



**PENGARUH VARIABEL – VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ITALIANO CAFE DI  
JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**Ardhyan Sasmito  
NIM 080810201037**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5

1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	6
2.2 Kajian Teori .....	8
2.2.1 Pemasaran .....	8
2.2.2 Jasa dan Karakteristik Jasa .....	10
2.2.3 Klasifikasi Jasa .....	12
2.2.4 Layanan .....	15
2.2.5 Pemasaran Relasional ( <i>Relationship Marketing</i> ) .....	16
2.2.6 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2.7 Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	27
2.2.8 Pengaruh variabel – variabel <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	29
2.3 Kerangka Konseptual .....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	34
3.2 Populasi dan Sampel .....	34
3.3 Sumber Data .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Teknik Pengukuran Data.....	36
3.6 Identifikasi Variabel.....	38

3.7	Definisi Operasional Variabel .....	39
3.8	Uji Instrumen .....	40
3.8.1	Uji Validitas .....	40
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.8.3	Uji Asumsi Model.....	41
3.8.4	Analisis Regresi Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori .....	42
3.9	Kerangka Pemecahan Masalah.....	48
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	50
4.1.1	Gambaran Umum Italiano Cafe.....	50
4.1.2	Karakteristik responden .....	51
4.1.3	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	53
4.1.4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
4.1.5	Uji Asumsi SEM.....	60
4.1.6	Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori .....	65
4.2	Pembahasan .....	65
4.2.1	Pengaruh Variabel - Variabel <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Italiano Cafe di Jember .....	65
<b>BAB 5.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran .....	70
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

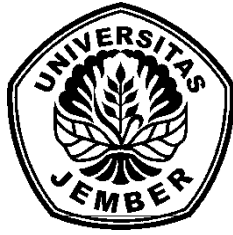
	Halaman
Tabel 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu..... 7
Tabel 3.1	Data Jumlah Konsumen Italiano Cafe..... 36
Tabel 3.2	Uji Kesesuaian Model..... 46
Tabel 4.1	Umur Responden Pelanggan Italiano Cafe Jember..... 52
Tabel 4.2	Pekerjaan Responden Pelanggan Italiano Cafe Jember ..... 52
Tabel 4.3	Frekuensi berkunjung ke Italiano Cafe Jember..... 53
Tabel 4.4	Penilaian Responden Pada Kepercayaan ( $X_1$ )..... 53
Tabel 4.5	Penilaian Responden Pada Komitmen Relasional ( $X_2$ )..... 54
Tabel 4.6	Penilaian Responden Pada Kekeluargaan ( $X_3$ )..... 55
Tabel 4.7	Penilaian Responden Pada Loyalitas Pelanggan (Y)..... 56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas ..... 58
Tabel 4.9	Hasil Reliabilitas ..... 59
Tabel 4.10	Indeks Kesesuaian Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> ... 62
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> ..... 64

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran.....	9
Gambar 2.2 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	27
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	48
Gambar 4.1 Pengaruh variabel – variabel <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil kuesioner
- Lampiran 4 Frekuensi Data Responden
- Lampiran 5 Frekuensi Hasil Kuesioner
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi dengan Pendekatan *Confirmatory*



**PENGARUH VARIABEL – VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
ITALIANO CAFE DI JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

**Oleh**

**Ardhyan Sasmito  
NIM 080810201037**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : ARDHYAN SASMITO  
NIM : 080810201037  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Konsentrasi : PENGARUH VARIABEL – VARIABEL *RELATIONSHIP*  
*MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA ITALIANO CAFE DI JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 Oktober 2012

Yang menyatakan,

**ARDHYAN SASMITO**  
NIM 080810201037

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH VARIABEL – VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ITALIANO CAFE DI JEMBER.

Nama Mahasiswa : Ardhyan Sasmito

NIM : 080810201037

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, M.Si

NIP 19591013 1988021 001

Dra. Sudarsih, M.Si

NIP. 19621212 199201 2 001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

## JUDUL SKRIPSI

### **PENGARUH VARIABEL - VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ITALIANO CAFE DI JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Ardhyan Sasmito

NIM : 080810201017

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

**24 Oktober 2012**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

#### **Susunan Tim Penguji**

Ketua : Drs. H. Abdul Halim, M.Si : (.....)  
NIP 19501221 197801 1 001

Sekretaris : Dra. Sudarsih, M.Si : (.....)  
NIP. 19621212 199201 2 001

Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si : (.....)  
NIP 19591013 1988021 001

Mengethui;  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan

Dr. Moh. Fathorrazi, SE, M.si  
NIP. 19630614 19900 2 001

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tuaku, H. Sasmito dan Hj. Endang Setyowati, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku dan mendidikku.
2. Kakak- kakakku Deddy Sastiawan, Denny Kurniawan, Ferry Budi Satrio yang selalu memberikanku dukungan, semangat serta kasih sayang.
3. Sahabat-sahabatku Suzuran Squad dan GPS yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepadaku.
4. Teman-teman Manajemen angkatan 2008.
5. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

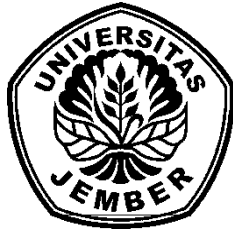
## **MOTTO**

Karena apa yang kamu kerjakan ketika masa mudamu akan menentukan hidupmu  
di masa depanmu

**(Tom Fulgentius)**

Tidak ada yang salah dengan bermimpi besar, yang salah adalah ketika kamu  
berhenti mengejar mimpimu karena takut terjatuh.

**(Penulis)**



**SKRIPSI**

**PENGARUH VARIABEL – VARIABEL *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ITALIANO CAFE  
DI JEMBER**

Oleh :

**Ardhyan Sasmito**

**NIM 080810201037**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Imam Suroso, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sudarsih, M.Si

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Variabel – variabel *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Italiano Café di Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Italiano Café di Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Italiano Cafe di Jember. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 3 variabel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan konfirmatori. Analisis linier berganda dengan konfirmatori digunakan untuk mengkonfirmasi hubungan variabel indikator dengan variabel laten yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Italiano Café di Jember dengan metode pendugaan. Dalam penelitian ini analisis linier berganda dengan konfirmatori digunakan untuk mengetahui variabel yang dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan Italiano Cafe sehingga dapat tetap memilih Italiano Cafe sebagai pilihan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari 3 variabel yang diteliti. Dalam hal ini terdapat pengaruh yang signifikan variabel-variabel *relationship marketing* yang terdiri dari kepercayaan, komitmen relational dan kekeluargaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Italiano Cafe di Jember.

Kata Kunci : Loyalitas konsumen, *relationship marketing*

## **ABSTRACT**

This research was entitled the " Influence of Relationship Marketing variables on Customer Loyalty to Italiano Cafe in Jember". This research aimed at knowing and analysing the Relationship Marketing influence on Customer Loyalty to Italiano Cafe in Jember. The population in this research was the consumer Italiano Cafe in Jember. The method sampling that was used was purposive sampling with the number of respondents totalling 120 people. The variable that was used that is as many as 3 variables. The analysis method that was used was the analysis of linear regression multiplied with confirmatory. The linear analysis multiplied with confirmatory was used to confirm relations of the indicator variable variably latent that influenced the customer's loyalty to Italiano Cafe in Jember with the fathoming method. In this research the linear analysis multiplied with confirmatory was used to learn the dominant variable influenced the customer's loyalty Italiano Cafe so as to be able to continue to choose Italiano Cafe as the choice. Was based on results of the research that was carried out, from 3 variables that were researched. In this case was gotten by the significant influence variables relationship marketing that consisted of the belief, the commitment relational and familiarity was influential towards the customer's loyalty Italiano Cafe in Jember.

Key word : Customer Loyalty, relationship marketing



## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas ridho dan limpahan Rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Variabel-Variabel *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Italiano Cafe di Jember” ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai kewajiban guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan baik berupa materiil maupun moril yang tak ternilai harganya dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Moh. Fathorrazi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Imam Suroso, Msi selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk serta motivasi yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Sudarsih M.Si, selaku pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk serta motivasi yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan pengajaran dan ilmunya selama ini sehingga dapat menjadi bekal untuk masa depan saya.
6. Seluruh Karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
7. Pemilik dan seluruh karyawan Italiano Cafe yang sudah mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini.
8. Kedua orang tuaku tersayang, Bapak H.Sasmito dan Mama Hj. Endang Setyowati, terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan dalam mendidik dan membesarkanku selama ini.

9. Kakakku Deddy Sastiawan, Denny Kurniawan, Ferry Budi Satrio tercinta, yang selalu menjadi kakak yang terbaik dan selalu menjadi teladan bagiku.
10. Seorang wanita tangguh yang pernah kutemukan, Lia Septa F.R. Terima kasih atas seluruh dukungan dan kasih sayangmu yang tulus.
11. Suzuran Squad (Joy DK, Ludovico, Ren Sevilent, Shin Alejandro). Terima kasih untuk kepercayaan dan dukungan yang selalu kalian berikan terhadapku. Jangan pernah berhenti untuk berjuang di jalan Hanya Kita Yang Tahu.
12. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2008 : Lala, Dinar, Dimas, Doni, Lungit, Rhiza, Arry, Yugo, dan semua yang tak bisa aku sebutkan. Terima kasih atas kerjasama dan persahabatannya selama kuliah,
13. Sahabat kehidupanku (Ari Zurich, Saka Andry, Ichank Hun, Dedy Opel, Surya Aji L, Nurcholis, Hendry, Fiesta). Terima kasih untuk persahabatan yang indah dari kalian.
14. Sahabat Glossy Per Sempre (Nino Fortissimo, Reus El Maryana, Reef El Maryana). Terima kasih untuk sumbangan semangat dan dukungan kalian selama ini. I'll never forget you all.
15. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya 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. Akhirnya dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Oktober 2012

Penulis