

**PENGARUH MODERASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT PADA *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN SEKOLAH DI SMP ISLAM TERPADU
AL IBRAH GRESIK**

TESIS



**Oleh :
TRIASMONO
211001013**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
TAHUN 2022**

**PENGARUH MODERASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT PADA *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN SEKOLAH DI SMP ISLAM TERPADU
AL IBRAH GRESIK**

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Dalam Mencapai Gelar Magister Manajemen
Pada Program Pasca Sarjana Manajemen
Universitas Muhammadiyah Gresik

Disusun Oleh :
TRIASMONO
211001013

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
TAHUN 2022**

PENGESAHAN UJIAN TESIS

Tesis dengan judul ” **Pengaruh Moderasi *Customer Relationship Management* Pada *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah di SMP Islam Terpadu Al Ibrah Gresik**” karya : Triasmono. Program Studi Magister Manajemen.Telah dipertahankan dalam Sidang Panitia Ujian Tesis Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Gresik.

Panitia Ujian

..... (Pembimbing I)
Dr. Mu’minatus S, Dra. Ec, M.Si
NIP.03218408006

..... (Pembimbing II)
Dr. Eva Desembrianita, Dra., M.M
NIP : 10111910330

..... (Penguji I)
Dr. Ir. Djoko Soelistya, M.M., CPHCM., CHRMP
NIP.03411806214

..... (Penguji II)
Dr. Moh. Agung Surianto, SE., M.SM., CSRS
NIP. 03110508121

..... (Penguji III)
Dr. Rahmat Agus Santoso, S.E., M.M
NIP. 03110706141

Diketahui oleh,
Direktur Pascasarjana

Disetujui oleh,
Ka. Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. Khoirul Anwar, S.Pd., M.Pd
NIP. 04310108065

Dr. Rahmat Agus Santoso, S.E.,MM.
NIP. 03110706141

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis dengan judul “Pengaruh Moderasi *Customer Relationship Management* Pada *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah di SMP Islam Terpadu Al Ibrah Gresik”, karya :

Nama : Triasmono
NIM : 211001013
Program Studi : Magister Manajemen

Telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang Tesis

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Mu'minatus S, Dra. Ec, M.Si
NIP. 03218408006

Dr. Eva Desembrianita, Dra., M.M
NIP. 10111910330

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Triasmono
NIM : 211001013
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Saya menyadari bahwa apabila terbukti tesis saya ini adalah plagiat (menerbitkan karya tulis orang lain atas nama diri sendiri), maka gelar Magister Manajemen (MM) saya dapat dicabut.

Gresik, 2023

Materai 10.000

Triasmono
211001013

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawa ini :

Nama : Triasmono
NIM : 211001013
Jenjang : Magister (S2)
Progam Studi : Manajemen
Kosentrasi : Sumber Daya Manusia

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Gresik, 2023

Materai
10.000

Triasmono
211001013

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah *Subhanahu wata'ala*, atas berkat Rahmat-Nya, Taufik dan Hidayah-Nya peneliti masih diberikan kesempatan sehat wal'afiat dalam rangka menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Moderasi *Customer Relationship Management* Pada *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah di SMP Islam Terpadu Al Ibrah Gresik”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, pengarahan, petunjuk, serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi, terutama kepada :

1. Nadhirotul Laily, S.Psi., M.Psi., Ph.D., Psikolog selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Prof. Dr. Khoirul Anwar, S.Pd., M.Pd selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Dr. Rahmat Agus Santoso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Mu'minatus S, Dra. Ec, M.Si selaku dosen pembimbing Utama, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan dan masukan berharga mulai dari perumusan masalah, metodologi penelitian, hingga penyusunan hasil dan kesimpulan tesis ini.
5. Dr. Eva Desembrianita, Dra., M.M Selaku Pembimbing Pendamping, yang telah banyak membantu dalam penyempurnaan teknis penulisan, analisis data, serta memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan tesis ini.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bantuan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Pimpinan, guru, serta staf di SMP Islam Terpadu Al Ibrah Gresik, yang telah memberikan izin, data, serta informasi yang sangat berharga dalam pelaksanaan penelitian ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2021 Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik
9. Seluruh keluarga besar tercinta yang sudah memberikan dukungan dan doa.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Namun demikian masukan, kritik dan saran yang bertujuan untuk memperbaiki sangat diharapkan untuk kesempurnaan penulisan Tesis ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi kita semua. Sekian dan Terima kasih.

Gresik, 2023

Triasmono

ABSTRAK

Triasmono (211001013) “Pengaruh Moderasi *Customer Relationship Management* Pada *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah di SMP Islam Terpadu Al Ibrah Gresik”

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of mouth*, Kuaitas layanan dan lokasi serta *Customer relationship management* (CRM) yang berhubungan dengan keputusan pemilihan sekolah. Baik pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Metode peneltian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini wali murid SD IT AI Ibrah kelas 6 dan wali murid SMPIT AI Ibrah kelas 7, dengan sampel berjumlah 130 responden. Uji analisis data menggunakan model SEM-PLS dengan alat uji SmartPLS versi 3.2.9. Dari hipotesis yang dipaparkan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Word of mouth* tidak memiliki langsung dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan sekolah, (2) Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan sekolah, (3) Lokasi memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan sekolah (4) *Customer relationship management* (CRM) memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan sekolah, (5) *Word Of Mouth* memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap keputusan pemilihan melalui *Customer Relationship Management* sebagai moderasi penuh, (6) Kualitas layanan memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan melalui *Customer Relationship Management* sebagai moderasi penuh, (7) Lokasi memiliki tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pemilihan melalui *Customer Relationship Management* sebagai moderasi parsial. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya wawasan ilmiah dengan memperluas teori yang telah ada melalui eksplorasi hubungan antarvariabel yang masih jarang dikaji, seperti pengembangan sumber daya manusia. Selain itu, penelitian ini juga menguji penerapan teori pada konteks yang berbeda dan berupaya membangun kerangka konseptual yang lebih menyeluruh. Dari sisi praktis, penelitian ini menghadirkan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan nyata di bidang sumber daya manusia, memberikan panduan bagi praktisi maupun pembuat kebijakan, serta menyusun strategi dan rekomendasi yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor dalam pemilihan sekolah terbaik.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, CRM, *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan , Lokasi, Keputusan Pemilihan Sekolah.

ABSTRACT

Triasmono (211001013) “The Moderating Effect of Customer Relationship Management on Word Of Mouth, Service Quality and Location on School Selection Decisions at Al Ibrah Gresik Integrated Islamic Junior High School”

This study was conducted to determine the effect of word of mouth, service quality and location and customer relationship management (CRM) related to school selection decisions. Both direct and indirect effects between variables. The research method used in this research is quantitative. The population in this study was guardians of 6th grade AI Ibrah IT Elementary School students and 7th grade AI Ibrah IT Junior High School students, with a sample of 130 respondents. The data analysis test uses the SEM-PLS model with the SmartPLS version 3.2.9 test tool. From the hypothesis presented, the results of this study indicate that (1) Word of mouth does not have a direct and significant effect on school selection decisions, (2) Service quality has a positive and significant direct effect on school selection decisions, (3) Location has a positive and significant direct effect on school selection decisions (4) Customer relationship management (CRM) has a positive and significant direct effect on school selection decisions, (5) Word Of Mouth has an indirect and significant effect on selection decisions through Customer Relationship Management as full moderation, (6) Service quality has an indirect and significant effect on selection decisions through Customer Relationship Management as full moderation, (7) Location has no significant influence on selection decisions through Customer Relationship Management as partial moderation. This research contributes to enriching scientific insights by expanding existing theories through the exploration of relationships between variables that are still rarely studied, such as human resource development. In addition, this research also tests the applicability of the theory to different contexts and seeks to build a more comprehensive conceptual framework. From a practical perspective, this research presents solutions that can be applied to overcome real problems in the field of human resources, provides guidance for practitioners and policy makers, and develops strategies and recommendations that can be used to analyze factors in selecting the best schools.

Keywords: Customer Relationship Management, CRM, Word Of Mouth, Service Quality, Location, School Selection Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN UJIAN TESIS	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Pustaka	15
2.2.1 Word Of Mouth.....	15
2.2.2 Kualitas Pelayanan	17
2.2.3 Lokasi	17
2.2.4 Customer Relationship Management (CRM).....	18
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1 Hubungan Antara WOM Terhadap Keputusan Pemilihan.....	21
2.3.2 Hubungan Antara Kualitas Dengan Keputusan Pemilihan	22
2.3.3 Hubungan Antara Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan.....	22
2.3.4 Hubungan Antara CRM (Customer Relationship Management) Terhadap Keputusan Pemilihan	22
2.3.5 Hubungan Tidak Langsung WOM (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pemilihan Melalui Customer Relationship Management (CRM)	23
2.3.6 Hubungan Tidak Langsung Kualitas Terhadap Keputusan Pemilihan Melalui Customer Relationship Management (CRM)	23
2.3.7 Hubungan Tidak Langsung Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan Melalui Customer Relationship Management (CRM)	23
2.4 Kerangka Berpikir	24
2.5 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain dan Lokasi Penelitian	26
3.1.1 Desain Penelitian.....	26
3.1.2 Jenis Penelitian.....	26

3.1.3 Lokasi Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Definisi Operasional Variabel	28
3.3.1 Variabel X (Eksogenous)	28
3.3.2 Terikat Y (Endogenous).....	31
3.3.3 Variabel Moderasi (Z).....	32
3.4 Teknik Pengumpulan	33
3.5 Sumber Data	34
3.5.1 Data Primer	34
3.5.2 Data Sekunder	34
3.6 Metode Analisis Data	34
3.6.1 Analisis Deskriptif	35
3.6.2 Pengukuran Variabel Penelitian	36
3.7 Analisis Data	36
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	37
3.7.2 Uji Model Pengukuran atau Outer Model.....	37
3.7.3 Uji Model Struktural atau Inner Model.....	38
3.7.4 Uji Pengaruh Langsung.....	39
3.7.5 Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah Yayasan	40
4.1.2 Visi dan Misi Yayasan	41
4.1.3 Landasan Ideologi	42
4.1.4 Makna Logo Yayasan Al Ibrah	43
4.1.5 Struktur Yayasan	44
4.2 Karakteristik Responden.....	45
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Word of Mouth	47
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	49
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi.....	55
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Customer Relationship Management ..	57
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pemilihan	61
4.4 Analisis Data	63
4.4.1 Skema Model Structural Equation Modeling -Partial Least Square (SEM-PLS).....	63
4.4.2 Evaluasi Uji Model Pengukuran atau Outer Model.....	64
4.4.3 Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity).....	65
4.4.4 Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)	67
4.4.5 Uji Reliabilitas (Composite Reliability).....	70
4.4.6 Uji Cronbach's Alpha	71
4.4.7 Uji Model Struktural atau Inner Model	71
4.4.8 Uji Path Coefficient.....	71
4.4.9 Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit).....	72

4.4.10 Uji Pengaruh Langsung	73
4.4.11 Uji Pengaruh Tidak Langsung	75
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.5.1 Word Of Mouth berpengaruh langsung terhadap Keputusan pemilihan	77
4.5.2 Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Keputusan pemilihan	78
4.5.3 Lokasi berpengaruh langsung terhadap Keputusan pemilihan.....	78
4.5.4 Customer Relationship Management (CRM) berpengaruh langsung terhadap Keputusan pemilihan.....	79
4.5.5 Word Of Mouth berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pemilihan melalui moderasi Customer Relationship Management .	80
4.5.6 Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pemilihan melalui moderasi Customer Relationship Management .	80
4.5.7 Lokasi berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pemilihan melalui moderasi Customer Relationship Management.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Persebaran murid SD	1
Tabel 1.2. Tabel kelulusan SD AI Ibrah	3
Table1.3 Data Penerimaan Murid SMP IT AI Ibrah.....	4
Tabel 2.1.Hasil penelitian terdahulu	9
Tabel 3.1 Indikator WOM	29
Tabel 3.2 Indikator Kualitas layanan	29
Tabel 3.3 Indikator lokasi	30
Tabel 3.4 Tabel Indikator lokasi	30
Tabel 3.5 Tabel Indikator CRM	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.3 Kriteria Jawaban Responden	47
Tabel 4.4 Hasil Responden Variabel <i>Word of Mouth</i> (X1).....	47
Tabel 4.5 Hasil Responden Variabel Kualitas layanan (X2)	49
Tabel 4.6 Hasil Responden Variabel lokasi (X3).....	55
Tabel 4.7 Hasil Responden Variabel <i>Customer ReIationship Management</i> (Z) ..	57
Tabel 4.8 Hasil Responden Variabel Keputusan Pemilihan (Y)	61
Tabel 4.9 Outer loading Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	66
Tabel 4.10 <i>Cross loading Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)</i>	67
Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	69
Tabel 4.12 Composite Reliability	70
Tabel 4.13 Nilai Cronbach's Alpha.....	71
Tabel 4.14 Path Coefficients.....	72
Tabel 4.15 Nilai R-Square	72
Tabel 4.16 Uji Pengaruh langsung.....	73
Tabel 4.18 Uji Pengaruh tidak langsung.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Asal Siswa SMP AI Ibrah 2021	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Iogo Yayasan.....	43
Gambar 4.2 Struktur Yayasan AI Ibrah	44
Gambar 4.3.Hasil Kerangka Konseptual	65
Gambar 4.4.Hasil Pengujian <i>Outer Model</i>	66



DAFTAR GRAFIK

Grafik1.1 : Grafik lulusan	4
----------------------------------	---

