

SKRIPSI

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, BRAND
PERSONALITY DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Barbershop Lynford di Kota Surabaya)**



Oleh :

BAGAS IRFAN SAPUTRO
NBI : 1211800314

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,
BRAND PERSONALITY DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada *Barbershop Lynford* di Kota Surabaya)**



BAGAS IRFAN SAPUTRO

NBI : 1211800314

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,
BRAND PERSONALITY DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada *Barbershop Lynford* di Kota Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

BAGAS IRFAN SAPUTRO

NBI : 1211800314

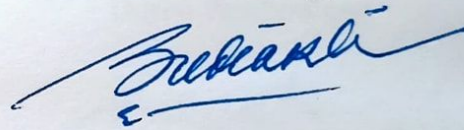
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Bagas Irfan Saputro
NBI : 1211800314
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management*, *Brand Personality* dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan

Surabaya, 29 Juni 2022

Mengetahui/ Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si

NPP : 07. 250964.01

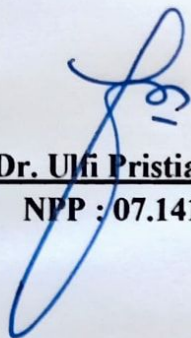
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Bagas Irfan Saputro
NBI : 1211800314
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management*, *Brand Personality* dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan

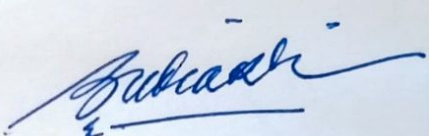
Surabaya, 09-15-2022

Mengetahui :
Kaprosdi Program Studi
Manajemen
Fakultas Ekonomid dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing

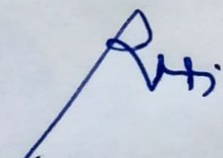


Dr. Ulfi Pristiana, M.Si.
NPP : 07.141263.01



Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si
NPP : 07. 250964.01

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



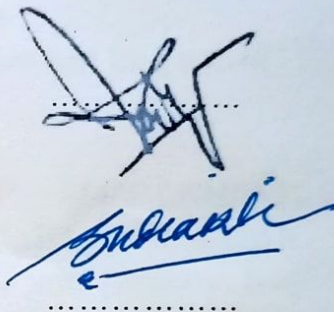
Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.
NPP : 20220.93.0319

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

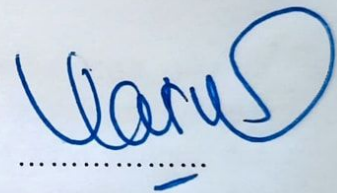
Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 20 Juli 2022.

TIM PENGUJI :

1. Dr. Nanis Susanti, MM. - Ketua
2. Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si - Anggota
3. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM - Anggota



.....



.....

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Bagas Irfan Saputro
2. NBI : 1211800314
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515061807990003
6. Alamat Rumah (KTP) : Pondok Tanggulangin Asri Blok KK-10

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, *BRAND PERSONALITY* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”. Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan serta pemikiran saya sendiri dan bukan hasil dari plagiat atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, tesis maupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas apa yang saya perbuat dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa kaitanya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Surabaya.

Surabaya, 29 Juni 2022

Yang Membuat,



(Bagas Irfan Saputro)

NBI : 1211800314



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL.SEMOLOWARU 45 SURABAYA
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa :

Nama : Bagas Irfan Saputro
NBI : 1211800314
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, BRAND PERSONALITY DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN.”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive 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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 29 Juni 2022

Surabaya, 29 Juni 2022

Yang Membuat,

(Bagas Irfan Saputro)

NBI : 1211800314

MOTTO

اس تطاء ته ب قدر ا لا نفساً الله ي كلف لا

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S Al – Baqarah : 286)

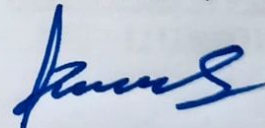
ب سهولة تأتي الحقائق قية مشقة ال لأن

“ 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 Alexander)

“ Don't fall when you're insulted and don't fly when you're worshiped “
(Bagas Irfan Saputro)

Surabaya, 17 Agustus 2022
Penulis,



(Bagas Irfan Saputro)
NBI : 1211800314

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Skripsi ini akan kupersembahkan untuk :

“ Untuk Ibuku tercinta Ibu Yuliati dan Bapakku Tercinta Bapak Suharso terimakasih atas limpahan doa, motivasi, semangat yang tinggi, kasih sayang dan perhatian serta dukungan yang telah diberikan selama ini ”

“ Sahabat – sahabat dan orang tersayang terimakasih atas support dan dukungannya”

“ Untuk almamaterku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, tempatku mencari ilmu pengetahuan serta belajar untuk banyak tentang perjalanan hidup”

Surabaya, 17 Agustus 2022
Penulis,



(Bagas Irfan Saputro)

NBI : 1211800314

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

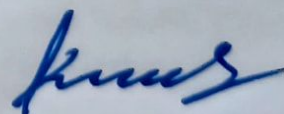
1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kenikmatan kepada penulis sehingga dapat memperlancar penulisan skripsi ini.
2. Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakkultasn Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memeberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomki dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dengan segala jernih paya dan ketulusan, membimbing

dan memandu perkuliahan serta memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga.

7. Seluruh Staf dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi.
8. Para pelanggan *Barbershop Lynford* yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian.
9. Keluarga tercinta, kedua orang tua yang selalu memberi dukungan, berupa moral dan materil serta doa yang tak pernah putus-putus agar penulis dapat segera menyelesaikan penelitian ini.
10. Saudara tercinta, kakak saya Alisa Dyan Megananda dan adik saya Nataniela Indriana Ariesta terima kasih atas doa, cinta dan kasih sayang serta dukungan dan motivasi yang diberikan selama penyelesaian skripsi ini.
11. *The best partner*, Sigit Dwi Kurnianto, Ika Hidayatul Rahmah, Yanuar Ramadhan, Chandra Eka Fidianto, Achmad Zainuri, Kholid Abdi, Among Rizky Prayoga, Satria Agung Bimantara, Dimas Risky Tri Ismiwanto, dan Faisal Basri terima Kasih selalu memberikan semangat dan motivasi tiada hentinya dan telah meluangkan waktunya menemani saya selama melakukan penelitian.
12. Hanny Hamidah yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, serta memberikan kebahagiaan paling sederhana atas kehadiran dan karya-karyanya sehingga memberikan motivasi dan inspirasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “*Orang berilmu tentu memiliki kepribadian yang tangguh, yang bias membawa diri, keluarga dan orang lain menuju kebahagiaan, serta bernilai manfaat bagi sesame.*”

Surabaya, 29 Juni 2022
Penulis,



(Bagas Irfan Saputro)

NBI : 1211800314

ABSTRAK

Pertumbuhan *barbershop* pria dan wanita didominasi oleh konsumen remaja laki-laki dan dewasa muda yang tidak lagi prestisius dalam berdandan. Tingginya permintaan *barbershop* pada akhirnya mendorong munculnya *barbershop* baru yang juga meningkatkan persaingan dalam industri. Penelitian ini dilakukan pada konsumen *barbershop lynford* di Kota Surabaya. *Barbershop lynford* yang merupakan *barbershop* termasuk *barbershop* yang mencatatkan pertumbuhan di Kota Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)*, *Brand Personality* dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan pada *barbershop lynford* di Kota Surabaya.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, serta Pengujian Hipotesis yaitu Uji t (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan). Kemudian Alat Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22. Sedangkan Jenis Data yang digunakan adalah Data Kualitatif. Sumber Data dalam penelitian menggunakan Data Primer. Metode pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Jumlah sampel yang diteliti adalah 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management (CRM)* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap pelayanan *barbershop lynford* di Kota Surabaya. *Brand Personality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *barbershop lynford* di Kota Surabaya. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *barbershop lynford* di Kota Surabaya. *Customer Relationship Management (CRM)*, *Brand Personality*, dan Gaya Hidup secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *barbershop lynford* di Kota Surabaya. Berdasarkan koefisien determinasi (RSquare) pada kolom R Square sebesar 0,864 atau (86,4%) artinya variabel Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh *Customer Relationship Management (CRM)* (X1), *Brand Personality* (X2) dan Gaya Hidup (X3). Sedangkan (13,6%) dapat dijelaskan oleh variabel selain variable *Customer Relationship Management (CRM)*, *Brand Personality*, dan Gaya Hidup.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, *Brand Personality*, Gaya Hidup, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The growth of male and female barbershops is dominated by teenage boys and young adults who are no longer prestigious in dressing up. The high demand for barbershops ultimately encourages the emergence of new barbershops ultimately encourages the emergence of new barbershops which also increases competition in the industry. This research was conducted on Lynford barbershop consumers in the city of Surabaya. Barbershop Lynford which is a barbershop including a barbershop that has recorded growth in the city of Surabaya. The purpose of this study was to prove and analyze the effect of Customer Relationship Management (CRM), Brand Personality and Lifestyle on Customer Satisfaction at the Lynford Barbershop in Surabaya.

The analysis technique used in this study uses Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, and Hypothesis Testing, namely t-test (partial test) and F-test (simultaneous test). Then the analytical tool used in this study uses SPSS version 22. While the type of data used is qualitative data. Sources of data in this study using primary data. The sampling method used the slovin formula. The number of samples studied were 100 respondents.

The results showed that Customer Relationship Management (CRM) had a significant effect on customer satisfaction with the Lynford Barbershop service in the city of Surabaya. Brand Personality has a significant influence on customer satisfaction at Lynford Barbershop in Surabaya. Lifestyle has a significant effect on customer satisfaction at Lynford Barbershop in the city of Surabaya. Customer Relationship Management (CRM), Brand Personality and Lifestyle simultaneously have a significant influence on customer satisfaction at the Lynford Barbershop in Surabaya. Based on the coefficient of determination (RSquare) in the R Square column of 0,864 or (86,4%) it means that the Customer variable (Y) can be explained by Customer Relationship Management (CRM) (X1), Brand Personality (X2) and Lifestyle (X3), Meanwhile (13,6) can be explained by variables other than Customer Relationship Management (CRM), Brand Personality and Lifestyle variables.

Keywords : *Customer Relationship Management, Brand Personality, Lifestyle, and Customer Satisfaction.*

RINGKASAN

Pertumbuhan layanan *barbershop* pria dan wanita didominasi oleh remaja pria dan konsumen dewasa muda yang tidak lagi bergengsi dalam perawatan. Tingginya permintaan *barbershop* pada akhirnya mendorong munculnya *barbershop* baru yang juga meningkatkan persaingan di industry. Penelitian ini dilakukan pada konsumen *barbershop lynford* di Kota Surabaya. *Barbershop lynford* yang merupakan *barbershop* termasuk *barbershop* yang mencatat pertumbuhan di Kota Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *customer relationship management* (CRM), *brand personality* dan gaya hidup terhadap kepuasan pelanggan *barbershop lynford* di Kota Surabaya.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, serta Pengujian Hipotesis yaitu Uji t (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan). Kemudian Alat Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22. Sedangkan Jenis Data yang digunakan adalah Data Kualitatif. Sumber Data dalam penelitian menggunakan Data Primer. Metode pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Jumlah sampel yang diteliti adalah 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan *customer relationship management* (CRM) secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan *barbershop lynford* di Kota Surabaya. *Brand personality* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *barbershop lynford* di Kota Surabaya. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *barbershop lynford* di Kota Surabaya. *Customer relationship management* (CRM), *Brand personality*, dan Gaya hidup secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *barbershop lynford* di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi (RSquare) pada kolom R Square sebesar 0,864 atau sebesar (86,4%) berarti bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) mampu dijelaskan oleh variabel *Customer Relationship Management* (CRM) (X_1), *Brand Personality* (X_2) dan Gaya Hidup (X_3). Sedangkan (13,6%) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel selain variabel *Customer Relationship Management* (CRM), *Brand Personality*, dan Gaya Hidup.

SUMMARY

The growth of male-only barbershop services is dominated by teenage boys and young adult consumers who are no longer prestigious in grooming. The high demand for barbershops ultimately encourages the emergence of new barbershops which also increases competition in the industry. This research was conducted on lynford barbershop consumers in Surabaya. Lynford barbershop which is a barbershop including a barbershop that has recorded growth in the city of Surabaya. The purpose of this study is to prove and analyze the effect of customer relationship management, brand personality and lifestyle on customer satisfaction at Lynford barbershop in the city of Surabaya.

The analysis technique used in this study uses Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, and Hypothesis Testing, namely t-test (partial test) and F-test (simultaneous test). Then the analytical tool used in this study uses SPSS version 22. While the type of data used is qualitative data. Sources of data in this study using primary data. The sampling method used the slovin formula. The number of samples studied were 100 respondents.

The results showed that customer relationship management significantly affects customer satisfaction with Lynford barbershop services in Surabaya. Brand personality has a significant influence on customer satisfaction at Lynford barbershop in Surabaya. Lifestyle has a significant effect on lynford barbershop customer satisfaction. Customer relationship management, brand personality, and lifestyle simultaneously have a significant influence on customer satisfaction at the Lynford barbershop in Surabaya. Based on the results of the coefficient of determination (RSquare) in the R Square column of 0.864 or (86.4%) it means that the variable Customer Satisfaction (Y) can be explained by the variables Customer Relationship Management (X1), Brand Personality (X2) and Lifestyle (X3). Meanwhile (13.6%) can be explained by variables other than Customer Relationship Management, Brand Personality, and Lifestyle variables.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
RINGKASAN	xiv
SUMMARY	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	7
2.1.3 Baruan pemasaran	8
2.1.4 Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	8
2.1.4.1 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	9
2.1.4.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	10
2.1.4.3 Konsep <i>Customer Relationship Management</i>	11
2.1.4.4 Komponen <i>Customer Relationship Management</i>	11
2.1.4.5 Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	14

2.1.5	Definisi <i>Brand Personality</i>	14
2.1.5.1	Indikator <i>Brand Personality</i>	15
2.1.6	Definisi Gaya Hidup.....	15
2.1.6.1	Klasifikasi Gaya Hidup.....	16
2.1.6.2	Jenis-Jenis Gaya Hidup.....	17
2.1.6.3	Faktor-Faktor Gaya Hidup.....	19
2.1.6.4	Indikator Gaya Hidup.....	21
2.1.7	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.7.1	Komponen Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.7.2	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.7.3	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.7.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Hubungan antar variabel.....	28
2.3.1	Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.3.2	Hubungan <i>Brand Personality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3.3	Hubungan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.4	Kerangka konseptual.....	30
2.5	Hipotesis.....	31
2.5.1	Pengertian Hipotesis.....	31
2.5.2	Ciri-Ciri Hipotesis.....	31
2.5.3	Kegunaan Hipotesis.....	32
2.5.4	Cara Menguji Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Desain Penelitian.....	35
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
3.2.1	Tempat Penelitian.....	35
3.2.2	Waktu Penelitian.....	35
3.3	Jenis dan Sumber data.....	35
3.3.1	Jenis Data.....	35
3.3.2	Sumber Data.....	36
3.4	Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1	Populasi.....	36
3.4.2	Sampel.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	38
3.6.1	Definisi Variabel.....	38

3.6.1.1 <i>Customer Relationship Management</i>	38
3.6.1.2 <i>Brand Personality</i>	38
3.6.1.3 Gaya Hidup	39
3.6.1.4 Kepuasan Pelanggan	39
3.6.2 Definisi Operasional	39
3.6.2.1 Variabel Bebas	39
3.6.2.2 Variabel Terikat	42
3.7 Proses Pengolahan Data.....	43
3.8 Metode Analisis Data.....	43
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	44
3.8.2 Analisis Data.....	44
3.8.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.8.2.2 Analisis Koefisien Determinasi	45
3.8.3 Uji Hipotesis.....	45
3.8.3.1 Uji t (Uji Parsial).....	45
3.8.3.2 Uji F (Uji Simultan)	45
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Sejarah Berdirinya <i>Barbershop Lynford</i>	47
4.1.2 Visi dan Misi <i>Barbershop Lynford</i>	49
4.1.3 Struktur Organisasi.....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	51
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	51
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Nikah.....	52
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden	53
4.2.2.1 Deskripsi Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	54
4.2.2.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Personality</i>	55
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Gaya Hidup	56
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	57
4.3 Uji Instrumen	58
4.3.1 Uji Validitas	58
4.3.2 Uji Reabilitas.....	60
4.4 Analisis Data.....	61
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	61

4.4.1.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas.....	62
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
4.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.5 Pengujian Hipotesis.....	66
4.5.1 Uji t (Uji Parsial).....	66
4.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	68
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	69
4.6.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	70
4.6.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	70
4.6.4 Pengaruh <i>Customer Relationship Management, Brand</i> <i>Personality</i> , dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan....	71
4.7 Implikasi Penelitian.....	71
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	72
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	30
4.1 <i>Barbershop Lynford</i>	48
4.2 Struktur Organisasi Pada Usaha <i>Barbershop Lynford</i> di Kota Surabaya	50
4.2 Grafik Normal Probability Plots	62
4.3 <i>Scatterplots</i>	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Daftar 10 <i>Barbershop</i> Keren Di Kota Surabaya	3
1.2 Jumlah Konsumen <i>Barbershop</i> Lynford 2021	4
3.1 Pengukuran <i>Skala Likert</i>	38
3.2 Intepretasi Rata-Rata	44
4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	51
4.2 Deskripsi Usia Responden	52
4.3 Deskripsi Status Nikah Responden	52
4.4 Deskripsi Pekerjaan Responden	53
4.5 Deskripsi Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X1).....	54
4.6 Deskripsi Variabel <i>Brand Personality</i> (X2).....	55
4.7 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X ₃).....	56
4.8 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	57
4.9 Hasil Uji Validitas	58
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.11 Hasil Uji Normalitas	61
4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	62
4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.16 Koefisien Determinasi (R ²)	65
4.14 Hasil Uji t	66
4.15 Hasil Uji F	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner	80
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	85
Lampiran 3 Uji Deskriptiv	91
Lampiran 4 Uji Validitas	92
Lampiran 5 Uji Reabilitas	98
Lampiran 6 Uji Normalitas	98
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	99
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas.....	99
Lampiran 9 Analisis Linier Berganda	99
Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi	100
Lampiran 11 Uji t (Parsial).....	100
Lampiran 12 Uji F (Simultan).....	100
Lampiran 13 Tabel Uji T.....	101
Lampiran 14 Tabel-r	108
Lampiran 15 Kartu Bimbingan Skripsi	121
Lampiran 16 Hasil Cek Turnitin Jurnal.....	122