



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TIKI
JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DI KOTA JEMBER**

THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING TOWARD
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION PT TIKI
JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) JEMBER

SKRIPSI

Oleh:

Triana Vidti Santi

NIM. 100810201243

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TIKI
JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DI KOTA JEMBER**

THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING TOWARD
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION PT TIKI
JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) JEMBER

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

SKRIPSI

Oleh:

Triana Vidti Santi

NIM. 100810201243

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Triana Vidti Santi
NIM : 100810201243
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Kota 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 bertanggungjawab 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, 30 Januari 2014

Yang menyatakan,

Triana Vidti Santi
NIM : 100810201243

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT TIKI JALUR NUGRAHA
EKAKURIR (JNE) DI KOTA JEMBER

Nama Mahasiswa : Triana Vidti Santi
NIM : 100810201243
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 30 Januari 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M. Si
NIP. 19610317 198802 1 001

Ema Desia Prajitasari, SE, MM
NIP. 19791221 200812 2 002

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 196208021990021001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TIKI JALUR
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Triana Vidti Santi

NIM : 100810201243

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

12 Februari 2014

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, MP (.....)

NIP. 19550516 198703 1 001

Sekretaris : Ema Desia Prajitiasari, SE., MM (.....)

NIP. 19791221 200812 2 002

Anggota : Dr. Bambang Irawan, M. Si (.....)

NIP. 19610317 198802 1 001

Mengetahui/ Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

Dr. M. Fathorrazi SE., M.Si

NIP. 196306141990021001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku, Ayah Mohamad Hasan dan Ibu Fatmi Farida tercinta dan tersayang. Terima kasih yang senantiasa setia membimbingku untuk jadi manusia yang pantang menyerah dan tidak pernah berhenti untuk selalu berusaha.
2. Kakakku Eko Feri Sandi dan Dwi Ferdian Sansaka yang tercinta dan tersayang.
3. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhan-mulah kamu berharap”

(Q.S Alam Nasyrh : 6-8)

“Sesungguhnya ilmu pengetahuan menempatkan orang nya kepada kedudukan terhormat dan mulia (tinggi) . Ilmu pengetahuan adalah keindahan bagi ahlinya di dunia dan di akhirat”

(H.R Ar- Rabii’)

”Bukanlah hidup kalau tidak ada masalah, bukanlah sukses kalau tidak melalui rintangan, bukanlah menang kalau tidak dengan pertarungan, bukanlah lulus kalau tidak ada ujian, dan bukanlah berhasil kalau tidak berusaha”

(Triana Vidti Santi)

RINGKASAN

“Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Jember”; Triana Vidti Santi ; 100810201243 ; 2014 ; 112 halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Perkembangan sektor jasa mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan waktu sebelumnya. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang cukup eksis di Indonesia adalah PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau yang lebih dikenal dengan JNE. Perkembangan bisnis pengiriman barang yang cukup pesat ini bertujuan untuk mewujudkan hal-hal yang instant untuk masyarakat apabila ingin mengirim barang ke luar kota maupun ke luar negeri. Dengan layanan yang diharapkan pelanggan dan rasa kepuasan serta loyalitas atau kesetiaan pelanggan dengan menggunakannya. Untuk dapat bersaing dengan kompetitornya diperlukan strategi *relationship marketing* yang tepat. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Jember memiliki kualitas layanan tersendiri serta menggunakan strategi *relationship marketing* untuk membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan dan memeperkenalkannya ke dalam masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah *relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di kota Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Jember. Sampel penelitian sebanyak 110 responden yang menggunakan jasa pengiriman barang pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Jember. Oleh karena itu, pihak PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Jember perlu memperhatikan dan mengembangkan kegiatan *relationship marketing* untuk mempertahankan dan membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan baik, sehingga pelanggan tetap memilih untuk menggunakan jasa pengiriman barang pada PT Tiki Jalur Nugeaha Ekakuriir (JNE) di Kota Jember sebagai pilihan pertama dibenak mereka.

SUMMARY

"The impact of Relationship Marketing Toward Customer Loyalty Through Customer Satisfaction PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Jember "; Triana Vidti Santi; 100810201243; 2014; 112 pages; Department of Management Faculty of Economics, University of Jember.

The development of the service sector has increased significantly compared to the previous time. One of the freight company is quite exist in Indonesia are PT Tiki Jalur Nurgaha Ekakurir or better known as the JNE. Business development is quite rapid delivery of goods is aimed to realize the instant things for people if they want to send goods out of town or out of the country. With the expected customer service and satisfaction and a sense of loyalty or customer loyalty by using it. To be able to compete with competitors required proper relationship marketing strategy. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in Jember town has its own service quality as well as the use of relationship marketing strategies to build customer satisfaction and loyalty and memeperkenalkannya into the wider community. This study aims to identify and analyze whether the relationship marketing affect customer satisfaction and loyalty as well as customer satisfaction is an effect on customer loyalty in PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in the town of Jember.

This research is an explanation (explanatory research). The population of this study are all customers of PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in the city of Jember. The research sample of 110 respondents who use a freight forwarder in PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in the city of Jember. The sampling method using purposive sampling. Methods of data analysis using Structural Equation Modeling (SEM).

This research results and obtain conclusions that relationship marketing significant effect on customer satisfaction and loyalty as well as customer satisfaction is also significantly influence customer loyalty in PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in the city of Jember. Therefore, the PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in Jember city needs to pay attention and develop relationship marketing activities to maintain and build customer satisfaction and loyalty well, so customers still choose to use a freight forwarder in PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in Jember city as the first choice in their minds.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karuniaNya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT Tiki Jalur Nugrha Ekakurir (JNE) di kota Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini berjalan sebagai mana mestinya dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Ema Desia Prajitiyasari, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar dan pengertian memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di kota Jember yang telah memberikan kesempatan, data, dan ijin untuk menjadi obyek dalam penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi. Serta karyawan dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

6. Kedua Orang Tuaku, Ayah Mohammad Hasan Anwar dan Ibu Fatmi Farida tercinta dan tersayang, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, dan memberikan semangat luar biasa untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
7. Kakakku Eko Feri Sandi, Dwi Ferdian Sansaka yang tercinta dan tersayang yang selalu menghiburku, dan memberikan semangat luar biasa untukku.
8. Sahabat Geng Gong dan teman-teman Manajemen 2010 Fakultas Ekonomi, semua teman dan sahabat yang telah membantuku, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Semoga Allah selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan untuk saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi yang membacanya, Amin.

Jember, 02 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	10
2.1.3 <i>Relationship Marketing</i>	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.5 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.6 Loyalitas Pelanggan.....	18

2.1.7 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dengan Loyalitas Pelanggan	20
2.1.8 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis	28
BAB 3. METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	29
3.3 Jenis Sumber Data	31
3.3.1 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan dalam Penelitian	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Identifikasi Variabel	31
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel .	32
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	32
3.5.2 Skala Pengukuran Variabel	34
3.6 Uji Instrumen	34
3.6.1 Uji <i>Validitas</i>	34
3.6.2 Uji <i>Realiabilitas</i>	35
3.7 Metode Analisis Data	36
3.7.1 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	36
3.7.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	37
3.8 Uji Hipotesis	41
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum PT Tiki JNE	45
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya PT Tiki JNE	45

4.1.2	Filosofi Perusahaan.....	47
4.1.3	Visi dan Misi PT Tiki JNE	48
4.1.3.1	Visi PT Tiki JNE	48
4.1.3.2	Misi PT Tiki JNE	48
4.1.3	Nilai-Nilai Budaya PT Tiki JNE	48
4.1.4	Struktur Organisasi PT Tiki JNE	49
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Karakteristik Responden	52
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	55
4.2.3	Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Konstruk	57
4.2.4	Uji Asumsi SEM	61
4.2.5	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	63
4.2.6	Pengaruh Antar Variabel	68
4.3	Pembahasan	70
4.3.1	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	74
4.3.2	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
4.3.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	76
4.4	Keterbatasan Penelitian	77
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Ringkasan Kajian Empiris	24
3.1 <i>Goodness Of Fit Indices</i>	40
4.1 Sejarah PT Tiki JNE.....	46
4.2 Umur Responden Pada PT Tiki JNE di Kota Jember	53
4.3 Status Pekerjaan Responden PT Tiki JNE di Kota Jember	54
4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pelanggan Menggunakan Jasa Pengiriman Barang pada PT Tiki JNE di Kota Jember	55
4.5 Penilaian Responden pada <i>Relationship Marketing</i>	55
4.6 Penilaian Responden pada Kepuasan Pelanggan	56
4.7 Penilaian Responden pada Loyalitas Pelanggan	57
4.8 Hasil Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Konstruk <i>Relationship Marketing</i>	59
4.9 Hasil Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Konstruk Kepuasan Pelanggan	60
4.10 Hasil Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Konstruk Loyalitas Pelanggan	60
4.11 <i>Assessment Of Normality</i>	62
4.12 Indeks Kesesuaian SEM.....	65
4.13 Hasil Pengujian Kausalitas	66
4.14 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	68
4.15 Pengaruh Langsung Variabel Laten	68
4.16 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	69
4.17 Pengaruh Total Antar Variabel Laten	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Keperluan Pelanggan PT Tiki JNE	5
2.1 Kerangka Konseptual	26
2.2 Kerangka Model	27
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	43
4.1 Struktur Organisasi	50
4.2 Hasil Diagram Jalur	64

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	84
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden.....	89
Lampiran 3. Distribusi Karakteristik Responden	94
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Eksogen dan Endogen	101
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Konstruksi.....	103
Lampiran 6. Model SEM	104