

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DALAM PENGGUNAAN E-MONEY BRIZZI PADA ALAT
TRANSPORTASI TRANSJAKARTA**

(Studi Kasus Pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Tanah Abang)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Managemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pratiwi Pujilestari

Nim : 43111110230

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Agustus 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Pratiwi Pujilestari

NIM : 43111110230

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Pratiwi Pujilestari

Nim : 43111110230

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Citra Merek
dan Kepercayaan Merek Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas
Nasabah Dalam Penggunaan E-money BRIZZI Pada Alat
Transportasi Transjakarta

Tanggal Lulus Ujian : 14 Agustus 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Roshins

Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 27/8 2015

Dekan,

Yuhasril SE., ME

Tanggal : 27/8 2015

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,

Mulya

Roshins

Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Tanggal : 27/8 2015

Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 27/8 2015

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Citra Merek dan Kepercayaan Merek Serta Implikasinya Terhadap Loyalita Nasabah Dalam Penggunaan E-Money BRIZZI Pada Alat Transportasi Transjakarta (Studi kasus Pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Tanah Abang)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.**

Penulis menyadari sebagai manusia biasa pada penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya ibu Dr. Rina Astini, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mecurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr Wiwik Utami, Ak., CA selaku Dekan Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM Selaku Ketua Program Studi Manajeman S1 Universitas Mercu Buana dan Selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar membimbing dengan tulus dan memberikan saran serta semangat selama bimbingan demi terselesaiannya skripsi ini.
4. Teristimewa kepada kedua Orang Tua Toip Sutrisno dan Komalawati, Edy Sudharto dan Henny Prache, suami tercinta Dimas Bagus Maharso, putri kecil tercinta Alzena Salasika Litsa Maharso serta

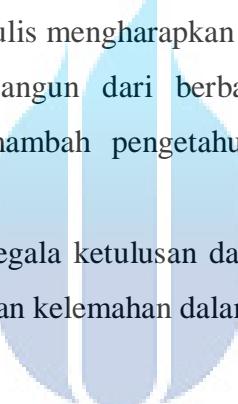
- keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk yang telah membantu penulis dalam memperoleh data-data yang penulis perlukan.
 6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini

Jakarta, 14

Agustus 2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pratiwi

Pujilestari

DAFTAR ISI

SURAT PERYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Customer Relationship Management	10
2. Citra Merek	16
3. Kepercayaan Merek	19
4. Loyalitas	21
B. Rerangka Pemikiran	27
C. Hipotesis	28

BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	29
B.	Desain Penelitian	29
C.	Definisi dan Operasional variable	30
1.	Definisi Variabel	30
2.	Operasionalisasi Variabel	31
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	34
1.	Populasi Penelitian	34
2.	Sampel Penelitian	34
E.	Teknik Pengumpulan Data	35
F.	Metode Analisi	36
1.	Structural Equation modeling (<i>SEM</i>)	36
2.	Uji Validitas	38
3.	Uji Reliabilitas	39
4.	Uji Asumsi Normalitas	40
5.	Tahapan-Tahapan SEM	40
6.	Pengujian Hipotesis	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
1.	Tempat dan Waktu Penelitian	46
B.	Analisa Deskripsi	47
a.	Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	47
b.	Deskripsi Responden berdasarkan Usia	48
c.	Deskripsi Responden berdasarkan Status Pekerjaan	49
d.	Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
e.	Deskripsi Responden berdasarkan Lama Bekerja	50
C.	Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Peneitian	51
1.	Uji Validitas	51

2. Uji Reliabilitas	54
D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran	55
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran Untuk Masing- Masing Variabel Penelitian	61
2. Uji Kecocokan Model Pengukuran	61
3. Uji Modifikasi Model	64
4. Uji Kecocokan Model Struktural	65
E. Pengujian Hipotesis penelitian.....	67
F. Pembahasan	68

BAB V SMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Perkembangan <i>E-money</i> di Indonesia.....	3
1.2	Jumlah transaksi <i>e-money</i> pada transaksi Transjakarta Bulan Oktober – Desember 2014	5
1.3	Jumlah nominal <i>E-money</i> pada transaksi Transjakarta Bulan Oktober – Desember 2014	6
2.1	Rerangka pemikiran	28
4.1	Model pengukuran variable <i>customer relationship</i> <i>Management</i>	55
4.2	Model pengukuran citra merek	56
4.3	Model pengukuran kepercayaan merek	58
4.4	Model pengukuran loyalitas	59
4.5	Model pengukuran konstruk variable penelitian	61
4.6	Model pengukuran modifikasi model	63
4.7	Model structural (<i>t-value</i>)	65

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Hasil penelitian terdahulu	25
3.1	Definisi operasional variable	32
3.2	Instrumen skala linkert	36
3.3	Simbol dalam notasi lisrel	37
3.4	Goodness of fit index	43
4.1	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden	48
4.2	Karakteristik berdasarkan usia responden	48
4.3	Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden	49
4.4	Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir responden	50
4.5	Karakteristik berdasarkan lama bekerja responden	51
4.6	Uji validitas variable <i>customer relationship management</i>	52
4.7	Uji validitas variable citra merek	52
4.8	Uji validitas variable kepercayaan merek	53
4.9	Uji validitas variable loyalitas	53
4.10	Hasil pengujian reliabilitas variable penelitian	54
4.11	Hasil uji kecocokan model structural	63
4.12	Hasil uji kecocokan modifikasi model	65
4.13	Hasil uji kecocokan model structural model penelitian	67
4.14	Hasil pengujian hipotesis penelitian	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	74
Lampiran 2	Rekapitulasi Uji Validitas	75
Lampiran 3	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	96
Lampiran 4	Rekapitulasi Data Kuesioner Karakteristik Responden	101
Lampiran 5	Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Customer Relationship Management	101
Lampiran 6	Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	111
Lampiran 7	Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Merek	121
Lampiran 8	Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Loyalitas	121
Lampiran 9	Hasil Uji SEM-LISREL UJI Model Pengkuran	122
Lampiran 10	Hasil Uji SEM- LISREL(SLF) Customer Relationship Management.....	122
Lampiran 11	Hasil Uji SEM- LISREL(SLF) Citra Merek.....	122
Lampiran 12	Hasil Uji SEM- LISREL(SLF) Kepercayaan Merek.....	123
Lampiran 13	Hasil Uji SEM- LISREL(SLF) Loyalitas.....	123
Lampiran 14	Hasil Uji SEM- LISREL Uji Kecocokan Model Struktural.....	124
Lampiran 15	Hasil Uji SEM- LISREL Uji kecocokan modifikasi Model	127
Lampiran 16	Hasil Uji SEM- LISREL Uji kecocokan model structural Model penelitian t- value	128