

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R. 2005, **Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS**, edisi pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Aaker, David A, Kumar, V and Day George S, 2001. *Marketing Research, Seventh edition*, John Wiley & Sons, Inc
- Ali Hasan, 2008, *Marketing*, cetakan pertama, Penerbit : MedPress, Yogyakarta
- Barata, Atep Adya, 2004, **Dasar-Dasar Pelayanan Prima**, cetakan kedua, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Brown, Stanley. A, 2000, *Customer Relationship Management, A Strategic Imperative in the Word of e-Business*, John Wiley & Sons Canada Ltd
- Hamdani A. Lopiyoadi Rambat, 2006, **Manajemen Pemasaran Jasa**, cetakan pertama, edisi kedua, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Irawan, Handi, 2004, **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan**, cetakan kelima, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kasmir, 2005, *Etika Customer Service*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller, 2008, **Manajemen Pemasaran**, edisi duabelas, Penerbit : Indeks, Jakarta
- Ratih Hurriyati, 2010. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**, cetakan ketiga, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Oesman, Marty Yevis, 2010, **Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shopping Center), diakes tanggal 15 Oktober 2010**
- Supranto, J, 2001, **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Menaikkan Pangsa Pasar**, cetakan kedua, Rineka Cipta Jakarta.
- Sheth Jagdish N, Atul Parvatiyar, and G Shainesh, 2001, *Customer Relationship Management : Emergin Concepts, Tools, and Aplications, New Delhi Tata McGraw-Hill*

- Storbacka, Kaj and Lehtinen, Jarmo R. 2001, *Customer Relationship Management, Creating Competitive Advantage Throught Win-Win Relationship Strategies*, Mc Graw-Hill
- Sugiyono, 2008, **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D**, cetakan keempat, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Subagyo Ahmad, 2010, **Marketing In Business, Studi Kasus UMK & LKM (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)**, edisi pertama, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Sutisna, 2003, **Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran**, cetakan ketiga, Penerbit : Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2009, **Manajemen Jasa**, edisi kedua, cetakan kedua, Andi, Yogyakarta.
- , 2005, **Pemasaran Jasa**, edisi pertama, cetakan pertama, Bayu Media, Malang.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality dan Satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- Umar Husain, 2003, **Riset Pemasaran, Dan Perilaku Konsumen**, cetakan ketiga, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Usmara, Usi, 2008, **Pemikiran Kreatif Pemasaran**, cetakan pertama, Penerbit : Amara Books, Yogyakarta
- Yasid, 2005, **Pemasaran Jasa Konsep Dan Implementasi**, edisi kedua, cetakan ketiga, Ekonisia, Jakarta
- Wahyuningsih, 2004, *Costumer Value ; Concept, Operationalization, and Outcome, Usahawan*, Agustusn No.8 Tahun XXXIII.
- Wahyono Sentot Iman, 2010, **Manajemen Pemasaran**, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Graha Ilmu, Jakarta
- Zikmund William G., McLeod. Raymond Jr, and Gilbert, 2003. *Customer Relationship, Management, Integrating Marketing Strategy and Information Technology, International Edition*, Wiley.



# LAMPIRAN

Bapak/Ibu/Sdr(i) Pelanggan pada PT. Megatama Motor yang terhormat,

Saya adalah salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, Makassar yang sedang melakukan penelitian mengenai **”Analisis Pengaruh Customer Relationship Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Megatama Motor di Makassar”**

Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr (i) bisa membantu saya untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Semua pernyataan atau pertanyaan berkaitan dengan persepsi atau tanggapan Bapak/Ibu/Sdr(i) terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jawaban yang diberikan betul-betul hanya untuk kepentingan penelitian.

Atas partisipasi Bapak/Ibu/sdr (i) dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih yang tulus.

Hormat saya,

**DIDI ARDIYHANTO**

Mahasiswa Universitas Hasanuddin  
Makassar

**Kuesioner untuk Pelanggan pada PT. Megatama Motor**  
Kami menjamin rahasia pribadi anda

**BAGIAN A**

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Umur

- Di bawah 20 tahun  
 21 – 29 tahun  
 31 – 40 tahun  
 41 – 49 tahun  
 Di atas 50 tahun

2. Jenis Kelamin

- Pria  Wanita

3. Pekerjaan

- Karyawan Swasta  Pelajar/Mahasiswa  
 Wiraswasta  
 PNS  
 ABRI

4. Tingkat pendidikan terakhir

- Sekolah Dasar  Akademi  
 Sekolah Menengah Pertama  Universitas  
 Sekolah Menengah Atas  S<sub>1</sub>  S<sub>2</sub>  S<sub>3</sub>

**BAGIAN B**

Berikut ini persepsi anda terhadap pengaruh *customer relationship* terhadap loyalitas pelanggan Dalam Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada PT. Megatama Motor. Mohon anda memberi tanda silang (X) nomor yang disediakan sesuai dengan penilaian anda dalam menilai setiap item pertanyaan. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Puas (STP) = 1	Tidak Puas (TP) = 2	Cukup Puas (CP) = 3
Puas (P) = 4	Sangat Puas (SP) = 5	

**RELATIONSHIP CUSTOMER****CONTINUITY MARKETING**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STP	TP	CP	P	SP
1.	Karyawan menjamin keamanan pelanggan dalam melakukan setiap transaksi					
2.	Kecepatan Bagian Marketing dalam pengurusan surat-surat administrasi motor					
3.	Kebersihan ruang kantor PT. Megatama Motor di Makassar					
4.	Penyimpanan kendaraan dan Parkir khusus untuk pelanggan					

**ONE TO ONE MARKETING**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STP	TP	CP	P	SP
1.	Kecepatan dan tanggapan karyawan dalam melayani pelanggan					
2.	Keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan					
3.	Tanggapan karyawan terhadap keluhan yang dihadapi oleh para pelanggan					
4.	Sapaan karyawan kepada setiap pelanggan yang datang					

**CO-MARKETING ATAU PARTNERING**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STP	TP	CP	P	SP
1.	Kerja sama karyawan dalam melakukan program pemasaran					
2.	Kerja sama yang dilakukan telah menciptakan hubungan pelanggan					
3.	Menumbuhkan dan mempertahankan hubungan pelanggan yang sifatnya jangka panjang dapat menciptakan pelanggan yang loyal					
4.	Hubungan kemitraan antara pelanggan dengan perusahaan telah meningkatkan loyalitas pelanggan					

**LOYALITAS PELANGGAN**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya suka berpindah dari satu merek Motor Yamaha ke merek Motor lain					
2.	Sepeda motor merek Yamaha yang dijual oleh PT. Megatama Motor memiliki standar kualitas yang dapat diterima sehingga pelanggan menjadi loyal					
3.	Sepeda motor merek Yamaha dijual telah meningkatkan kepuasan sehingga dapat membuat pelanggan loyal akan merek Yamaha					
4.	Saya setia hanya pada satu merek sepeda motor merek Yamaha saja					
5.	Semboyan “Sepeda motor Yamaha semakin terdepan”, sehingga pelanggan menjadi loyal terhadap merek Yamaha					
6.	Saya telah dan tetap membeli sepeda motor merek Yamaha sejak beberapa waktu yang lalu					
7.	Saya setia terhadap merek Sepeda motor Yamaha, karena memiliki purna jual yang tinggi					