singkat Go-Jek	67
4.1.2 Produk dan Layanan Go-Jek	69
4.2 Hasil Responden	74
4.2.1 Profil Responden	74
4.2.2 Analisis Kuantitatif CRM	76
4.2.3 Analisis Kuantitatif Loyalitas Pelanggan	82
4.2.4 Uji Keabsahan Data	89
1. Uji Validitas	89
2. Uji Reliabilitas	90
4.2.5 Analisis Data	90
4.3 Pembahasan dan Pemecahan Masalah	93
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95

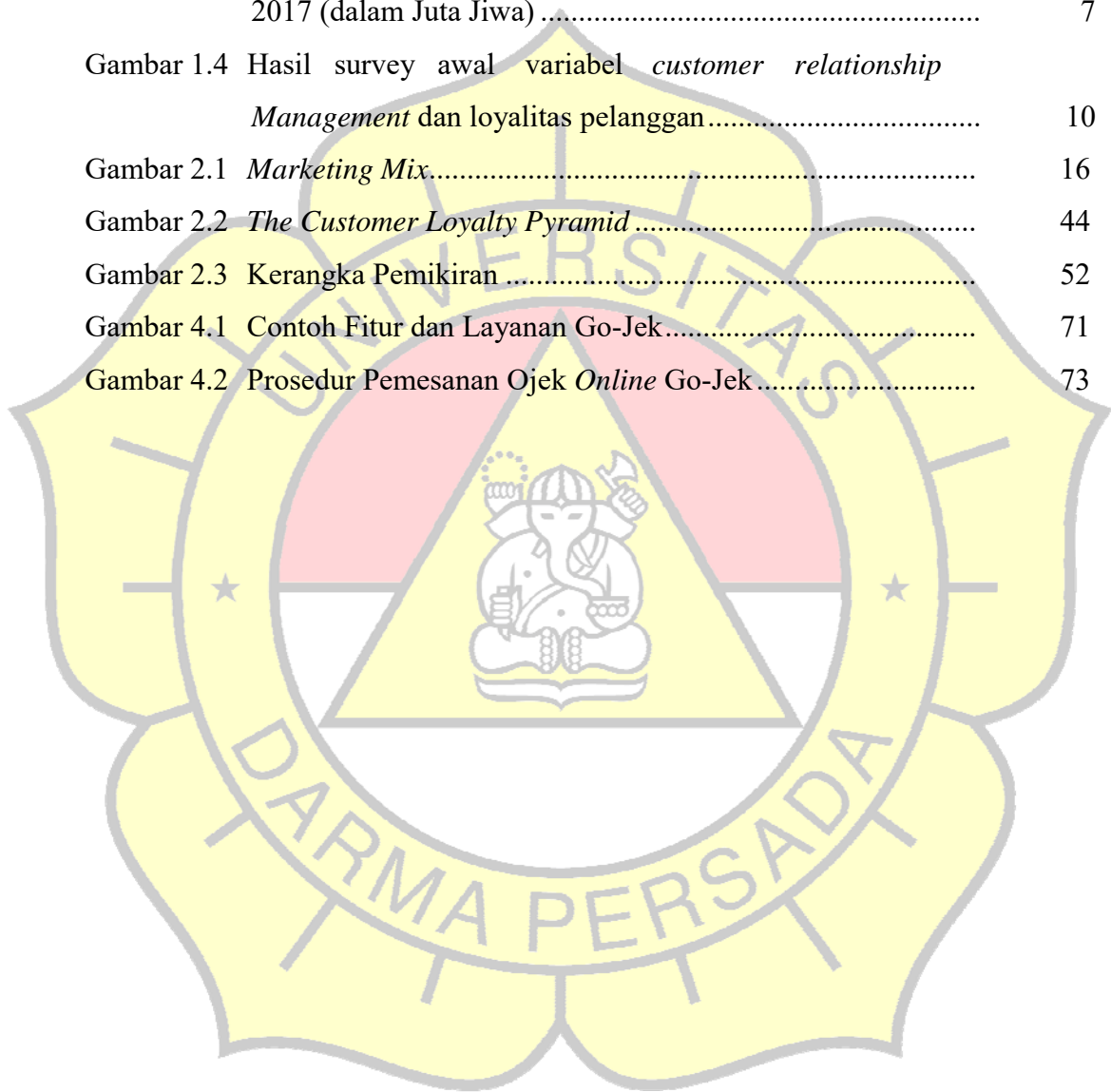
DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Hasil Survey Awal Tentang CRM Pada Ojek <i>Online</i> Go-Jek	9
Tabel 1.2	Hasil Survey Awal Tentang Loyalitas Pelanggan Pada Ojek <i>Online</i> Go-Jek	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	55
Tabel 3.2	Skala Likert Untuk CRM Dan Loyalitas Pelanggan.....	59
Tabel 3.3	Tabel Interval Indikator Variabel CRM Dan Loyalitas Pelanggan.....	63
Tabel 3.4	Tabel Konversi Interval Indikator Variabel CRM Dan Loyalitas Pelanggan.....	64
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Reliabilitas	65
Tabel 4.1	Tiga Pilar Go-Jek.....	68
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	75
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Tabel 4.6	Jawaban tentang Ojek <i>Online</i> Go-Jek Memberikan Jaminan Kenyamanan Layanan Transportasi Kepada Pelanggan.....	76
Tabel 4.7	Jawaban tentang Ojek <i>Online</i> Go-Jek Memberikan Jaminan Ketepatan Layanan Transportasi Kepada Pelanggan.....	77
Tabel 4.8	Jawaban tentang Ojek <i>Online</i> Go-Jek Memberikan Jaminan Keamanan Layanan Transportasi Kepada Pelanggan.....	77
Tabel 4.9	Jawaban tentang Driver Ojek <i>Online</i> Go-Jek Bersikap Ramah Kepada Pelanggan.....	78
Tabel 4.10	Jawaban tentang Driver Ojek <i>Online</i> Go-Jek Bersikap Sopan Kepada Pelanggan.....	79
Tabel 4.11	Jawaban tentang Driver Ojek <i>Online</i> Go-Jek Bersikap Sabar Kepada Pelanggan.....	79

Tabel 4.12	Jawaban tentang Driver Ojek <i>Online</i> Go-Jek Sigap Dalam Merespon Keluhan Pelanggan	80
Tabel 4.13	Jawaban tentang Driver Ojek <i>Online</i> Go-Jek Memberikan Solusi yang Memuaskan Atas Keluhan Pelanggan.....	81
Tabel 4.14	Jawaban tentang Driver Ojek <i>Online</i> Go-Jek Peduli Terhadap Keluhan Pelanggan	82
Tabel 4.15	Jawaban tentang Menggunakan Ojek <i>Online</i> Go-Jek Secara Teratur.....	82
Tabel 4.16	Jawaban tentang Menggunakan Ojek <i>Online</i> Go-Jek Karena Merasa Puas atas Layanan Transportasi yang Diberikan	83
Tabel 4.17	Jawaban tentang Menggunakan Layanan Lainnya dari Go-Jek, Seperti <i>Go-Food</i> , <i>Go-Send</i> , dan Jasa Lainnya.....	84
Tabel 4.18	Jawaban tentang Menggunakan Layanan <i>Go-Pay</i> dalam Pembayaran Tarif Ojek <i>Online</i> Go-Jek	85
Tabel 4.19	Jawaban tentang Menceritakan Hal-hal yang Baik Tentang Ojek <i>Online</i> Go-Jek Kepada Teman atau Orang Lain.....	86
Tabel 4.20	Jawaban tentang Mengajak Teman dan Orang Lain Untuk ★ Menggunakan Ojek <i>Online</i> Go-Jek	86
Tabel 4.21	Jawaban tentang Tidak Akan Beralih Ke Ojek <i>Online</i> Lainnya Ketika Ingin Berpergian	87
Tabel 4.22	Jawaban tentang Ojek <i>Online</i> Go-Jek Menjadi Pilihan Utama Saya Ketika Ingin Berpergian.....	88
Tabel 4.23	Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4.24	Hasil Uji Reliabilitas CRM.....	90
Tabel 4.25	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	90
Tabel 4.26	Hasil Analisis Korelasi Linier Sederhana CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
Tabel 4.27	Hasil Uji t CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan	91
Tabel 4.28	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah aplikasi ojek <i>online</i> pengguna	5
Gambar 1.2 Jumlah pengguna aplikasi ojek <i>online</i>	6
Gambar 1.3 Pelanggan ojek <i>online</i> Go-Jek Periode Juli s/d Desember 2017 (dalam Juta Jiwa)	7
Gambar 1.4 Hasil survey awal variabel <i>customer relationship Management</i> dan loyalitas pelanggan	10
Gambar 2.1 <i>Marketing Mix</i>	16
Gambar 2.2 <i>The Customer Loyalty Pyramid</i>	44
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	52
Gambar 4.1 Contoh Fitur dan Layanan Go-Jek	71
Gambar 4.2 Prosedur Pemesanan Ojek <i>Online</i> Go-Jek	73



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	98
Lampiran 2 Kuesioner Survey Awal.....	99
Lampiran 3 Tabel Survey Awal.....	103
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 5 Tabulasi Data CRM.....	109
Lampiran 6 Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan.....	112
Lampiran 7 Hasil Output SPSS CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	115
Lampiran 8 T Tabel.....	116
Lampiran 9 R Tabel.....	119
Lampiran 10 Lembar Konsultasi.....	122

