

# PENGARUH CUSTOMER BONDING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI COUPLE COFFE MALANG

## *THE EFFECT OF CUSTOMER BONDING ON CUSTOMER LOYALTY IN COUPLE COFFE MALANG*

*Tajuddin Assuyuti*

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Lamongan

[tajuddina794@gmail.com](mailto:tajuddina794@gmail.com)<sup>2</sup>

---

### Website:

---

### Abstrak

.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh customer bonding terhadap loyalitas pelanggan Pada Couple Coffe Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 72 responden.

---

### Kata Kunci:

Customer bonding,  
loyalitas pelanggan

Dari hasil penelitian didapatkan adanya pengaruh variabel dari hasil pengujian secara parsial X1 diperoleh thitung > ttabel dengan nilai 2,789 > 1,996, uji t X2 diperoleh thitung > ttabel dengan nilai 2,437 > 1,996, uji t X3 diperoleh thitung > ttabel dengan nilai 2,340 > 1,996, uji t X4 diperoleh thitung > ttabel dengan nilai 2,110 > 1,996, dan uji t X5 diperoleh thitung > ttabel dengan nilai 2,433 > 1,996, sedangkan dalam pengujian secara simultan diperoleh Fhitung > Ftabel dengan nilai 9,215 > 2,35, dan dari hasil regresi linier berganda didapatkan hasil  $Y = - 5.859 + 0, 431 X1 + 0,334 X2 + 0,307 X3 + 0,347 X4 + 0,396 X5 + e$ , dalam hal ini variabel awareness bonding (X1) dalam pengujian regresi linier berganda yang paling dominan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer bonding berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga customer bonding berpengaruh bagi pelanggan untuk memutuskan pembelian terhadap produk tersebut.

---

**Keywords:** *Customer bonding, Customer loyalty*

---

### Abstract

*This study aims to determine the effect of customer bonding on customer loyalty at Couple Coffee Malang. The sampling technique*

---

**Alamat Kantor:**

used purposive sampling method. The number of samples in this study amounted to 72 respondents.

From the results of the study, it was found that there was an influence of variables from the partial test results  $X_1$  obtained  $t_{count} > t_{table}$  with a value of  $2,789 > 1,996$ ,  $X_2$   $t$  test obtained  $t_{count} > t_{table}$  with a value of  $2,437 > 1,996$ ,  $X_3$   $t$  test obtained  $t_{count} > t_{table}$  with a value of  $2,340 > 1,996$ , test  $t$   $X_4$  obtained  $t_{count} > t_{table}$  with a value of  $2.110 > 1.996$ , and the  $t$ -test  $X_5$  obtained  $t_{count} > t_{table}$  with a value of  $2.433 > 1.996$ , while in the simultaneous test obtained  $F_{count} > F_{table}$  with a value of  $9.215 > 2.35$ , and from the multiple linear regression results obtained results  $Y = - 5.859 + 0.431 X_1 + 0.334 X_2 + 0.307 X_3 + 0.347 X_4 + 0.396 X_5 + e$ , in this case the awareness bonding variable ( $X_1$ ) in multiple linear regression testing is the most dominant.

The results showed that customer bonding has a positive effect on customer loyalty, so that customer bonding has an effect on customers to decide to purchase the product.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmesta, S.B. 2012. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol.14
- Dermawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Kedua. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Griffin, J. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kestiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kertajaya, H. 2010. *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* edisi ke12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Licen Indahwati D. 2011. *Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif dalam Analisa Loyalitas Pelanggan*. Jurnal

Tajuddin Assuyuti

KINERJA Vol. 8, No. 2

Simamora, B. 2012. *Remarketing for Business Recovery*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

2012. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama . *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Umar, H. 2010. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Usmara, Usi. 2010. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfa Beta

Santoso, S.2015. *SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*, Jakarta,PT.Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.

