



**PENGARUH VARIABEL-VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
HOTEL SULAWESI JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

**ELGA YOSWANA
080810201007**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



PENGARUH VARIABEL-VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
HOTEL SULAWESI JEMBER

SKRIPSI

Oleh :

ELGA YOSWANA
080810201007

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2012

JUDUL SKRIPSI
PENGARUH VARIABEL-VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
HOTEL SULAWESI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Elga Yoswana

NIM : 080810201007

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal:

10 April 2012

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

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Deasy Wulandari, SE. M.Si :
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris : Drs. Moch. Syaharudin :
NIP. 19550919 198503 1 003

Anggota : Dr. Mohamad Dimiyati, SE. M.Si :
NIP. 19670421 199403 1 008

Mengetahui;

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Variabel-Variabel *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Sulawesi Jember**

Nama Mahasiswa : Elga Yoswana

NIM : 080810201007

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimyati, SE, M.Si
NIP. 19670421 199403 1 008

Drs. Suwardi, MM
NIP. 19540719 198211 1 001

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Istifadah, SE., M.Si.
NIP. 19661020 199002 2 001

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel-variabel *Relationship Marketing* yang terdiri dari kepercayaan, komitmen relasional, dan kekeluargaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Sulawesi Jember. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang menggambarkan persepsi konsumen Hotel Sulawesi Jember terhadap variabel-variabel *Relationship Marketing* yang terdiri dari kepercayaan, komitmen relasional, dan kekeluargaan, serta loyalitas pelanggan Hotel Sulawesi Jember. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kepercayaan, komitmen relasional, dan kekeluargaan sebagai variabel independen, serta variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hotel Sulawesi Jember. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil adalah 120 responden. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan pendekatan konfirmatori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Sulawesi Jember. Komitmen Relasional berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Sulawesi Jember. Dan, kekeluargaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Sulawesi Jember.



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ELGA YOSWANA

NIM : 080810201007

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: ”Pengaruh Variabel-Variabel *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Sulawesi Jember” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, Maret 2012

Yang Menyatakan

Elga Yoswana
NIM: 080810201007

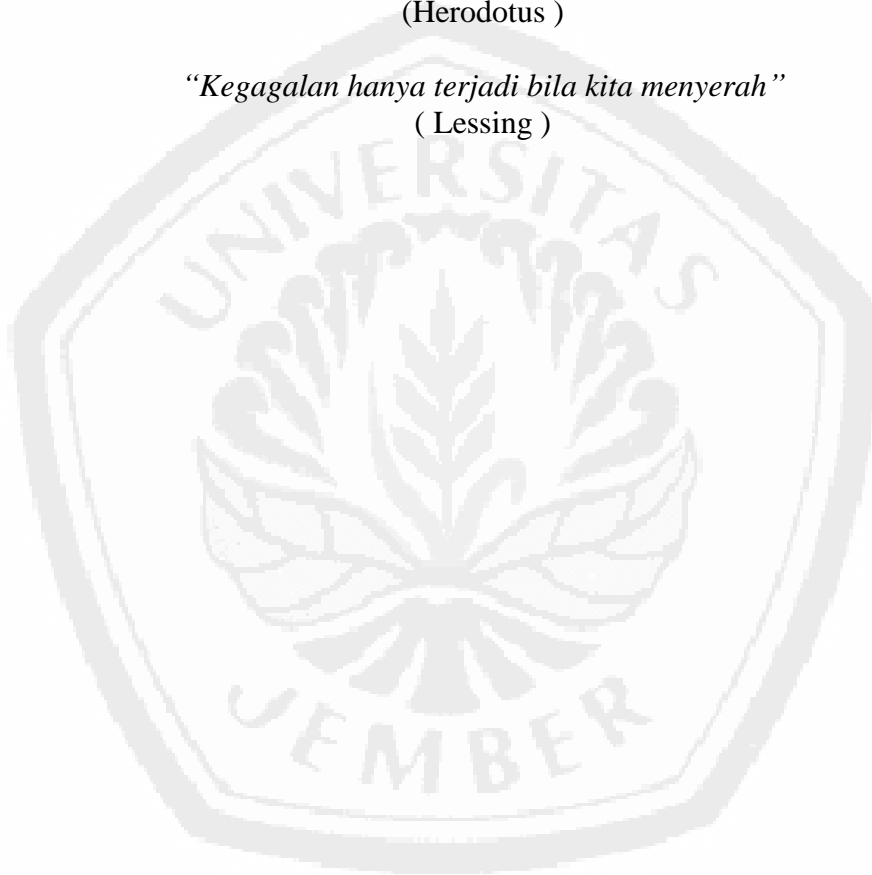
MOTTO

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”
(Aristoteles)

“Hanya kebodohan meremehkan pendidikan”
(P.Syrus)

“Ketergesaan dalam setiap usaha membawa kegagalan”
(Herodotus)

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah”
(Lessing)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Hasanuddin dan Ibu Dhiana Susilorini yang telah memberikan dukungan, mendoakan, mendidik, dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Untuk kekasihku Dr. R. Istiko Mahendra yang selalu memberikan dukungan, doa, dan spirit untuk menyelesaikan skripsi ini;
3. Untuk kedua adikku Bilbi Agasi dan Yesky Jorgi serta saudara-saudaraku yang selalu membawa keceriaan dalam hidupku;
4. Untuk sahabat-sahabatku Ervina, Iera, Yanti, Peny, dan Manggar, kalian adalah keluarga keduaku di Jember yang bisa membawa kesedihan dan kebahagiaan dalam hidupku;
5. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2008 Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
6. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak, serta Bapak/Ibu dosen yang telah mendidikku dan memberikan ilmu yang bermanfaat dengan penuh kesabaran;
7. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Pengaruh Variabel-Variabel *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Sulawesi Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) dan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Melalui penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memperoleh wawasan pengetahuan, dan hal-hal yang baru untuk meningkatkan kemampuan intelektual dan penelitian. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dra. Hj. Istifadah, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini;
4. Bapak Drs. Suwardi, MM. selaku dosen pembimbing II;
5. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE. M.Si. selaku dosen penguji;
6. Bapak Drs. Moch. Syaharudin selaku dosen penguji;
7. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas bekal ilmu pengetahuan dan bimbingan yang diberikan;
8. Seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember, terimakasih atas segala bantuan dan bimbingannya;
9. Kepada seluruh karyawan, khususnya Bapak Warsito selaku Manager Hotel Sulawesi Jember, atas segala bantuan, informasi dan partisipasi yang telah diberikan pada saat penelitian;

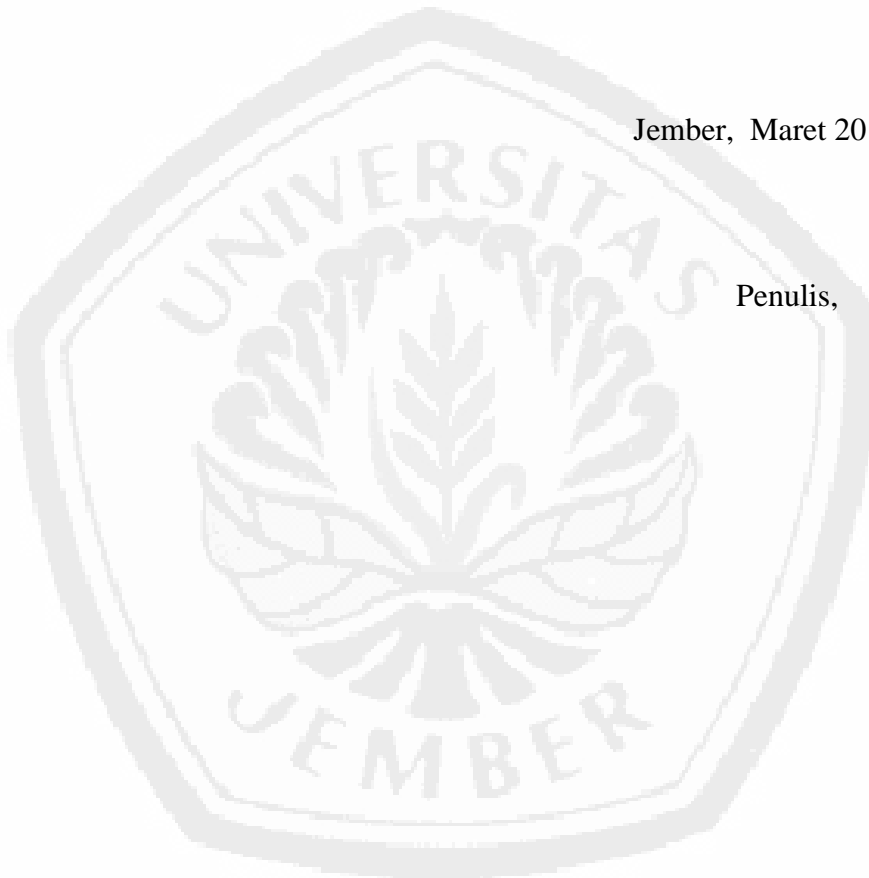
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, baik pikiran, tenaga, materi maupun saran yang membangun atas kesempurnaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa keterbatasan selalu melekat pada diri manusia, maka dengan penuh kerendahan hati penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat dipergunakan sebagai mana mestinya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember, Maret 2012

Penulis,

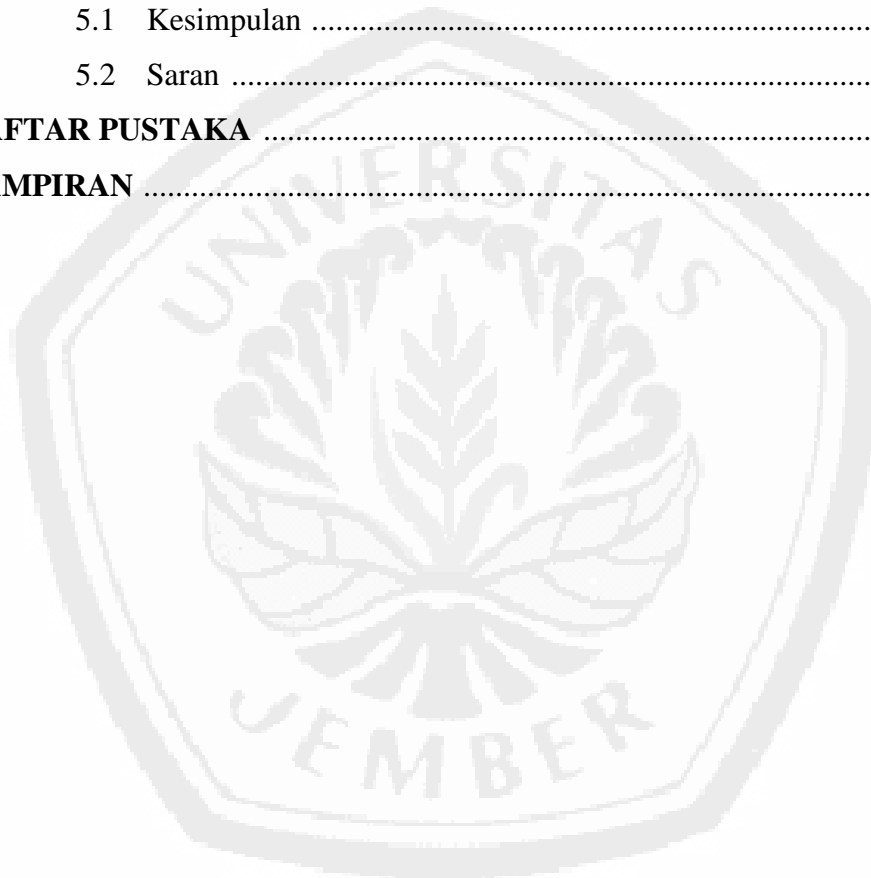


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAKSI	iv
PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Empiris	5
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Pemasaran	7
2.2.2 Jasa dan Karakteristiknya	9
2.2.3 Klasifikasi Jasa	12
2.2.4 Layanan	15
2.2.5 Relationship Marketing	16
2.2.6 Variabel-Variabel <i>Relationship Marketing</i>	23
2.2.7 Loyalitas Konsumen	26

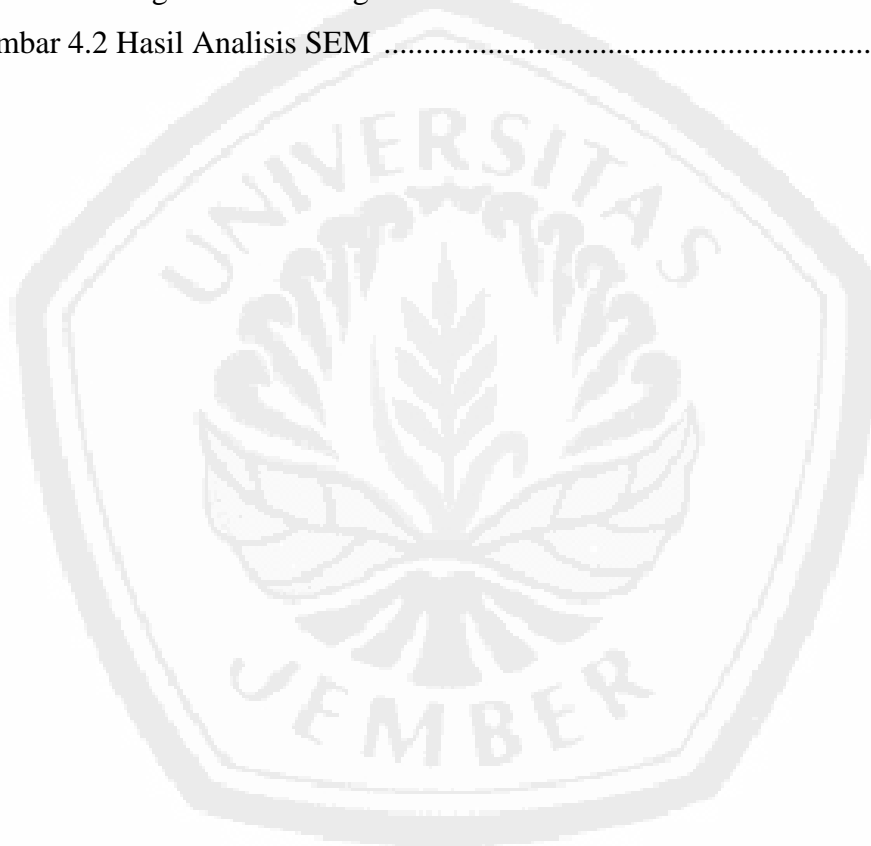
2.2.8	Pengaruh Variabel-Variabel <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3	Kerangka Konseptual Penelitian	29
2.4	Hipotesis	30
BAB 3	METODE PENELITIAN	31
3.1	Rancangan Penelitian	31
3.2	Populasi dan sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel	31
3.3	Data Peneliti	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	33
3.5	Skala Pengukuran	34
3.6	Identifikasi Variabel	34
3.7	Definisi Operasional Variabel	35
3.8	Pengujian Instrumen	36
3.8.1	Uji Validitas	36
3.8.2	Uji Reliabilitas	36
3.9	Analisis Data	37
3.9.1	Uji Asumsi Regresi <i>Confirmatory</i>	37
3.9.2	Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori	39
3.10	Kerangka Pemecahan Masalah	43
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.2	Struktur Organisasi Hotel Sulawesi Jember	48
4.1.3	Sumber Daya Manusia di Hotel Sulawesi Jember	50
4.1.4	Fasilitas di Hotel Sulawesi Jember	53
4.1.5	Karakteristik Responden	54
4.1.6	Diskripsi Variabel	55
4.1.7	Uji Validitas dan Realibilitas	57
4.1.8	Uji Asumsi Structural Equation Modelling (SEM)	59

4.1.9 Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	61
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan .	63
4.2.2 Pengaruh Komitmen Relasional terhadap Loyalitas Pelanggan	64
4.2.3 Pengaruh Kekeluargaan terhadap Loyalitas Pelanggan	66
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	8
Gambar 2.2 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	27
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	29
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	44
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Hotel Sulawesi Jember	48
Gambar 4.2 Hasil Analisis SEM	61



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Kajian Empiris	6
Tabel 3.1 Uji Kesesuaian Model	42
Tabel 4.1 Jenis Kamar di Hotel Sulawesi Jember	54
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Demografi Responden	55
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kepercayaan	55
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Komitmen Relasional	56
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kekeluargaan	56
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.9 Indeks Kesesuaian Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2	Rekapitulasi Jawaban Responden	76
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	80
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83
Lampiran 5	Hasil Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	86

