



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN ALFAMART JL. KALIMANTAN 80  
KABUPATEN JEMBER**

*THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON SATISFACTION AND  
CUSTOMER'S LOYALTY AT ALFAMART KALIMANTAN STREET 80 JEMBER*

**SKRIPSI**

Oleh :

TRI DEWANTARA

NIM. 100810201029

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2014**



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN ALFAMART JL. KALIMANTAN 80  
KABUPATEN JEMBER**

*THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON SATISFACTION AND  
CUSTOMER'S LOYALTY AT ALFAMART KALIMANTAN STREET 80 JEMBER*

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

TRI DEWANTARA

NIM. 100810201029

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER–FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Tri Dewantara  
NIM : 100810201029  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan  
Loyalitas Pelanggan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten  
Jember.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 3 September 2014

Yang menyatakan,

Tri Dewantara  
NIM : 100810201029

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN ALFAMART JL. KALIMANTAN 80  
KABUPATEN JEMBER

Nama Mahasiswa : Tri Dewantara  
NIM : 100810201029  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui Tanggal : 3 September 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Sriono, MM

NIP. 19561031 198603 1 001

Gusti Ayu Wulandari, SE, MM

NIP. 19830912 200812 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, SE, M.Si.

NIP.196620802 199002 1 001

**PENGESAHAN**  
**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN**  
**DAN LOYALITAS PELANGGAN ALFAMART JL. KALIMANTAN 80**  
**KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa : Tri Dewantara**

**NIM : 100810201029**

**Jurusan : Manajemen**

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua : Drs. Adi Prasodjo M.P : (.....)**  
**NIP. 19550516 198703 1 001**

**Sekretaris : Dr. Imam Suroso, SE., M.Si : (.....)**  
**NIP. 19591013 198802 1 001**

**Anggota : Drs. NG. Krishnabudi, M.Agb : (.....)**  
**NIP. 19630402 198802 1 001**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Pas Foto

4x6

Sesuai  
ijazah

**Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.**

**NIP. 19630614 199002 1 001**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah ya robbal alamin atas berkat rahmat Allah Swt, maka selesailah tugas dan tanggung jawab sebagai mahasiswa. Ku persembahkan sebagai bentuk pengabdian, , hormat dan ungkapan terimakasihku kepada :

1. Ibunda Puha tercinta dan Ayahanda Saman yang selalu tulus memberikan kasih sayang, doa, serta nasihat hingga aku menjadi seperti sekarang ini. Terima kasih atas semua kesabaran mengajarku semua hal tentang hidup yang tidak mungkin aku dapat dari siapapun.
2. Kakakku Asir Cahyono dan Wiwin Mujiati yang senantiasa memberikan dukungan dan doanya.
3. Keluarga besarku di Lumajang dan di probolinggo yang tercinta dan terbaik yang pernah ada terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini.
4. Guru-guruku terkasih SD Negeri Umbul 01, SMP Negeri 2 Lumajang, SMA Negeri 1 Lumajang, dan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan curahan ilmu dan kesabarannya dalam membimbing saya selama ini.
5. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2010 (MGT !0), teman KKN 58 Desa Sidomulyo dan sahabat-sahabat yang selalu mendukung dan tidak hentinya mengingatkan serta memberikan semangat, bahkan menuntun ke jalan yang lebih baik.
6. Almamaterku yang saya banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

## **MOTTO**

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu’ “

(QS. Al-Baqarah : 45)

“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik pelindung”

(QS. Ali Imron : 173)

“Jika mau mengerjakan suatu perkara janganlah kamu menunggu dirimu siap,  
Lakukan dengan sungguh-sungguh dan Istiqomah”

(Tri Dewantara)

## RINGKASAN

**Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember;** Tri Dewantara; 100810201029; 2014;92 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember merupakan salah satu cabang dari PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang bergerak dalam bidang *minimarket*. Dimana Alfamart menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari untuk pelanggannya. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam perdagangan barang dan jasa tentunya Alfamart memberikan pelayanan terbaik untuk kepuasan pelanggannya. Dengan memberikan pelayanan terbaik maka Alfamart dapat mempertahankan pelanggannya. Salah satu konsep untuk menjalin suatu hubungan dengan pelanggan yaitu konsep *relationship marketing*. Suatu konsep pemasaran yang lebih menekankan hubungan baik dengan pelanggan, sehingga tercipta hubungan yang harmonis dengan pelanggan. Akan tetapi harus diimbangi dengan pelayanan terbaik dari pihak perusahaan untuk pelanggan, agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah *relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* artinya memilih sampel dilakukan dengan kriteria tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember minimal bertransaksi tiga kali dan jumlah sampel yang ditetapkan 100 responden. Metode analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember; *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember dan Kepuasan



berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember.

## SUMMARY

The Influence Of Relationship Marketing On Satisfaction And Customer's Loyalty At Alfamart Kalimantan Street 80 Jember; Tri Dewantara; 100810201029; 2014;92 page; Management. Faculty of Economic. University of Jember.

Alfamart Kalimantan Street 80 Jember is one of the branches of PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, which engages in the minimart . Alfamart provides a variety of daily needs for its customers. As the evolving company in the trade of goods and services, Alfamart gives the best service of satisfaction to maintain their customers. One of the concepts to establish relationship to the customers is by using the concept of *relationship marketing*. It is a marketing concept that emphasizes good relation with the clients, so as to create a harmonious relation to the customers. However, it must be balanced with the best services from the company to the clients to create customers loyalty.

The purpose of this research is to examine whether *relationship marketing* affect on satisfaction and loyalty of the customers. The method sampling uses is purposive sampling technique, which means to choose the sample with certain criteria. The population in this research is the customers of Alfamart Kalimantan Street 80 Jember transaction at least three times and total sample sets 100 respondents. The method analyzes in this research uses *Structural Equation Modelling* (SEM).

The result shows that *relationship marketing* affect significantly toward the customers satisfaction of Alfamart Kalimantan Street 80 Jember ; *relationship marketing* affect significantly on customers loyalty on Alfamart Kalimantan Street 80 Jember, and satisfaction affect on customers loyalty in Alfamart Kalimantan Street 80 Jember.

## **PRAKATA**

Puji syukur Alhamdulillah tercurahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember”. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini, tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dra. Sriono, MM dan Gusti Ayu Wulandari, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini mampu terselesaikan. Terimakasih atas kesabaran dan ilmu yang telah diberikan.
4. Drs. Adi Prasodjo M.P, Dr. Imam Suroso, SE., M.Si dan Drs. NG. Krishnabudi, M.Agb selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini jauh lebih baik dari sebelumnya. Terima kasih atas ilmu yang diujikan saat sidang skripsi dan pendedaran, hari bersejarah 17 september 2014 yang sangat amat berkesan.
5. Seluruh Dosen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, sehingga penulis banyak memperoleh tambahan ilmu dan seluruh pimpinan dan staf administrasi yang telah banyak memberikan pelayanan dan membantu dalam proses akademik.

6. Seluruh Karyawan Alfamart Jl. Kalimantan 80 Kabupaten Jember. Terima kasih untuk kesediaan menjadi objek skripsi dan memberikan bantuan dalam proses penelitian.
7. Ibunda dan Ayahanda tercinta, kedua kakakku dan seluruh keluarga besarku di Lumajang dan di Probolinggo. Terimakasih telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan. Kalianlah tenaga dan pikiranku sehingga skripsi dan studi ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman Program Studi Manajemen 2010 (MGT 10) dan teman KKN 58 Desa Sidomulyo, yang banyak memberikan dukungan dan suport selama ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Teman-teman seperjuangan sesama Lumajang; Gilang, Widad, Tumi, Aris, Akbar (SGM), MGT 10 *The Big Family and Travelling* yang tidak bisa saya sebut namanya satu persatu dan teman-temanku Lukman, Mahrus, Muqit, Ipin, Nawinda, Danti yang telah mewarnai masa kuliah dalam sedih, duka maupun gembira.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan semangat.

Penulis menyadari keterbatasan bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 3 September 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>SUMMARY</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Kajian Teori</b> .....	6
2.1.1 Pemasaran .....	6
2.1.2 <i>Relationship Marketing</i> .....	9
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.4 Loyalitas Pelanggan .....	14
2.1.5 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan .....	14
2.1.6 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas ..	15
2.1.7 Hubungan Kepuasan Terhadap Loyalitas .....	15
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	16

<b>2.3 Kerangka Konseptual Penelitian</b> .....	18
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	19
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	21
<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	21
<b>3.2 Populasi dan Sampel</b> .....	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel.....	21
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	22
3.3.1 Jenis Data .....	22
3.3.2 Sumber Data.....	22
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	23
<b>3.5 Identifikasi Variabel</b> .....	23
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel</b> .....	24
3.6.1 <i>Relationship Marketing</i> .....	24
3.6.2 Kepuasan Pelanggan .....	24
3.6.3 Loyalitas Pelanggan .....	25
<b>3.7 Skala Pengukuran Variabel</b> .....	25
<b>3.8 Uji Instrumen</b> .....	26
3.8.1 Uji Validitas .....	26
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	26
<b>3.9 Metode Analisis Data</b> .....	27
3.9.1 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	27
3.9.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	28
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah</b> .....	34
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	36
<b>4.1 Gambaran umum</b> .....	36
4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan .....	36
4.1.2 Struktur Organisasi .....	38
4.1.3 Karakteristik Responden.....	40
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian .....	42
4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	43

<b>4.2 Uji Asumsi SEM</b> .....	46
4.2.1 Analisis Structural Equation Modeling (SEM) .....	48
4.2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	51
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	53
4.3.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	53
4.3.2 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas .....	54
4.3.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	54
4.3.4 Pengaruh Lansung , Tidak langsung <i>Relationship             Marketing</i> Terhadap Loyalitas.....	55
<b>4.4 Keterbatasan Penelitian</b> .....	56
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	57
<b>1.1 Kesimpulan</b> .....	57
<b>1.2 Saran</b> .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	58
<b>LAMPIRAN</b> .....	61

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	31
4.1 Berapa Kali Bertransaksi ke Alfamart.....	40
4.2 Umur Pelanggan alfamart yang melakukan transaksi.....	41
4.3 Profil pelanggan berdasarkan pekerjaan.....	41
4.4 Penilaian Responden Pada Relationship Marketing.....	42
4.5 Penilaian Responden Pada Kepuasan.....	42
4.6 Penilaian Responden Pada Loyalitas.....	43
4.7 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Konstruk Relationship Marketing(X).....	44
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan (Z).....	45
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Loyalitas Pelanggan (Y).....	46
4.10 <i>Assessment Of Normality</i> .....	47
4.11 Indeks Kesesuaian SEM.....	49
4.12 Hasil Pengujian Kausalitas.....	49
4.13 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	51
4.14 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	52
4.15 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	52
4.16 Pengaruh Total Antar Variabel Laten.....	53



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas pelanggan .....	16
2.1 Kerangka Konseptual .....	19
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	34
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	39
4.2 Hasil Digram Jalur .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian .....	61
2. Tabulasi dan hasil kuesioner .....	65
3. Frekuensi Reponden.....	73
4. Hasil Uji SEM.....	78