

**IMPLEMENTASI *MEMBERSHIP CARD* DAN PENGARUHNYA
TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG *MODERN RETAIL* DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ALFA SANTOSO BUDIWIDJOJO PUTRA

11 07 4618

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2010

**IMPLEMENTASI *MEMBERSHIP CARD* DAN PENGARUHNYA
TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG *MODERN RETAIL* DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas

Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk Memenuhi

Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh :

ALFA SANTOSO BUDIWIDJOJO PUTRA

11 07 4618



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2010

HALAMAN PERSETUJUAN



Disetujui

Dosen pembimbing,

Purwani Retno A, Dra., MM

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

8 Desember 2010

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi



Gidion P. Adirineko, SE., M.Si.

Dewan Penguji :

1. Purwani Retno A, Dra., M.M.

[Handwritten signature]
.....

2. Jonathan Herdioko, SE., M.M.

[Handwritten signature]
.....

3. Purnawan Hardiyanto, Drs., M.Ec.Dev.

[Handwritten signature]
.....

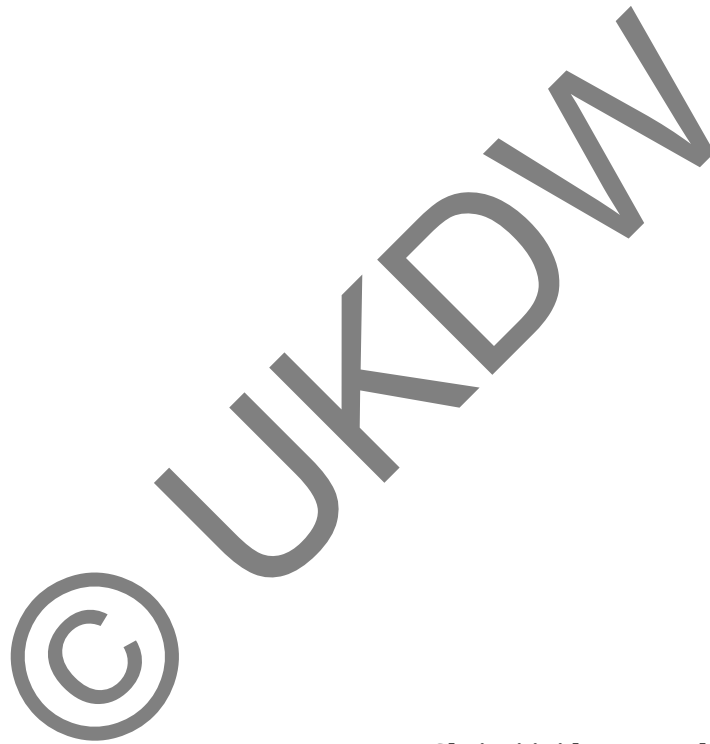
MOTTO

“Untuk segala sesuatu ada masanya, untuk apapun dibawah langit ada waktunya”

Pengkhotbah 3:1



HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI *MEMBERSHIP CARD* DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG *MODERN RETAIL* DI YOGYAKARTA ”**.

Skripsi ini dilakukan sesuai dengan persyaratan akademis guna memperoleh gelar kesarjanaan Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam berbagai bentuk dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

- Purwani Retno A, Dra., MM selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingannya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Para Dosen dan staf Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak membagikan ilmu, pengalaman, dan pengetahuan bagi penulis selama masa studi.
- Papi dan mami ku.. Terima kasih ya buat dukungan, doa, dan motivasi yang sudah diberikan, sehingga saya bisa tetap semangat dalam menjalani perkuliahan dan kehidupan ini.

- Pak Edy yang telah banyak membantu dalam analisis data. Terima kasih juga pak, untuk semua bimbingan, pengajaran, dan kebijaksanaannya, selama saya menjadi volunteer di PUSTIK (Pusat Statistik) dan Lab. Ekonomi FE UKDW selama 3 (tiga) tahun, sehingga saya bisa kuliah sambil bekerja secara lancar. Makasih juga untuk semua ilmu tentang statistik yang telah ditularkan kepada saya selama ini. ☺
- Windu Permana Sari yang telah menjadi teman dalam bekerja selama saya kuliah di FE UKDW (khususnya saat menjadi redaksi tabloid e-BiZ FE UKDW maupun asisten dosen untuk praktikum Statistik II). Terima kasih juga buat kesediaan dan kerelaan hati mu dalam meminjamkan catatan kuliah, sehingga kuliah saya bisa lancar. ☺
- Agustina Pindawati yang telah menjadi teman sekerja di PUSTIK (Pusat Statistik) dan Lab. Ekonomi FE UKDW, redaksi tabloid e-BiZ FE UKDW maupun asisten dosen untuk praktikum Statistik II. Terima kasih buat semua bantuan, dukungan, dan perhatiannya selama ini. ☺
- Mbak Yuni (di Pojok dan Galeri BBJ UKDW) terima kasih mbak untuk bantuannya dalam menyebarkan kuesioner saya di area galeria mall Yogyakarta.
- Enggar Handayani, terima kasih banyak ya, buat semua bantuan dan supportmu selama ini, termasuk nyebarin kuesionerku. ☺
- Si Kembar (Kinteki dan Kintaka), yang dengan tulus membantu menyebarkan kuesionerku untuk diisi oleh anak-anak duta voice.

- Semua praktikanku di mata kuliah praktikum statistik II pada semester Gasal 2010/2011, terima kasih untuk kesediaan kalian dalam mengisi kuesionerku. Ayo, lebih semangat lagi dalam menekuni statistik. ☺
- Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas partisipasinya.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca. Hanya doa dan terima kasih yang bisa penulis haturkan. Terima kasih.

Yogyakarta, 1 Desember 2010

Penulis

Alfa Santoso Budiwidjojo Putra



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR DIAGRAM.....	xix
ABSTRAKSI	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kontribusi Penelitian.....	3
1.5. Batasan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI, STUDI PUSTAKA, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori.....	6

2.1.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	6
2.1.2 Proses <i>Customer Relationship Management</i>	8
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	9
2.1.4 Program Loyalitas Pelanggan (<i>Consumer Loyalty Program</i>).....	9
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.6 Model <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> ..	11
2.1.7 Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	16
2.4 Diagram skematis kerangka teoritis.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Data	19
a. Data Sekunder	19
b. Data Primer.....	19
3.2 Definisi Variabel dan Pengukurannya	19
a. Definisi Variabel.....	19
b. Variabel Penelitian	19
c. Pengukuran Variabel.....	20
3.3. Diagram Skematis Desain Penelitian.....	22
3.4 Gambaran Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.4.1 Populasi dan Sampel	22
a. Populasi.....	22
b. Sampel.....	23

3.5. Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Model Statistik dan Uji Hipotesis	24
3.6.1 Metode Pengujian Instrumen	24
a. Uji Validitas	24
b. Uji Reliabilitas	24
3.6.2 Analisis Data	25
a. Analisis Persentase	25
b. Regresi Linier Berganda	25
1) Nilai Adjusted R^2	27
2) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	27
3) Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	28
c. Uji Asumsi Klasik	30
1) Uji Multikolinearitas	30
2) Uji Heteroskedastisitas	30
3) Uji Normalitas	31
4) Uji Linearitas	31
5) Uji Autokorelasi	32
3.7 Definisi Operasional	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	35
a. Uji Validitas	35
b. Uji Reliabilitas	37
4.2 Analisis Deskriptif	38

a. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Kepemilikan <i>Membership Card</i> Di Salah Satu <i>Modern Retail</i> Yang Berlokasi Di Yogyakarta.....	39
b. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal...	39
c. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
d. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Berdasarkan Usia	40
e. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
f. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	42
g. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di <i>Modern retail</i> Dalam 3 Bulan Terakhir	42
h. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Minimal Berbelanja di <i>Modern Retail</i>	43
i. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Harga Barang	44
j. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Alasan Ketertarikan Untuk Bergabung Dengan <i>Membership Card</i>	44
k. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Jenis <i>Membership Card</i> yang diminati.....	45
l. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Point Yang Di Dapatkan Setiap Kali Berbelanja Di <i>Modern Retail</i>	46
m. Persentase Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penukaran Point <i>Membership Card</i> Dengan Voucher Yang Ditawarkan Di <i>Modern Retail</i>	46

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	47
a. Nilai Adjusted R ²	47
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	48
c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	50
1) Menguji Pengaruh Antara Kepuasan Pengunjung Atas Manfaat Diskon Yang Didapat Dari Kepemilikan <i>Membership Card</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung Atau Pemegang <i>Membership Card</i>	51
2) Menguji Pengaruh Antara Variable Kepuasan Pengunjung Atas Pelayanan Yang Lebih Baik Dari Staf <i>Modern Retail</i> Sejak Pengunjung Memiliki <i>Membership Card</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung Atau Pemegang <i>Membership Card</i>	52
3) Menguji Pengaruh Antara Variable Kepuasan Atas Manfaat Mendapatkan Kemudahan Layanan Dari Pihak <i>Modern Retail</i> Sejak Pengunjung Memiliki <i>Membership Card</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung Atau Pemegang <i>Membership Card</i>	54
4) Menguji Pengaruh Antara Variable Kepuasan Atas Manfaat Mendapat Pelayanan Spesial Dari Pihak <i>Modern Retail</i> Sejak Pengunjung Memiliki <i>Membership Card</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung Atau Pemegang <i>Membership Card</i>	54

4.4 Uji Asumsi Klasik	57
a. Uji Multikolinearitas	57
b. Uji Heteroskedastisitas	59
c. Uji Normalitas.....	60
d. Uji Linearitas	61
e. Uji Autokorelasi.....	62

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	64
5.2. Keterbatasan.....	65
5.3. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1	Alternatif Definisi Kepuasan Pelanggan.....	10
3.1	Pengambilan Keputusan Ada Atau Tidaknya Autokorelasi.....	32
4.1	Hasil Analisis Validitas.....	36
4.2	Hasil Analisis Reliabilitas	37
4.3	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Kepemilikan <i>Membership Card</i>	39
4.4	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	39
4.5	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.6	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Usia	40
4.7	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.8	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	42
4.9	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di <i>Modern Retail</i> dalam 3 bulan terakhir.....	42
4.10	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Minimal Berbelanja di <i>Modern Retail</i>	43
4.11	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Harga Barang	44
4.12	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Alasan Ketertarikan Bergabung dengan <i>Membership Card</i>	44
4.13	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Jenis Membership Card yang Diminati	45
4.14	Persentase Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Point.....	46

4.15 Persentase Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penukaran Point <i>Membership Card</i> dengan Voucher yang Ditawarkan di <i>Modern Retail</i>	46
4.16 Hasil Uji Adjusted R^2	48
4.17 Hasil F Test	50
4.18 Hasil Uji t tabel untuk kepuasan pengunjung atas manfaat diskon yang didapat dari kepemilikan <i>membership card</i>	51
4.19 Hasil Uji t tabel untuk kepuasan pengunjung atas pelayanan yang lebih baik dari staf <i>modern retail</i> sejak pengunjung memiliki <i>membership card</i>	53
4.20 Hasil Uji t tabel untuk kepuasan atas manfaat mendapatkan kemudahan layanan dari pihak <i>modern retail</i> sejak pengunjung memiliki <i>membership card</i>	55
4.21 Hasil Uji t tabel untuk kepuasan atas manfaat mendapat pelayanan spesial dari pihak <i>modern retail</i> sejak pengunjung memilki <i>membership card</i>	56
4.22 Hasil Tingkat Kolinearitas	57
4.23 Hasil Nilai Tolerance	58
4.24 Nilai Variance Inflation Factor (VIF)	59
4.25 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.26 Hasil Uji Normalitas	61
4.27 Hasil Uji Ramsey test.....	61
4.28 Pengambilan Keputusan Ada Atau Tidaknya Autokorelasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

2.1	Gambar Proses CRM	8
2.2	Model <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	11
2.3	Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas	13

© UKDW

DAFTAR DIAGRAM

2.1 Skematis Kerangka Teoritis	18
3.1 Skematis Desain Penelitian	22

© UKDW

ABSTRAKSI

Proposal penelitian ini digunakan untuk meneliti pengaruh program *membership card* yang dijalankan oleh banyak *modern retail* di Yogyakarta dalam membangun variasi loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card* terhadap *modern retail* yang bersangkutan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun pengaruh parsial yang diuji adalah kepuasan pengunjung atas manfaat diskon yang didapat dari kepemilikan *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*, pengaruh kepuasan pengunjung atas pelayanan yang lebih baik dari staf *modern retail* sejak pengunjung memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*, pengaruh kepuasan atas manfaat mendapatkan kemudahan layanan dari pihak *modern retail* sejak pengunjung memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*, dan pengaruh kepuasan atas manfaat mendapat pelayanan spesial dari pihak *modern retail* sejak pengunjung memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*.

Kata kunci : **kepuasan pengunjung atas manfaat diskon yang didapat dari kepemilikan *membership card*, kepuasan pengunjung atas pelayanan yang lebih baik dari staf *modern retail* sejak pengunjung memiliki *membership card*, kepuasan atas manfaat mendapatkan kemudahan layanan dari pihak *modern retail* sejak pengunjung memiliki *membership card*, kepuasan atas manfaat mendapat pelayanan spesial dari pihak *modern retail***

sejak pengunjung memiliki *membership card*, loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*, regresi linear berganda, *membership card*.

© UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Akhir-akhir ini bisnis *modern retail* di Yogyakarta mengalami perkembangan yang sangat pesat, khususnya ditahun 2008 hingga pertengahan 2010. Hal tersebut ditunjukkan dengan menjamurnya bisnis *modern retail*, dari skala kecil sampai dengan skala besar. Hal yang paling mencolok adalah dengan tumbuhnya beraneka ragam *modern retail* dengan kepemilikan *franchise*. Misalnya Indomaret, Alfamaret, dsb. Menurut pengamatan saya dilapangan maupun saat melakukan survey literatur, ternyata *modern retail* ini disambut baik oleh para konsumen di Indonesia. Dari survey yang dilakukan oleh SMERU pada tahun 2007, tampak bahwa pada akhirnya *traditional retail* ini posisinya mulai terjepit, bahkan beberapa sudah tutup, karena ditinggalkan pelanggannya yang sudah beralih ke *modern retail*. Dari semua pengamatan saya, yang berujung pada analisis mengenai faktor utama penyebab pergeseran dari *traditional retail* ke *modern retail* ini adalah *Customer Relationship Management (CRM)*. Dalam penelitian ini saya tidak akan membahas mengenai apa dampak dari pergeseran tersebut, karena itu merupakan studi kebijakan publik. Akan tetapi yang akan saya teliti adalah mengenai implementasi CRM pada *modern retail*, yang mempengaruhi loyalitas pengunjung *modern retail* di Yogyakarta. Oleh sebab itu, saya tetapkan bahwa strategi *Customer Relationship Management (CRM)* yang dianalisis dalam penelitian ini dibatasi khusus hanya pada program *membership card*.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kepuasan pelanggan atas manfaat diskon yang didapat dari kepemilikan *membership card* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*?
- b. Apakah kepuasan pelanggan atas pelayanan yang lebih baik dari staf *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*?
- c. Apakah kepuasan atas manfaat mendapatkan kemudahan layanan dari pihak *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*?
- d. Apakah kepuasan atas manfaat mendapat pelayanan spesial dari pihak *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*?
- e. Apakah keseluruhan kepuasan pelanggan atas kepemilikan *membership card* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*?

1.3. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan atas manfaat diskon yang didapat dari kepemilikan *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*.
- b. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan atas pelayanan yang lebih baik dari staf *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*.
- c. Menguji pengaruh kepuasan atas manfaat mendapatkan kemudahan layanan dari pihak *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*.
- d. Menguji pengaruh kepuasan atas manfaat mendapat pelayanan spesial dari pihak *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*.
- e. Menguji pengaruh keseluruhan kepuasan pelanggan atas kepemilikan *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*.

1.4. Kontribusi Penelitian

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai implementasi dari ilmu yang telah peneliti peroleh di bangku perkuliahan dan untuk memperkaya keterampilan peneliti dalam menganalisis suatu masalah, terutama masalah bisnis.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, informasi, dan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau perbandingan, terutama untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

c. Bagi *modern retail* di Yogyakarta.

Hasil penelitian ini bisa membantu *modern retail* untuk mengetahui sejauh mana pengaruh program *membership cards* yang dijalankan oleh banyak *modern retail* di Yogyakarta dalam membangun loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*.

d. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pembendaharaan pustaka di perpustakaan program studi manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta dan penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian lebih lanjut.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terfokus dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka perlu dilakukan pembatasan sebagai berikut:

- a. Strategi *Customer Relationship Management (CRM)* yang dianalisis dalam penelitian ini dibatasi khusus hanya pada program *membership card*.
- b. Responden penelitian dengan kriteria:
 - 1) Memiliki *Membership card* di salah satu *Modern retail* yang berlokasi di Yogyakarta.
 - 2) Saat ini bertempat tinggal di Yogyakarta.

c. Atribut yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kepuasan pengunjung atas manfaat diskon yang didapat dari kepemilikan membership card.
- 2) Kepuasan pengunjung atas pelayanan yang lebih baik dari staf modern retail sejak pengunjung memiliki membership card.
- 3) Kepuasan atas manfaat mendapatkan kemudahan layanan dari pihak modern retail sejak pengunjung memiliki membership card.
- 4) Kepuasan atas manfaat mendapat pelayanan spesial dari pihak modern retail sejak pengunjung memiliki membership card.
- 5) Loyalitas pengunjung atau pemegang membership card.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data terhadap 102 responden, tentang IMPLEMENTASI *MEMBERSHIP CARD* DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG *MODERN RETAIL* DI YOGYAKARTA, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara kepuasan pelanggan atas manfaat diskon yang didapat dari kepemilikan *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*” terbukti.
- b. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara kepuasan pelanggan atas pelayanan yang lebih baik dari staf *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*” tidak terbukti.
- c. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara kepuasan atas manfaat mendapatkan kemudahan layanan dari pihak *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*” terbukti.
- d. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara kepuasan atas manfaat mendapat pelayanan spesial dari pihak *modern retail* sejak pelanggan memiliki *membership card* terhadap loyalitas pengunjung atau pemegang *membership card*” terbukti.

- e. Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen” terbukti.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Waktu penelitian yang sangat pendek, membuat peneliti kesulitan mencari responden yang representatif.

5.3. Saran

- a. Penelitian Selanjutnya

Berikut adalah saran untuk penelitian berikutnya:

- 1) Sebaiknya perlu dilakukan pemfokusan (hanya satu) jenis *modern retail* yang dijadikan sampel penelitian. Misalnya, hanya Matahari Departemen Store saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, J.G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.
- Bowen, Earl K. & Starr Martin K. (1982). *Basic Statistic for Business and Economic*. Tokyo: Mc Graw-Hill Book Company Inc.
- Djarwanto, Ps & Subagyo, P. (1998). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- <http://blog.its.ac.id/suherminstatistikaitsacid/files/2008/09/validitas-reliabilitas.pdf>
- <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>
- <http://statistikpendidikanii.blogspot.com/2008/03/download-tabel-f-t-dan-chi-square.html>
- <http://www.askoxford.com>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. (edisi 10). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (edisi 12). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Layanto, Femy. (2008). *Asosiasi Konsumen Terhadap Produk Handphone Nokia N-Series di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana.
- M. Echols & Shadily. (2005). *Kamus Inggris-Indonesia*. (cetakan XXVI). Jakarta: PT. Gramedia.
- Pribadi, Boyke. (2010). *Uji Asumsi Klasik*. (Online), (http://boyke68.multiply.com/journal?&page_start=0, diakses 6 Juli 2010).
- Puryantoro, D. (2009). *Pengaruh Atribut Iklan Axis Versi Amir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana.
- Rahmanta. (2009). *Aplikasi Eviews Dalam Ekonometrika*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Marketing Analysis Made Easy*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Santoso, Singgih. (2009). *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17*. Jakarta: PT, Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, Dr. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryadarma, Daniel, dkk. (2007). *Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Jakarta: Lembaga Penelitian SMERU.
- Suzuki. (2009). *Penggunaan Model Iklan Luna Maya Dalam Iklan Operator Seluler XL terhadap Minat Beli Konsumen*. Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana.
- Tjiptono, Fandy, (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Widjaja, Amin. (2008). *Dasar-dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvarindo.
- Wijaya, S. & Thio S. (2007). *Implementasi Membership card dan Pengaruhnya dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Restoran di Surabaya*. Surabaya: jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, <http://www.google.co.id/gwt/n>.
- Winoto, Christina. (2005). *Analisa penerapan customer relationship management melalui Matahari Club Card di Surabaya.. other thesis*, Petra Christian University.