

**PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN TERHADAP
RETENSI PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi pada Larissa Aesthetic Center Yogyakarta)

***THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ON
CUSTOMER RETENTION MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AND
CUSTOMER LOYALTY***

(Studi on Larissa Aesthetic Center Yogyakarta)



Disusun oleh:

Svenka Allura Madadenok

20200410179

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN TERHADAP
RETENSI PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi pada Larissa Aesthetic Center Yogyakarta)

***THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ON CUSTOMER
RETENTION MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY***

(Studi on Larissa Aesthetic Center Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Mempengaruhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

SVENKA ALLURA MADADENOK

20200410179

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang betanda tangan dibawah ini:

Nama : Svenka Allura Madadenok

NIM : 20200410179

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : **Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Larissa Aesthetic Center di Yogyakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari saya terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024



Svenka Allura Madadenok

20200410179

PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar yang lebih indah dari pada lembar persembahan. Alhamdulillah dengan segala puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberikan saya kekuatan, membekali saya dengan ilmu pengetahuan serta mengenalkan saya dengan apa arti ketulusan. Atas segala limpahan karunia nya, sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan segala perjuangan saya yang menjadi sebuah tulisan sederhana dengan penuh makna dan cinta. Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua hebat saya Bapak Rudi Sudaryanto dan Ibu Dian Kurnia Sari, yang tiada henti melangitkan doa doa baik untuk kemudahan saya dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan tanpa henti telah mengatarkan saya ke titik terbaik di setiap perjalanan hidup saya. Saya persembahkan skripsi dan gelar untuk kedua orang tua saya tercinta.
2. Untuk keluarga hebat saya, terimakasih saya ucapkan atas dukungan doa dan motivasi untuk kelancaran saya dalam menyelesaikan skripsi.
3. Teman-teman yang saya temui diperjalanan selama saya di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sabeb, kkn019, 58 terimakasih atas hal-hal baik dan hebat yang belum sempat terbalaskan.
4. Teman suka duka saya ryan esro, cc, chai , adindadk, alfirda nadira, farzana amira, ranny loisa, pradhiya, renay, annisa terimakasih telah kebersamaian saya saling genggam mendoakan menuju masa depan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi oleh Larissa Aesthetic Center di Yogyakarta)”. Tidak dapat terselesaikannya skripsi ini tanpa adanya bimbingan, dukungan, doa doa dari pihak-pihak hebat. Saya ucapkan

1. Prof Dr. Ir. Gunawan Budiyanoto, M. P., IPM selaku rector Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof Rizal Yaya, M.Sc., Ph.D., Ak. CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M. Si selaku Kepala Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D. yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dorongan kepada saya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan yang sangat berharga

Yogyakarta, 9 September 2024



Svenka Allura Madadenok

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO v	
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI vii	
ABSTRACT viii	
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II 7	
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
B. Definisi Konseptual	8
1. Manajemen Hubungan Pelanggan.	8
2. Retensi Pelanggan.	9
3. Kepuasan Pelanggan.	11
4. Loyalitas Pelanggan.	12
C. Hasil Penelitian Terdahulu	13
D. Pengembangan Hipotesis	15
E. Model Penelitian	20
BAB III 20	
METODE PENELITIAN	20

<u>A.</u>	<u>Objek dan Subjek Penelitian</u>	20
<u>B.</u>	<u>Jenis Data</u>	20
<u>C.</u>	<u>Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel</u>	21
<u>D.</u>	<u>Teknik Pengumpulan Data</u>	22
<u>E.</u>	<u>Definisi Operasional Variabel Penelitian</u>	23
<u>F.</u>	<u>Uji Kualitas Instrumen Dan Data</u>	25
<u>1.</u>	<u>Uji Validitas.</u>	25
<u>2.</u>	<u>Uji Reliabilitas.</u>	26
<u>G.</u>	<u>Alat Analisis dan Teknik Analisis Data</u>	26
<u>BAB IV</u>	30	
<u>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>		30
<u>A.</u>	<u>Gambaran Umum Objek Penelitian dan Subjek Penelitian</u>	30
<u>1.</u>	<u>Gambaran Umum Objek Penelitian</u>	30
<u>2.</u>	<u>Gambaran Umum Subjek Penelitian</u>	31
<u>3.</u>	<u>Karakteristik Responden</u>	31
<u>B.</u>	<u>Uji Kualitas Instrumen dan Data</u>	34
<u>4.</u>	<u>Uji Validitas</u>	34
<u>5.</u>	<u>Uji Reliabilitas</u>	35
<u>C.</u>	<u>Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis</u>	36
<u>1).</u>	<u>Analisis Deskriptif</u>	36
<u>2).</u>	<u>Hasil Penelitian</u>	38
<u>1.</u>	<u>Pengembangan Model Berdasarkan Teori</u>	38
<u>2.</u>	<u>Menyusun Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>)</u>	38
<u>3.</u>	<u>Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural</u>	39
<u>4.</u>	<u>Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi</u>	40
<u>5.</u>	<u>Menilai Identifikasi Struktural</u>	44
<u>6.</u>	<u>Menilai Kriteria <i>Goodness of fit</i></u>	45
<u>7.</u>	<u>Interpretasi dan Modifikasi Model</u>	47
<u>3)</u>	<u>Pengujian Hipotesis</u>	48
<u>BAB V</u>	61	
<u>KESIMPULAN</u>		61

<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	64
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	68
<u>Lampiran 1 Kuesioner</u>	68
<u>Lampiran 2 Tabulasi Data Responden</u>	73
<u>Lampiran 3 Profil Responden</u>	78
<u>Lampiran 4 Factor Loading</u>	79
<u>Lampiran 5 Normalitas</u>	79
<u>Lampiran 6 Mahalanobis distance</u>	80
<u>Lampiran 7 Identifikasi Model</u>	82
<u>Lampiran 8 Goodness Of Fit</u>	82
<u>Lampiran 9 Validitas</u>	84
<u>Lampiran 10 Realibilitas</u>	84
<u>Lampiran 11 Hipotesis</u>	85
<u>Lampiran 12 Analisis Deskriptif</u>	85
<u>Lampiran 13 Persamaan Struktual</u>	86
<u>Lampiran 14 Pengaruh Langsung</u>	87
<u>Lampiran 15 Pengaruh Tidak Langsung</u>	87
<u>Lampiran 16 Turnitin</u>	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	23
Tabel 3. 2 Indikator Variabel eksogen variabel bebas (X)	24
Tabel 3. 3 Indikator variabel intervening variabel mediasi	24
Tabel 3. 4 Indikator variabel endogen variabel terikat (Y)	25
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	32
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	33
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	33
Tabel 4. 4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	34
Tabel 4. 5 karakteristik responden berdasarkan pendapatan	34
Tabel 4. 6 karakteristik responden berdasarkan agama	35
Tabel 4. 7 Uji validas	36
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 9 statistik deskriptif manajemen hubungan pelanggan	37
Tabel 4. 10 statistik deskripsi kepuasan pelanggan	38
Tabel 4. 11 statistik deskriptif loyalitas pelanggan	38
Tabel 4. 12 uji normalitas	42
Tabel 4. 13 mahalanobis	43
Tabel 4. 14 identifikasi model	46
Tabel 4. 15 goodnes of fit	46
Tabel 4. 16 hubungan antar variabel	49
Tabel 4. 17 pengaruh langsung	52
Tabel 4. 18 pengaruh tidak langsung	52
Tabel 4. 19 pengaruh langsung	54
Tabel 4. 20 pengaruh tidak langsung	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Media Sosial di Dunia.....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	19
Gambar 4. 1 diagram jalur	40
Gambar 4. 2 persamaan struktual	40
Gambar 4. 3 mediasi amos	52
Gambar 4. 4 mediasi amos	53