

Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan di Masa Pandemi Covid – 19

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Stata- 1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh:

Reza Amalia Suraya

NPM : 1121700020

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan di Masa Pandemi Covid – 19

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Stata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh:

Reza Amalia Suraya

NPM : 1121700020

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Reza Amalia Suraya

NPM : 1121700020

Judul : *Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan di Masa Pandemi Covid – 19*

Surabaya, 9 Juli 2021

Mengetahui,

Dekan

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Dr. Dra. Rachnawati Novaria, MM.

Disetujui Oleh,

Dosen pembimbing

Dra. Diana Juni Mulyati, MM.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana pada tanggal 9 Juli 2021

Dewan Penguji :

1. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**

Ketua

(.....)

2. **Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.**

Anggota

(.....)

3. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**

Anggota

(.....)

Mengesahkan,

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Reza Amalia Suraya

NPM : 1121700020

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : *Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan di Masa Pandemi Covid – 19*

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat merupakan benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan dari hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk meraih gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan nama sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sungguh sungguh dan secara sadar.

Surabaya, 9 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



(Reza Amalia Suraya)



U N I V E R S I T A S
17 AGUSTUS 1945
S U R A B A Y A

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 SurabayaTlp.
031 0593 1800(ex.311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Amalia Suraya
NBI : 1121700020
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya saya yang berjudul:

“Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan di Masa Pandemi Covid – 19”

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 9 Juli 2021

Yang Menyatakan,

(Reza Amalia Suraya)

ABSTRAK

Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan di Masa Pandemi Covid – 19

Saat ini Indonesia berada pada perekonomian dan bisnis yang kian tertekan karena adanya pandemi Covid - 19. Hal ini tidak hanya di rasakan oleh negara Indonesia namun pada negara diseluruh dunia. Adanya pandemi tersebut membuat perekonomian negara semakin melemah khususnya di Kota Surabaya. Sehingga menyebabkan aktivitas manusia terbatas dari segala aspek yang ada. Namun, disisi lain banyak pelaku bisnis yang mendirikan bisnisnya di masa pandemi, contohnya pada bisnis *coffee shop*. Kehadiran *coffee shop* menjadi salah satu tempat yang banyak dikunjungi dan menjadi *trend* baru di masyarakat khususnya kalangan anak muda. Bisnis ini banyak tersebar di Kota Surabaya mulai *coffee shop* yang baru merintis atau yang sudah mempunyai *brand* terkenal di masyarakat internasional. Adanya persaingan tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian guna mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk* terhadap Loyalitas Konsumen dengan studi kasus konsumen *cafe* Teras Rumah Surabaya Selatan.

Dalam penelitian ini digunakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden masyarakat Kota Surabaya yang pernah melakukan kunjungan pada *cafe* Teras Rumah Surabaya Selatan. Data yang diperoleh dihitung menggunakan metode statistik dengan bantuan aplikasi pengolah data *Statistic Program For Social Science (SPSS)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk* memiliki pengaruh yang kuat terhadap Loyalitas Konsumen pada *cafe* Teras Rumah Surabaya Selatan. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan *cafe* Teras Rumah Surabaya Selatan lebih meningkatkan aspek hubungan dengan konsumen, ekuitas merek dan kualitas dari produknya karena tiga hal tersebut memiliki pengaruh kuat terhadap loyalitas konsumennya. Dengan adanya peningkatan dan perbaikan dari tiga aspek tersebut diharapkan konsumen akan semakin loyal dengan *cafe* Teras Rumah Surabaya Selatan yang akan membuat bisnis bertahan didalam persaingan yang ketat.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Brand Equity, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

Customer Relationship Management, Brand Equity, and Product Quality Influence on Consumer Loyalty at the Teras Rumah Surabaya Selatan Cafe in the Covid-19 Pandemic

Currently, Indonesia is in an increasingly depressed economy and business due to the Covid-19 pandemic. This is not only felt by the Indonesian state but also by countries around the world. The existence of the pandemic has made the country's economy increasingly weak, especially in the city of Surabaya. This causes human activities to be limited from all existing aspects. However, on the other hand, there are many business people who set up their business during the pandemic, for example in the coffee shop business. The presence of a coffee shop has become one of the most visited places and has become a new trend in society, especially among young people. This business is widely spread in the city of Surabaya, starting from coffee shops that are just starting or already having well-known brands in the international community. The existence of this competition is interesting to be investigated further.

This study used quantitative research with a sample of 100 respondents from the Surabaya City community who had visited the Teras Rumah Surabaya Selatan cafe. The data obtained is calculated using statistical methods with the help of the Statistical Program For Social Science (SPSS) data processing application. The results of this study indicate that Customer Relationship Management, Brand Equity, and Product Quality have a strong influence on Consumer Loyalty at the Teras Rumah Surabaya Selatan cafe. From the results of this study, it is expected that the Teras Rumah Surabaya Selatan cafe will further improve aspects of customer relations, brand equity and product quality because these three things have a strong influence on consumer loyalty. With the improvement and improvement of these three aspects, it is expected that consumers will be more loyal to the Teras Rumah Surabaya Selatan cafe which will make the business survive in the fierce competition.

Keywords : *Customer Relationship Management, Brand Equity, Product Quality, Consumer Loyalty.*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya ”

(Q.S Al - Baqarah : 286)

“ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan ”

(Q.S Al – Insyirah : 5)

“ Sesuatu mungkin akan mendatangi mereka yang mau menunggu, namun hanya didapatkan oleh mereka yang bersemangat mengejarnya “

(Abraham Linkoln)

“ Lebih baik mencoba tapi gagal dari pada menyesal karena takut gagal ”

(Amalia)

Persembahan :

“ Untuk Ibuku tercinta Ibu Siti dan Bapakku Bapak Suseno yang sudah di surga (insyaallah) orang tua yang sangat luar biasa serta untuk diri sendiri yang sudah mau berjuang sampai detik ini ”

“Almamater yang saya cinta Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

Surabaya, 9 Juli 2021

Penulis



Reza Amalia Suraya

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “*Customer Relationship Management, Brand Equity, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan di Masa Pandemi Covid – 19*”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata- 1 pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam Skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Drs. Agung Pudjianto, MM., selaku Kaprodi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Diana Juni Mulyati, MM., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dra. Awin Mulyati, MM., selaku Dosen Pembimbing 2 yang sangat membantu memberikan pengarahan, petunjuk serta motivasi sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

6. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, MS., selaku Dewan Penguji Skripsi yang telah memberikan arahan serta saran yang membuat Skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM., selaku Dewan Penguji Skripsi yang telah memberikan arahan serta saran yang membuat Skripsi ini menjadi lebih baik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan seluruh ilmunya dan memberikan pembelajaran dengan sangat baik dan bermfaat.
9. Ibu tercinta dan Bapak yang ada disurga orang tua yang sangat luar biasa doanya tidak pernah putus selalu menyertai dimanapun berada dan selalu memberikan dukungan lahir dan bathin terima kasih atas semua yang telah dikorbankan.
10. Mama, Papa, sepupu tercinta serta keluarga terima kasih selalu mendoakan serta memberikan dukungan lahir dan bathin.
11. Sahabat selama menempuh pendidikan dari sebelum maba dan insyaallah sampai akhir nanti Reysa Erika terima kasih atas segala waktunya yang selalu dan saling memberikan semangat dalam suka maupun duka, menghibur dan saling mengingatkan semoga akan terus begitu ya rerecu.
12. Sahabat satu kelas sejak semester 1 Luluk dan Lala yang selalu dan saling memberikan semangat terima kasih pasti akan sangat rindu panggilan “Lala, Lili, Luluk” dikelas, kangen risol mayo pasca juga ya awet terus ya kita, kali ini nggak ditinggal organisasi lagi.
13. Semua sahabat berproses di organisasi Himpunan Mahasiswa Administrasi Bisnis 2019/2020 terima kasih telah memberikan

14. kesempatan bergabung dan berproses dengan pengalaman yang sangat luar biasa didapatkan terkhusus angkatan 2017 Lidya, Aisya, Izza, Septi, Salma, Rizal, Adi, Bang Akbar, Mas Iqbal yang saling memberikan support hingga sekarang.
15. Sahabat berproses di organisasi Dewan Perwakilan Mahasiswa 2020/2021 terima kasih telah mempercayakan dan memberi kesempatan berproses lagi untuk Mas Wigrha, Hamzah, Aini, Indah, Yhuki Adam (Dono) atas hiburan dan supportnya selama ini.
16. Semua sahabat berproses di UKM-KI terima kasih atas kesempatan berproses, pengalaman dari berbagai kegiatan dan saling mengingatkan dari 2017 hingga nanti insyaallah.
17. Seluruh teman Angkatan 2017 khususnya Administrasi Bisnis serta seluruh pihak yang tidak dapat tuliskan namanya satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini terima kasih.
18. Untuk Virtual saya yang tidak disebutkan namanya terima kasih atas waktu, kepercayaan dan support yang diberikan semoga bisa ke puncak yang lebih tinggi lagi yaa.
19. Untuk Mas PAM terima kasih banyak semua lagunya tidak mengecewakan dan sangat menghibur dalam penat mengerjakan Skripsweet ini. Tapi bosan juga ya kalau “ To The Bone” terus yang diputar dimana – mana padahal kan lagu yang lain enak semua.
20. Dan yang terakhir spesial untuk “Diri Sendiri” terima kasih untuk tidak pernah bosan bertahan, berjuang sampai sejauh ini dan selamat untuk melanjutkan perjuangan yang lebih hebat lagi tetap bertahan dan selalu tenang ingat ada Allah dihati. Kun Fayakun

Semua ini tidak terlepas dari campur tangan dan ridho Allah yang mempermudah segala sesuatunya semoga semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung selalu dipermudah urusannya. Akhir kata dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang dapat membangun penelitian ini. Penulis berharap adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah wawasan pihak yang berkepentingan dan dapat disempurnakan dipenelitian selanjutnya.

Surabaya, 9 Juli 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Reza Amalia Suraya', with a stylized flourish at the end.

Reza Amalia Suraya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Customer Relationship Management	17
2.2.2 Brand Equity	24
2.2.3 Kualitas Produk	32
2.2.4 Loyalitas Konsumen	36

2.3	Kerangka Berpikir	40
2.4	Hipotesis	41
2.5	Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	41
2.5.1	Definisi Konsep.....	41
2.5.2	Definisi Operasional.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Rancangan Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel	45
3.2.1	Populasi	45
3.2.2	Sampel	46
3.3	Pengukuran dan Instrumen Penelitian	48
3.3.1	Pengukuran Data.....	48
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1	Analisis Deskriptif Statistik.....	50
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.3	Uji Hipotesis.....	52
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Penyajian Data	55
4.1.1	Gambaran Umum Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan	55
4.1.2	Struktur Organisasi	56
4.1.3	Karakteristik Responden.....	57
4.1.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	60
4.1.4	Uji Instrumen.....	77
4.1.5	Tabulasi Data.....	81
4.2	Pengolahan Data.....	93

4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	97
4.2.3 Teknik Uji Hipotesis.....	98
4.3 Pembahasan	103
BAB V PENUTUP.....	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Rekomendasi.....	109
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	48
Tabel 3.4.2 Interpretasi Uji Korelasi.....	53
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	59
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	60
Tabel 4.6 Interval Rata-rata Skor.....	61
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel CRM (X1).....	62
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Equity</i> (X2).....	67
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X3).....	71
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	80

Tabel 4.13 Tabulasi Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X1).....	81
Tabel 4.14 Tabulasi Data Variabel Brand Equity (X2).....	84
Tabel 4.15 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X3).....	87
Tabel 4.16 Tabulasi Data Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas.....	95
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	96
Tabel 4.20 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	97
Tabel 4.21 Hasil Uji T (Parsial).....	99
Tabel 4.22 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson</i>	101
Tabel 4.23 Hasil Uji Korelasi Berganda.....	102
Tabel 4.24 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga <i>Landasan Customer Relationship Management</i>	20
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	41
Gambar 3.1 Rumus Widiyanto (2008) diakses pada (2021).....	47
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Cafe Teras Rumah Surabaya Selatan.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	114
Lampiran 2 : Tiga <i>Landasan Customer Relationship Management</i>	119
Lampiran 3 : Kerangka Berpikir.....	120
Lampiran 4 : <i>Rumus Widiyanto (2008)</i>	120
Lampiran 5 : Struktur Organisasi.....	121
Lampiran 6 : Lembar Perintah Revisi.....	121
Lampiran 7 : Hasil Turnitin.....	123