



**PENGARUH IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN DI UNIT PERIKANAN  
RAKYAT (UPR) SINGGASANA IKAN KECAMATAN  
SRONO BANYUWANGI**

***THE INFLUENCE OF IMPLEMENTATION RELATIONSHIP MARKETING  
ONS ATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN THE PEOPLE'S  
FISHERIES UNIT (UPR) SINGGASANA IKAN  
SRONO BANYUWANGI***

**SKRIPSI**

Oleh:

**Mutiara Ulya**

**100810201143**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**



**PENGARUH IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN DI UNIT PERIKANAN  
RAKYAT (UPR) SINGGASANA IKAN KECAMATAN  
SRONO BANYUWANGI**

***THE INFLUENCE OF IMPLEMENTATION RELATIONSHIP  
MARKETING ON SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN THE  
PEOPLE'S FISHERIES UNIT (UPR) SINGGASANA IKAN  
SRONOBANYUWANGI***

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**Mutiara Ulya**  
**100810201143**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**

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

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Mutiara Ulya  
NIM : 100810201143  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi :Pengaruh Implementasi *Relationship Marketing*  
terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di  
Unit Perikanan Rakyat (UPR)Singgasana Ikan  
Kecamatan Srono Banyuwangi

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan 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 pernytaan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 24 Januari 2014

Yang menyatakan,

**MUTIARA ULYA**  
**NIM 100810201143**

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi :Pengaruh Implementasi *Relationship Marketing* terhadap  
Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Unit Perikanan  
Rakyat (UPR) Singgasana Ikan Kecamatan Srono  
Banyuwangi

Nama : Mutiara Ulya

NIM : 100810201143

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 24 Januari 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE., M.Si  
NIP. 19591013 198802 1 001

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

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si  
NIP. 19620802 199002 1 001

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI UNIT PERIKANAN  
RAKYAT (UPR) SINGGASANA IKAN KECAMATAN SRONO  
BANYUWANGI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

**Nama : MUTIARA ULYA**  
**NIM : 100810201143**  
**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

11 Februari 2014

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

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

1. **Ketua** : **Dr. M. Dimyati, SE., M. Si** (.....)  
**NIP. 19670421 199403 1 008**
2. **Sekretaris** : **Dr. Deasy Wulandari, SE., M. Si** (.....)  
**NIP 19730908 200003 2 001**
3. **Anggota** : **Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si.** (.....)  
**NIP.19591013 198802 1 001**

**FOTO**

**4 x 6 cm**

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

**Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.**  
**NIP. 19630614 19900 2 100**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada ;

1. Papa Daniel Amrulloh, yang menanamkan semangat pantang menyerah dan keyakinan akan Kekuasaan Allah dalam setiap liku kehidupan.
2. Mamak Maimunah. Selalu ada do'a dalam senyummu. Aku akan menjadi mutiara yang membanggakan mu.
3. Bapak Abdul Khaliq, darinya aku belajar akan semangat berjuang dan darinya kuperoleh kasih sayang.
4. Le' Eny, darinya aku belajar kesabaran. Dan darinya aku belajar arti keikhlasan.
5. Adek Intan Akmalia, jadilah intan yang sesungguhnya. Selalu bersinar dan berharga mahal meskipun berada dilumpur yang legam. Adek Dimas Nehru, buat mamak dan bapak bangga. Buat Agama dan Indonesia bangga. Adek Afham Muhammad. Kamu calon pemimpin bangsa dan pemimpin ummat.
6. Guru-guru yang telah mentransfer ilmu pengetahuan . Makasi buat guru TK Nurul Falah, MIN Gerokgak, SMPN 2 Srono, SMAN 1 Genteng, dan tentu dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Semoga Allah mengangkat derajat guru-guru semua.
7. Keluarga kedua ku di Kos Jl. Jawa 2D.No.9 Terima kasih sudah menjadi bagian dari hidupku diperantauan.
8. Sahabat – sahabat seperjuangan Manajemen 2010. Semoga sukses selalu.

## **MOTTO**

### ***“Man Jadda Wajada”***

“Ketika mendaki gunung teruslah melangkah meski berat dan lelah,  
setelah beberapa jam berjalan maka berbaliklah. Dan kamu akan sadar bahwa  
kamu sudah berada dipuncak”

(Daniel Am.)

“Orang yang baik bukan yang tidak pernah melakukan kesalahan, tapi Ia  
menyadari kesalahannya dan memperbaikinya”

(Rhoma Irama)

-Hanya dengan mengatakan “Aku Bisa” itu sudah menambah satu poin  
kemenangan pada diri kita-

(Mutiarra)

## RINGKASAN

**Pengaruh implementasi *relationship marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Unit Perikanan Rakyat (UPR) Singgasana Ikan Kecamatan Srono Banyuwangi;** Mutiara Ulya, 100810201143; 2014; 88 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Banyuwangi memiliki potensi alam berupa perairan yang sangat melimpah. Salah satunya adalah perairan air tawar. Perikanan menjadi sektor usaha yang paling tepat untuk memanfaatkan potensi alam tersebut. Pemerintah pun mendirikan Balai Benih Ikan (BBI) yang berperan aktif untuk menyediakan benih berbagai macam jenis ikan air tawar. Melihat kemajuan perkembangan budidaya ikan air tawar semakin meningkat maka muncul lembaga-lembaga swasta yang bergerak dalam bidang pembenihan berbagai jenis ikan air tawar yang disebut Unit Perikanan Rakyat (UPR). Singgasana Ikan adalah salah satu Unit Perikanan Rakyat (UPR) yang terdapat di Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.

Populasi dari penelitian ini adalah para pembudidaya ikan air tawar, penghobi ikan hias, pedagang ikan hias keliling, dan rumah makan yang pernah melakukan pembelian benih ikan di UPR Singgasana ikan. Sampel yang dipilih sebanyak 110 responden dengan teknik penentuan pengambilan sampelnya adalah dengan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh langsung dan signifikan. *Relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *relationship marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari ketiga variabel tersebut kepuasan pelanggan yang berpengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut dapat dilihat dalam pengujian koefisien jalur.



## SUMMARY

**The Influence implementation of relationship marketing on satisfaction and customer loyalty in the People's Fisheries Unit ( UPR ) Singgasana Ikanin Srono Banyuwangi** ; Mutiara Ulya , 100 810 201 143 ; 2014 ; 88Page ; Department of Management , Faculty of Economics , University of Jember.

Banyuwangi waters have a natural potential which is very abundant . One is freshwater . Fishery be the most appropriate business sector to take advantage of the natural potential . The government also established the Fish Seed ( BBI ), which plays an active role to provide seeds of many kinds of freshwater fish . Seeing the progress of the development of freshwater aquaculture has increased the emerging private institutions engaged in seeding various types of freshwater fish called the People Fisheries Unit ( UPR ) . Throne Fish is one of the People's Fisheries Unit ( UPR ) contained in the District Srono Banyuwangi.

The population of this study is the freshwater fish farmers , hobbyist ornamental fish , ornamental fish itinerant merchants , and restaurants who 've made a purchase of fish seed in the UPR Throne fish . Selected sample of 110 respondents to the determination of the sample collection technique is the purposive sampling . Methods of data analysis using Structural Equation Modeling ( SEM ) . The results of the study showed that all three variables impact directly and significantly . Relationship marketing affect customer satisfaction , relationship marketing effect on customer loyalty and customer satisfaction affects customer loyalty . Of the three variables that influence customer satisfaction most impact on customer loyalty . The results can be seen in the test path coefficients .

## PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Skripsi ini tentu tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. MoehammadFathorrazi, M.SiselakuDekanFakultasEkonomiUniversitasJember.
2. Dr. Handriyono, M.Siselaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Imam Suroso, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan segenap kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan informasi, saran, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini .
4. Dr.Deasy Wulandari, SE.,M.Siselaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan bimbingan serta segenap kesabaran dan perhatian hingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga besar ku, Papa, Mamak, Bapak, Le Eny, adek-adek ku dan seluruh keluarga yang memberi motivasi, do'a dan dukungannya selama ini.
6. Semua teman seperjuangan Manajemen 2010. Semoga kelak kita sama-sama bisa meraih kesuksesan.

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. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 23 Januari 2014

Penulis

## 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>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>SUMMARY</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 LatarBelakang</b> .....	1
<b>1.2 RumusanMasalah</b> .....	4
<b>1.3 TujuanPenelitian</b> .....	5
<b>1.4ManfaatPenelitian</b> .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	6
2.1.1 <i>Relationship Marketing</i> .....	6
2.1.2Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	7

2.1.3	Kepuasan Pelanggan .....	9
2.1.4	Loyalitas .....	9
<b>2.2</b>	<b>Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Konseptual .....</b>	<b>17</b>
<b>2.4</b>	<b>Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
<b>3.1</b>	<b>Rancangan Penelitian .....</b>	<b>20</b>
<b>3.2</b>	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>20</b>
3.2.1	Populasi .....	20
3.2.2	Sampel .....	20
<b>3.3</b>	<b>Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>23</b>
<b>3.4</b>	<b>Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>23</b>
<b>3.5</b>	<b>Identifikasi Variabel .....</b>	<b>24</b>
<b>3.6</b>	<b>Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>24</b>
3.6.1	<i>Relationship Marketing (X1)</i> .....	24
3.6.2	Kepuasan Pelanggan (Y1) .....	25
3.6.3	Loyalitas (Y2) .....	26
<b>3.7</b>	<b>Teknik Pengukuran Data .....</b>	<b>26</b>
<b>3.8</b>	<b>Pengujian Instrumen .....</b>	<b>27</b>
<b>3.9</b>	<b>Metode Analisa Data .....</b>	<b>28</b>
3.9.1	Analisis Deskriptif .....	28
3.9.2	Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	28
3.9.3	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	29
<b>3.10</b>	<b>Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>35</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>37</b>

<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	37
4.1.1 Gambaran Umum UPR Singgasana Ikan.....	37
4.1.2 Karakteristik Responden.....	38
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	41
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
<b>4.2 Hasil Analisis Data</b> .....	46
4.2.1 Uji asumsi <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	46
4.2.2 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	46
4.2.3 Pengaruh Antar Variabel .....	51
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	52
4.3.1 Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan .....	55
4.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	57
4.3.3 Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan .....	58
4.3.4 Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan .....	59
4.3.5 Keterbatasan Penelitian.....	60
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	61
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	61
<b>5.2 Saran</b> .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	63
<b>LAMPIRAN</b> .....	67

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbedaan Penelitian Sebelumnya .....	13
3.1 Rincian Jumlah Pelanggan .....	22
3.2 Rincian Perhitungan Sampel .....	22
3.3 Persamaan Struktural Penelitian .....	32
3.4 Uji kesesuaian Model .....	33
4.1 Keterangan Usia Responden .....	39
4.2 Status Pekerjaan .....	39
4.3 Jumlah Pembelian Responden .....	40
4.4 Penilaian Responden pada Relationship Marketing .....	41
4.5 Penilaian Responden pada Kepuasan Pelanggan .....	42
4.6 Penilaian Responden pada Loyalitas Pelanggan .....	43
4.7 Hasil Uji Validitas .....	44
4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
4.9 <i>Assesment of Normality</i> .....	46
4.10 Indeks Kesesuaian <i>SEM</i> .....	48
4.11 Hasil Pengujian Kausalitas .....	49
4.12 Hipotesis Penelitian .....	51
4.13 Pengaruh Langsung Variabel Laten .....	51
4.14 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten .....	52
4.15 Pengaruh Total Antar Variabel Laten .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual .....	17
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	35
4.1 Model <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman	
Lampiran 1.Kuisisioner Penelitian .....	67
Lampiran 2.Rekapitulasi Jawaban Responden.....	70
Lampiran 3.DistribusiKarakteristik responden .....	75
HasilUji Validitas dan reliabilitas .....	80
Lampiran4. Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	81