



**PENGARUH LOKASI DAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING
PADA PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK
GOPAY***

(Studi Kasus Pelanggan Gopay, PT Dompet Anak Bangsa
Regional Pasar Rebo, Jakarta Timur)

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen
MERCU BUANA

OLEH

WAWAN KURNIAWAN

55118320030

**MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul Tesis : Pengaruh Lokasi dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* pada Penggunaan Uang Elektronik Gopay (Studi Kasus Pelanggan Gopay, PT Dompet Anak Bangsa Regional Pasar Rebo, Jakarta Timur)

Nama : Wawan Kurniawan

NIM : 55118320030

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 15 Maret 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Maret 2021



Wawan Kurniawan, S.Kom

PENGESAHAN TESIS

Judul Tesis : Pengaruh Lokasi dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* pada Penggunaan Uang Elektronik Gopay (Studi Kasus Pelanggan Gopay, PT Dompet Anak Bangsa Regional Pasar Rebo, Jakarta Timur)

Nama : Wawan Kurniawan

NIM : 55118320030

Program Studi : Magister Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister
Manajemen

Mudrik Alaydrus

(Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus)

Dudi Permana

(Dudi Permana, Ph.D)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : Wawan Kurniawan

NIM : 55118320030

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul

“Pengaruh Lokasi dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* pada Penggunaan Uang Elektronik Gopay (Studi Kasus Pelanggan Gopay, PT Dompet Anak Bangsa Regional Pasar Rebo, Jakarta Timur)”.

Telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 29/01/2021, didapatkan nilai persentase sebesar 25%.

Jakarta, 29 Januari 2021

Administrator Turnitin

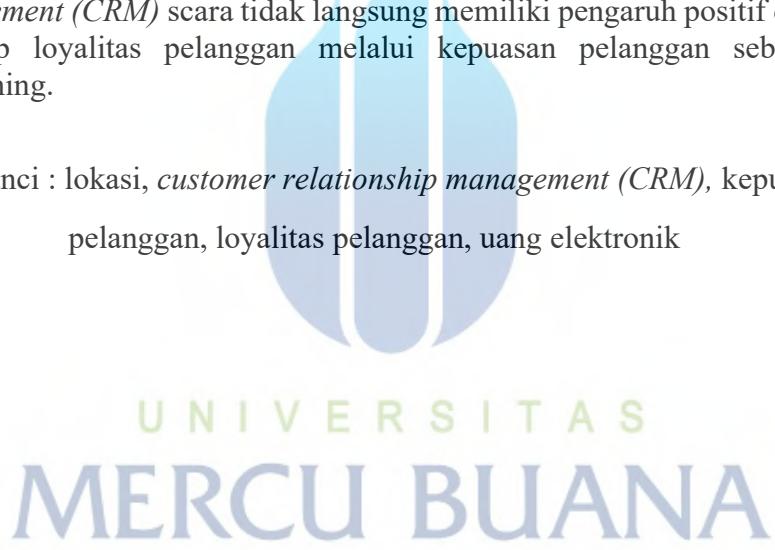


Arie Pangudi, A.Md

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi dan *customer relationship management (CRM)* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada penggunaan uang elektronik Gopay (studi kasus pelanggan Gopay, PT Dompet Anak Bangsa regional Pasar Rebo, Jakarta Timur). Objek pada penelitian yaitu pengguna Gopay yang menggunakan Gopay sebagai alat pembayaran menggunakan uang elektronik. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan analisis jalur dengan menggunakan 100 sampel responden. Hasil dari olah data dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan software smartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, *customer relationship management (CRM)* dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Yang mana t statistik tertinggi yaitu *customer relationship management (CRM)* sebesar 7.502. Variabel lokasi dan *customer relationship management (CRM)* secara tidak langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening.

Kata kunci : lokasi, *customer relationship management (CRM)*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, uang elektronik



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of location and customer relationship management (CRM) on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable in the use of Gopay electronic money (a case study of Gopay customers, PT Dompet Anak Bangsa regional Pasar Rebo, East Jakarta). The object of this research is Gopay users who use Gopay as a means of payment using electronic money. The method used in this research is descriptive and verification methods using 100 samples of respondents. The results of data processing were carried out using the PLS-SEM method with SmartPLS 3.0 software. The results showed that location, customer relationship management (CRM) and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. Where the highest t statistic is customer relationship management (CRM) of 7.502. Location variables and customer relationship management (CRM) indirectly have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.

Keyword : location, customer relationship management (CRM), customer satisfaction, customer loyalty, electronic money



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Pengaruh Lokasi dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* pada Penggunaan Uang Elektronik Gopay (Studi Kasus Pelanggan Gopay, PT Dompet Anak Bangsa Regional Pasar Rebo, Jakarta Timur).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Adi Nurmahdi, M.B.A selaku Dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan memberikan arahan selama penulisan Tesis ini.
2. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Management Universitas Mercu Buana

3. Prof. Dr.Ing Mudrik Alaydrus selaku Direktur Pascasarjana Program Studi Magister Management Universitas Mercu Buana
4. Kepada Dosen Penguji, selaku Penguji dalam sidang Tesis yang telah banyak memberikan arahan hingga lebih sempurnanya Tesis ini.
5. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis hingga Tesis ini terwujud
6. Yang teristimewa, kedua orang tua, istri dan anak saya yang luar biasa hebatnya dan tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan tesis ini dengan baik
7. Teman-teman di Program Pascasarjana Magister Universitas Mercu Buana yang saling memberikan semangat dan doa dalam penulisan Tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu pada kesempatan ini penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan Tesis dimasa mendatang, semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 15 Maret 2021

Wawan Kurniawan

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN TESIS	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian	12
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	12
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian.....	13
1.2.3. Perumusan Masalah Penelitian	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14

1.3.2 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Pengertian Lokasi.....	15
2.1.2 Pengertian <i>CRM (Customer Relationship Management)</i>	17
2.1.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.1.4 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	33
3.3 Operasionalisasi Variabel	35
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6 Metode Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	43
3.6.1.1 Uji Validitas	44
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	45

3.6.2 Uji Kecocokan Model Struktural	47
3.6.3 Pengujian Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Perusahaan	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.3.1 Hasil Uji Validitas <i>Pretest</i>	53
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	54
4.4 Karakteristik Responden	55
4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif dan Frekuensi Jawaban.....	58
4.5 Analisis Data <i>Maintest</i>	60
4.5.1 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	61
4.5.2 Uji Kecocokan Model Pengukuran	63
4.5.2.1 CFA Variabel Lokasi	63
4.5.2.2 CFA Variabel CRM	65
4.5.2.3 CFA Variabel Kepuasan Pelanggan.....	67
4.5.2.4 CFA Variabel Loyalitas Pelanggan	69
4.5.3 Uji Kecocokan Model Pengukuran	71
4.5.4 Analisa Kecocokan Model Struktural	72
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tanggapan Responden Presurvei.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.3 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran.....	44
Tabel 3.4 The T Tabel – Critical Values.....	49
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas untuk <i>Pretest</i>	53
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Pretest</i>	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden.....	56
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif	58
Tabel 4.5 <i>Goodnes of Fit</i>	62
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Lokasi.....	64
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Lokasi	64
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel CRM	66
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel CRM	67
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan pelanggan.....	68
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	70

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	70
Tabel 4.14 Validitas dan Reliabilitas <i>Maintest</i>	72
Tabel 4.15 <i>Path Coefficients Direct Effects</i> dan <i>T-Statistic</i>	74
Tabel 4.16 <i>Path Coefficients Indirect Effects</i>	74
Tabel 4.17 R-Square dan <i>Predict Relevance</i>	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Transaksi dan Nominal Uang Elektronik	3
Gambar 1.2 Top 10 Digital Wallet Awareness.....	7
Gambar 1.3 Top 10 Digital Wallet Used	8
Gambar 1.4 Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	62
Gambar 4.2 CFA Variabel Lokasi	64
Gambar 4.3 CFA Variabel Customer Relationship Management (CRM)	66
Gambar 4.4 CFA Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
Gambar 4.5 CFA Variabel Loyalitas Pelanggan.....	69
Gambar 4.6 CFA Model Pengukuran	71
Gambar 4.7 Diagram R-Square dan <i>Path Coefficients</i>	73
Gambar 4.8 Diagram T-Statistic	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2: Hasil Karakteristik Responden.....	101
Lampiran 3: Deskriptif Jawaban Responden	102
Lampiran 4 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan	103
Lampiran 5 : <i>Path Coefficients Direct Effects</i> dan T-Statistic	103
Lampiran 6 : <i>Path Coefficients Indirect Effects</i> dan T-Statistic	104
Lampiran 7 : R-Square dan <i>Predict Relevance</i>	104
Lampiran 8 : Tabulasi	104

