

**PENGARUH ANTARA NILAI EMOSIONAL, NILAI PENGORBANAN
YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DAN
PERILAKU KERJACUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT PADA PELANGGAN
McDonald's DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



OLEH :

FEBRYAN ARYA PRADANA

2008210538

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2013

**PENGARUH NILAI EMOSIONAL ,NILAI PENGORBANAN YANG
DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DAN CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PELANGGAN McDonald's
DI SIDOARJO**

Diajukan oleh :

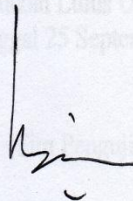
FEBRYAN ARYA PRADANA

NIM : 2008210538

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 30-9-2013



(Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT.psikolog, CGA., CGI)

Ketua : Drs. Irawan, M.M.

Pembimbing : Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT.psikolog, CGA., CGI

Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM

SKRIPSI

**PENGARUH ANTARA NILAI EMOSIONAL, NILAI PENGORBANAN
YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DAN
PERILAKU KERJACUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT PADA PELANGGAN
McDonald's DI SIDOARJO**

Disusun oleh

FEBRYAN ARYA PRADANA

2008210538

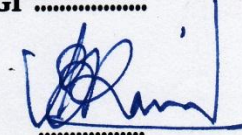
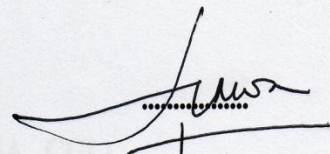
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 25 September 2013

Tim Penguji

Ketua : Drs. Irawan, M.M.

Sekretaris : Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT.psikolog, CGA., CGI

Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Febryan Arya Pradana
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 17 Januari 1990
N.I.M : 2008210538
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Pengorbanan yang
Dirasakan terhadap Loyalitas merek dan *Customer
relationship management* pada pelanggan
McDonald's di Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15 November 2013

(Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT. psikolog, CGA., CGI.)

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Tanggal : 15 November 2013

(Mellyza Silvy, S.E., M.Si.)

MOTTO

If you have a dream, get up

*Manusia itu sama ,yang membedakan adalah Doa
dan Usaha*

**LIFE IS LIKE A ROLLER COASTER.IT HAS
ITS UPS AND DOWNS. BUT IT'S YOUR
CHOICE TO SCREAM OR ENJOY THE RIDE**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil 'Aalamiin segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, berkah serta limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Tentu dalam penulisan skripsi ini juga mendapatkan dukungan dan bantuan dari beberapa pihak, maka dari itu Peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

Kedua orang tua, Ibu & Bapak yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, terima kasih atas segala doa, bimbingan dan pelajaran yang telah diberikan, Ibu & Bapak adalah semangat hidupku dan kebahagiaan Ibu & Bapak adalah salah satu tujuan hidupku. Semoga Allah selalu membantuku untuk dapat merealisasikan salah satu tujuan hidupku itu. Ibu & Bapak adalah orang yang paling TERHEBAT buat diri saya. Terima kasih untuk Mbak kiki dan Dek rere yang sudah mensupport. Pencapaianku ini untuk keluargaku. Terima kasih banyak keluargaku.

Untuk Para dosen S1 Manajemen dan seluruh civitas STIE Perbanas Surabaya terutama para dosen Jurusan Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan. Untuk Ibu Laila Saleh Marta', terima kasih banyak karena telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengetahuan dan arahan selama ini. Dan saya merasa mendapatkan pembelajaran selama ini tentang masalah janji dan waktu agar saya harus bisa lebih bijak masalah disiplin waktu dan memegang janji saat dibimbing oleh Ibu ☺. Dan semua ini akan saya jadikan acuan ke depannya

Teman-teman seperjuangan dalam se-TEAM Skripsi, Intan dan Cezar, kita bangga dan dapat membuktikan perjuangan selama yang kita tunggu bersama-sama begitu juga mendapatkan cerita menarik dalam waktu sebelum sidang proposal maupun setelah sidang skripsi dan selalu bersama-sama membantu ini menjadikan kita lebih menjadi seperti keluarga berencana ☺hehehehe....

Terima kasih untuk Anak GENGGONG : yahrian, helmi, danang, rizkianugrah, rizkiridwan, cokronegoro, editya, Agassi, masdidit, bayu nur seto, haposan, marsetya, bimo, dan lain-lain. semoga semakin kompak selalu dan jadi keluarga sampek kakek nenek.....

Terima kasih untuk Bayu Panindyo, Jaya Wahyudi, Rahmat Rizki, Rizki Adi Saputra, Luxcy, Nur anggoro, Dio Pratama atas semua tawa, candaan dan pengalaman yang sangat menghibur dan sangat

menyenangkan selama ini. Untuk dulursehidupsemi (hahaha) Bang Rusman, temen seperjuangan ,aku sukses setelah kamu .siiiip...

Terakhir saya untuk temen- temen dan saudara yang tidak dapat disebut pula satu persatu, terima kasih buat bantuan do'a dan bantuannya dan supportnya untuk saya. Karena tanpa kalian semua saya bukanlah siapa- siapa dan tidak mengerti bagaimana arti hidup yang seharusnya.

-TERIMA KASIH-

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Hidayah dan Inayah-Nya, melalui ilmu-Nya yang Maha Luas dan tak terkira, sehingga dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah dan Niat Baralih Nasabah dengan Dimediasi Kepuasan Nasabah pada PT Prudential Life Assurance di Surabaya” dapat terselesaikan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Adapun keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, Peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT.psikolog, CGA., CGI. selaku dosen pembimbing yang berperan sangat penting atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan pengetahuan sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Meliza Silvy, S.E.,M.Si selaku ketua program studi manajemen STIE Perbanas Surabaya
3. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M, selaku ketua STIE PERBANAS Surabaya.
4. Bpk Bagus Suminar, S.E.,MM, selaku dosen wali yang telah membimbing Peneliti selama menempun studi di STIE PERBANAS Surabaya.

5. Kedua orang tua Peneliti yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, menuntun Peneliti dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada Peneliti.
6. Bapak Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada Penulis selama proses pembelajaran.
7. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Akhirnya, Peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi positif. Berharap terdapat koreksi-koreksi yang membangun agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik dari Peneliti.

Surabaya, November 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Batasan Penelitian	23
3.3 Identifikasi Variabel	23
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.5 Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.6 Instrumen Penelitian	29
3.7 Data dan metode pengumpulan data	31
3.8 Uji validitas dan reliabilitas Instrument Penelitian	32
3.9 Teknik Analisis Data	34
BAB IV GAMBAR SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1. Gambaran Subyek Penelitian	46
4.2. Analisis Data	50
4.3. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	81

5.2. Keterbatasan Penelitian	82
5.3. Saran	82
DAFTAR RUJUKAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar pembelian produk McDonald's Indonesia	3
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan	12
Tabel 3.1	Kisi – kisi kuisioner	31
Tabel 3.2	<i>Goodness Of Fit Indices</i>	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Usia	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Menurut Jenis kelamin	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan terakhir	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	49
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Menurut Banyak Pembelian.....	50
Tabel 4.6	Interval Class	51
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Nilai Emosional	52
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Nilai Pengorbanan YD.....	53
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	54
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap CRM.....	55
Tabel 4.11	Uji Validitas Sampel Besar.....	56
Tabel 4.12	Uji Realibilitas Variabel	57
Tabel 4.13	<i>Assesment of Normality</i>	59
Tabel 4.14	Uji Multivariate Outliers	60
Tabel 4.15	Tabel Z-Score	61
Tabel 4.16	Goodness of Fit Full Structural Model Uji CFA Awal	64
Tabel 4.17	Hasil Estimasi Uji CFA Awal	64
Tabel 4.18	Goodness of Fit Full Structural Model Uji CFA Refisi.....	67
Tabel 4.19	Hasil Estimasi Uji CFA revisi	67
Tabel 4.20	Modification Indices Model	69
Tabel 4.21	Goodness of Fit Full Structural Model Uji CFA Akhir.....	70
Tabel 4.22	Hasil Estimasi Uji CFA Akhir.....	71
Tabel 4.23	Goodness of Fit Full Structural Model Awal	73
Tabel 4.24	Modification Indices Model	73
Tabel 4.25	Goodness of Fit Full Structural Model Awal	74
Tabel 4.26	Hasil Estimasi Uji SEM Akhir	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1	Model Diagram Jalur	38
Gambar 4.1	Gambar Full Structural Model Uji CFA Awal	63
Gambar 4.2	Gambar Full Struktural Model Uji CFA Revisi	66
Gambar 4.3	Gambar Full Struktural Model Uji CFA Akhir	69
Gambar 4.4	Gambar Full Struktural Equation Model Awal	72
Gambar 4.5	Gambar Full Struktural Equation Model Akhir.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Data Responden
Lampiran 3	: Tabulasi Data
Lampiran 4	: Rekapitulasi Karakteristik Responden
Lampiran 5	: <i>Descriptives</i> dan Descriptive Statistic
Lampiran 6	: Uji validitas
Lampiran 7	: Uji reliabilitas
Lampiran 8	: Uji normalitas
Lampiran 9	: Mahalanobis distance
Lampiran 10	: Uji Outliers
Lampiran 11	: Model CFA AWAL
Lampiran 12	: Uji CFA Revisi
Lampiran 13	: Uji CFA Akhir
Lampiran 14	: Model Persamaan Struktural Awal dan akhir
Lampiran 15	: Estimasi SEM akhir
Lampiran 16	: Tabel <i>Chi-Square</i>

**THE INFLUENCE BETWEEN EMOTIONAL VALUE, SACRIFICE PERCEIVED
VALUE AGAINST BRAND LOYALTY AND
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
ON CUSTOMERS McDonald'S
IN SIDOARJO**

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of emosional value,sacrifice perceived value are significantly mediate the effect of brand loyalty and customer relationship managemet (CRM) on the user on customers McDonald's in Sidoarjo. Sampling technique in this study was non-probability sampling method with jugdement Sampling. Data were collected from 130 respondents. Respondents who have buy and users, in Sidoarjo. The analysis method used in this research is the analysis path test using the Structural Equation Modelfor amos18. Brand loyalty is in the mediating effect of emotional value and sacrifice perceived value to customer relationship management on customers McDonald's in Sidoarjo,So, customers of McDonald's that have brand loyalty be loyal to the products of McDonald's and a long term relationship with McDonald's.

Keywords: emosional value, customer value ,CRM (customer relationship management),brand loyalty