



S
15-1-09
T08090182
TE/09/182

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TESIS

**STUDI HUBUNGAN
ANTARA LOYALTY PROGRAM DAN
CUSTOMER SATISFACTION
(KASUS: MCC MEMBERSHIP PADA
MATAHARI DEPARTMENT STORE, JAKARTA)**

Diajukan oleh:

R.M.RASYID, SE.

NIM / NIRM : 131.01.044 / 2001.3119010160009

Buku ini milik
PERPUSTAKAAN UM.
Harap dijaga keutuhannya

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2004**



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**STUDI HUBUNGAN
ANTARA LOYALTY PROGRAM DAN
CUSTOMER SATISFACTION
(KASUS: MCC MEMBERSHIP PADA
MATAHARI DEPARTMENT STORE, JAKARTA)**

TESIS

**Diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi
Program Studi Magister Manajemen
Program Pasca Sarjana
Universitas Mercu Buana**

Oleh:

R.M.RASYID, SE.

NIM / NIRM : 131.01.044 / 2001.3119010160009

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2004**

ABSTRAK

Dalam pasar yang cepat berubah dan sangat kompetitif, perusahaan dituntut untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggannya guna mempertahankan loyalitas mereka. Dari pelanggan loyal perusahaan memperoleh *referral*.

Banyak cara bagi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya. Salah satunya adalah melalui *loyalty program*. Dan program inilah yang dikaitkan dengan *customer satisfaction* yang menarik perhatian penulis. Matahari Department Store (MDS) dipilih sebagai kasus penerapan *loyalty program* di Indonesia mengingat Matahari adalah salah satu *retailer* yang paling banyak *outlet*-nya - tersebar di berbagai kota di Indonesia - yang telah menerapkan *loyalty program*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan antara Matahari Club Card (MCC) *membership* dan *customer satisfaction* pada Matahari Department Store (MDS), dan hubungan antara MCC *membership* dan berbagai variabel demografi responden yaitu: *gender*, *age*, *visit frequency* dan *spending*; serta penerapan dari *loyalty program* dalam bentuk Matahari Club Card (MCC) *membership* pada Matahari Department Store (MDS).

Penelitian ini dibatasi pada 10 outlet Matahari Department Store (MDS) yang tersebar di wilayah Jakarta dengan pertimbangan keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga. *Customer satisfaction* diukur hanya pada produk *fashion* dengan pertimbangan relatif banyaknya produk yang ditawarkan pada Matahari Department Store dan juga karena produk ini memberikan kontribusi yang terbesar

bagi Matahari Department Store (MDS).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel *membership* (atau keanggotaan) pada Matahari Club Card (MCC) dan variabel *customer satisfaction* (atau kepuasan pelanggan). Variabel *customer satisfaction* terdiri dari kepuasan pelanggan terhadap produk (meliputi: kualitas, model, kelengkapan warna, kelengkapan ukuran, & kelengkapan merek); harga (yaitu harga produk); dan kualitas layanan (terdiri dari: keramahan karyawan, sopan santun karyawan, kepedulian karyawan ketika menjawab pertanyaan pelanggan, perhatian karyawan saat pelanggan memerlukan bantuan, pemahaman karyawan tentang produk, kecepatan layanan saat mengambil barang, kebersihan & kerapian berpakaian karyawan, kecepatan layanan di kasir, keteraturan antrian di kasir, keamanan di dalam toko, dekorasi *outlet* toko, pencahayaan, musik, kesejukan ruang toko, kebersihan ruang toko, dan kebersihan kamar ganti).

Customer satisfaction diukur dengan butir-butir pernyataan dengan menggunakan skala Likert. Butir-butir pernyataan tersebut diuji dengan menggunakan *Cochran Q Test*.

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pelanggan Matahari Department Store (MDS). Jumlah populasi tidak diketahui.

Penelitian ini menggunakan sampel. Jumlah sampel yang digunakan adalah 1.000 responden (Usman & Akbar, 1995; & Sugiyono, 2002). *Sampling Technique* (teknik sampling) yang digunakan adalah tipe *Probability Sampling* dengan metode *Stratified Random Sampling* (Malhotra, 1999: 340).

Metode Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Metode Kuisisioner*, dan *Metode Observasi* serta *Metode Dokumentasi*.

Untuk menganalisis berbagai hubungan yang ada di antara variabel-variabel

penelitian ini, digunakan metode *Chi-Square*.

Dari analisis hubungan ditemukan bahwa tidak terdapat hubungan antara *MCC Membership* dan *Customer Satisfaction* baik terhadap produk itu sendiri, maupun terhadap harga produk, serta kualitas layanan. Hal ini berarti bahwa *MCC Membership* belum dapat mempengaruhi kepuasan terhadap pelanggan yang menjadi *MCC member*.

Dari analisis hubungan juga dijumpai kenyataan bahwa *MCC Membership* memiliki hubungan yang cukup kuat dengan *gender* dan *visit frequency*, sedangkan terhadap *age* dan *spending*, *MCC membership* tidak memiliki hubungan. Artinya lebih banyak wanita sebagai *MCC Member* dan mereka yang menjadi *MCC Member* lebih sering berbelanja ke Matahari Department Store sedangkan usia tidak berpengaruh terhadap *MCC Membership* dan *Membership* juga belum mampu meningkatkan nilai pembelian pelanggan.

Masih terlalu awal untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan program *MCC* ini, jika indikator yang digunakan adalah personalisasi penawaran dan layanan kepada *valuable customer*-nya, meskipun seharusnya berbagai kegiatan ke arah tersebut telah mulai dilaksanakan.-

PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS : STUDI HUBUNGAN ANTARA LOYALTY PROGRAM DAN CUSTOMER SATISFACTION (KASUS MCC MEMBERSHIP PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE, JAKARTA)

NAMA MAHASISWA : R.M.RASYID, SE.

NIM : 131.01.044

Tesis ini Telah Disetujui dan Dipertahankan pada Sidang Tim Penguji Program Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana pada,

Hari : Rabu

Tanggal : 28 Juli 2004

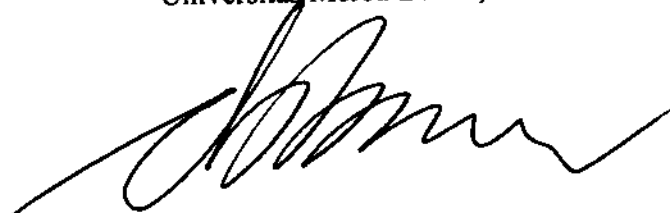
Tempat : Ruang Sidang Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jalan Menteng Raya, No. 29, Jakarta Pusat

Menyetujui:
Pembimbing Tesis,



Bahtiar S. Abbas, Ph.D.

Mengetahui:
Direktur Program Pasca Sarjana Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana,



Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D.

...
hanya kepada Engkau lah aku patuh dan tunduk,
dan hanya kepada Engkau lah aku mohon dukungan dan bantuan;
bimbinglah aku ke jalan yang benar (Al Qur'an, 1:5-6)

Yaa Allah . . .

*Jadikanlah Pusat Kesadaranku adalah
"kecintaan kepada-Mu"; Bimbinglah Hatiku agar bisa melihat
kebenaran, bukan pembenaran; Jadikanlah Motivasi utamaku dalam
hidup adalah menjadi rahmatan lil 'alamin, dengan memberi manfaat
sebesar mungkin kepada sebanyak mungkin umat manusia;
Dan jadikanlah alasan utamaku melanjutkan hidup adalah untuk terus-
menerus memperbaiki diriku, keluargaku, dan masyarakatku,*

*Menuju Ridho-Mu;
Hingga aku kembali dalam pelukan Cinta-Mu*

Alhamdulillah . . .

- . Pujian dan Syukur kepada Allah SWT yang telah memberiku nikmat yang tak terhingga dalam seluruh hidup dan kehidupanku;
Terima kasih kepada papa dan mama sebagai orangtua yang telah mencintaiku dan menginspirasiiku dalam pengembaraanku di dunia ini;
Terima kasih kepada Istri tercinta, sebagai istriku, terkasihku, temanku, dan sahabat karibku dalam mengarungi samudra kehidupan ini;
Terima kasih kepada putra-putri tercinta, sebagai anakku, temanku, dan sahabat karibku yang menyadarkanku dalam proses pencarian makna kehidupan ini.

Acknowledgments (Persantunan)

Alhamdulillah, keinginan untuk menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu persyaratan penyelesaian studi pada Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Mercu Buana, Jakarta, akhirnya dapat dipenuhi.

Penulis menyadari bahwa, tanpa dukungan, partisipasi, dan keterlibatan dari berbagai pihak, tesis ini tak akan pernah berwujud. Berangkat dari kesadaran tersebut, perkenankanlah penulis menghaturkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Ir. H. Suharyadi, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta;
2. Bapak Dr. LaOde M. Kamaluddin, M.Sc, M.Eng., selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Mercu Buana (pada periode beliau);
3. Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D. selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Mercu Buana (pada periode beliau);
4. Bapak Prof. Dr. Tumari Djatileksono, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana (pada periode beliau);
5. Bapak Bahtiar S. Abbas, Ph.D., selaku Pembimbing Tesis, atas semua pengorbanan waktu, dan tenaga, maupun kontribusi pemikiran dari beliau; semoga ALLAH SWT melimpahkan rahmat-Nya kepada beliau.

6. Semua Manajemen Matahari Department Store (MDS) se-Jakarta, atas kesempatan yang diberikan dan kerjasamanya dalam mengakses dan mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penyusunan tesis ini.
7. Semua teman Angkatan ke II dan III serta unit administrasi Program Studi Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana, atas dukungannya selama proses belajar-mengajar di gedung Teja Buana, Menteng.
8. Bapak Hadri Mulya, Bapak Endi Rekarti, Bapak Magito, Bapak Dwi Lukito, Ibu Daru Asih, Bapak Hasanuddin, Bapak Tri Wahyono, Bapak Hadi Prayitno dan semua kawan, teman, kolega, serta sahabat yang tidak memungkinkan untuk dirinci namanya, yang telah mendukung penyelesaian tesis ini.

Tesis ini diharapkan memperkaya khasanah ilmu di bidangnya serta menjadi setetes air di samudra ilmu pengetahuan, dan di sisi lain sebagaimana semua produk kreasi manusia, tentu tidaklah luput dari sejumlah keterbatasan dan kekurangan. Untuk itu, alangkah bijak dan manfaat bagi para pembaca untuk turut memperbaikinya antara lain melalui penelitian selanjutnya.

Terima kasih, dan salam hormat untuk semuanya. -

Jakarta, April 2004

R.M.RASYID, SE.
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	> .
Halaman Persetujuan Tesis	> .
Halaman Motto	> .
<i>Acknowledgments</i> (Persantunan).....	> .
Daftar Isi	> .
Bab I. PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang	> 1
2. Rumusan Masalah	> 3
3. Tujuan Penelitian	> 3
4. Manfaat Penelitian	> 4
5. Batasan Penelitian	> 4
6. Kerangka Penulisan	> 4
Bab II. TINJAUAN PUSTAKA	
1. Relationship Marketing	> 6
2. Loyalty Concept	> 13
3. Customer Satisfaction	> 16
Bab III. METODE PENELITIAN	
1. Variabel Penelitian.....	> 19
2. Jenis Data	> 20
3. Populasi dan Sampel Penelitian	> 22
4. Hipotesis Penelitian	> 23
5. Metode Pengumpulan Data	> 24
6. Metode Analisis Data	> 25
7. Kerangka Pemikiran	> 27

Bab IV. PROFIL BISNIS	
1. Perkembangan Usaha	> 28
2. Matahari Club Card	> 30
Bab V. HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	
1. Profil Demografi Responden	> 34
2. Analisis Hubungan MCC Membership dengan Customer Satisfaction	> 39
3. Analisis Hubungan MCC Membership dengan Variabel-variabel Demografi.....	> 44
4. Tinjauan <i>Loyalty program</i> Matahari Club Card (MCC) <i>membership</i>	> 53
Bab VI. SIMPULAN DAN SARAN	
1. Simpulan	> 60
2. Saran	> 61
DAFTAR KEPUSTAKAAN	> 62
LAMPIRAN	
A. Organization Chart	
B. Kuisisioner Penelitian	
C. Cochran Q Test	
D. Print-out SPSS Output	
E. Sekilas Tentang Penulis	
F. Tabel Chi-Square	