



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH PADA PT. BANK XYZ
CABANG JEMBER**

THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON
SATISFACTION AND CUSTOMER'S LOYALTY AT
XYZ BANK LTD. BRANCH JEMBER

SKRIPSI

Oleh:

Mita Rahayuningsih

NIM. 100810201240

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH PADA PT. BANK XYZ
CABANG JEMBER**

THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON
SATISFACTION AND CUSTOMER'S LOYALTY AT
XYZ BANK LTD. BRANCH JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh:

Mita Rahayuningsih

NIM. 100810201240

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Mita Rahayuningsih
NIM : 100810201240
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan
Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank XYZ Cabang 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 instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung 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,

Mita Rahayuningsih
NIM. 100810201240

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH PADA PT. BANK XYZ CABANG
JEMBER

Nama Mahasiswa : Mita Rahayuningsih
NIM : 100810201240
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 30 Januari 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Hj. Diah Yulisetiari, SE, M.Si
NIP. 19610729 198603 2 001

Ana Mufidah, SE, MM
NIP. 19800201 200501 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

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

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA
PT. BANK XYZ CABANG JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Mita Rahayuningsih**

NIM : **100810201240**

Jurusan : **Manajemen**

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

11 Februari 2014

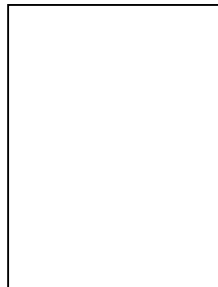
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. H. Sudaryanto, MBA, Ph.D : (.....)
NIP. 19660408 199103 1 001

Sekretaris : Ana Mufidah, SE, MM : (.....)
NIP. 19800201 200501 2 001

Anggota : Dr. Hj. Diah Yulisetiari, SE, M.Si : (.....)
NIP. 19610729 198603 2 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Mochammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Untuk anugerah terindah dalam hidupku:

1. Ibunda Hj. Tutik Musriani tercinta dan tersayang
Yang selalu memotivasi dan mendoakanku.
Yang selalu mengajarkanku menjadi seorang wanita yang kuat dan tegar.
Darinya aku belajar kesabaran yang tiada batasnya.
2. Ayahanda Suwardi
Yang selalu mengajarkan arti sebuah usaha dan kerja keras dalam kehidupan ini.
3. Mama Kimiarti
Yang selalu memotivasi dan mendoakanku.
4. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang aku banggakan
5. Dan sahabat-sahabatku yang terbaik...

MOTTO

مَا خَرَجَ رَجُلٌ مِنْ بَيْتِهِ يَطْلُبُ عِلْمًا إِلَّا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

Seseorang yang keluar dari rumahnya untuk menuntut ilmu niscaya akan Allah
mudahkan baginya jalan menuju surga
(Shahih Al-Jami)

Bahagikanlah orang tuamu, maka hidupmu akan bahagia
(Mita Rahayuningsih)

Sukses adalah hasil kerja keras, belajar, berfikir dan membuat rencana.
(Azwar Siregar, 1989 : 28)

RINGKASAN

Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank XYZ Cabang Jember; Mita Rahayuningsih; 100810201240; 2014; 91 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Meningkatnya persaingan yang terjadi menyebabkan semakin ketatnya pangsa pasar antara produsen dengan kompetitornya, sehingga perusahaan yang satu dengan yang lain bersaing merebut pangsa pasar dan mempertahankan konsumennya. Salah satu upaya perusahaan perbankan untuk menarik perhatian nasabahnya adalah dengan cara pemasaran relasional sehingga para nasabah akan puas dan tetap loyal untuk terus menggunakan jasa perbankan yang telah dipilih. Masing-masing perusahaan perbankan berusaha untuk menjadi perusahaan jasa terdepan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pemasaran relasional. Perusahaan perbankan harus terus menerus memberikan kepuasan kepada para nasabahnya dan perusahaan perbankan juga harus menjalin hubungan baik dengan para nasabahnya dengan cara memberi informasi terbaru tentang produk dan jasa perbankan, sehingga para nasabah akan tetap menjadi nasabah yang loyal. Oleh karena itu, perusahaan perbankan perlu menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabahnya melalui program *relationship marketing*.

Populasi dari penelitian ini adalah nasabah PT. Bank XYZ Cabang Jember. Sampel yang dipilih sebanyak 150 responden. Tehnik 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 nasabah, *relationship marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dari ketiga variabel tersebut *relationship marketing* yang berpengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dapat dilihat dalam pengujian koefisien jalur.

SUMMARY

The Influence Of Relationship Marketing On Satisfaction and Customer's Loyalty At XYZ Bank Ltd. Branch Jember; Mita Rahayuningsih; 100810201240; 2014; 91 pages; Department of Management Faculty of Economics Jember University.

The increased number of competitions that occur causes high intensifies of market share as well among manufactures. Thus, they have no option but competing each other to gain marketshare and retain customer's loyalty. One of the banking company's effort to attract it's customers is by using relational marketing method. Thus, customers will be satisfied and stay loyal to consume their service which has been choosed. Each banking companies aim to become the leading service company in providing satisfaction to customers through relationship marketing. Banking companies should continue to provide satisfaction to its customers and also to establish good relationships with its customers by giving the latest information about products and banking services, thus customers will remain loyal customers. Therefore, the banking companies need long-term relationships with customers through relationship marketing programs.

The population of this study are customers of XYZ Bank Ltd. Branch Jember with 150 respondents from selected sample. Determination of the sample technique and data analiysis method are performed by using purposive sampling and Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study show that all three variables impact directly and significantly. Relationship marketing affects customer's satisfaction and loyalty, and satisfaction affects customer loyalty. From these three variables, the most impact on customer satisfaction is caused by relationship marketing. The results can be seen in the path coefficients test.

PRAKATA

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

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu tidak akan berjalan sebagai mana mestinya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada:

1. 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. Dr. Hj. Diah Yulisetiari 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. Ana Mufidah SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan bimbingan serta segenap kesabaran dan perhatian hingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Keluarga tercinta Ibunda Hj. Tutik Musriani, Ayahanda Suwardi, Mama Kimiarti, Eyang Putri, Eyang Kakung, Om Jimat, dan Mas Widyo Noval Iswahyudi, kemudahan dalam perjalanan ini adalah berkat doa dari kalian,

semangat ini ada ketika mengingat harapan kalian, kebahagiaan ini ada karena keikhlasan dan ketulusan kalian. Terima kasih untuk semua dukungan moril dan materiil, juga jasa yang takkan terbalaskan, cinta dan sayang yang sangat berharga.

8. Sahabat Geng Gong dan teman-teman Manajemen 2010 Fakultas Ekonomi, semua teman dan sahabat yang telah membantuku. Terima untuk doa dan bantuannya. .
9. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terima kasih sehingga Skripsi ini telah terselesaikan.

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, 30 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran Jasa	7
2.1.2 <i>Relationship Marketing</i>	8
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.4 Kepuasan Nasabah.....	11
2.1.5 Loyalitas Nasabah.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	16
2.4 Hipotesis Penelitian	18
BAB 3. METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi	19

3.2.2 Sampel.....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3.1 Data Primer.....	21
3.3.2 Data Sekunder.....	21
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Identifikasi Variabel.....	22
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel	23
3.6.1 Definisi Operasional Variabel	23
3.6.2 Skala Pengukuran Variabel	25
3.7 Uji Instrumen	25
3.7.1 Uji Validitas.....	25
3.7.2 Uji Reliabilitas	26
3.8 Metode Analisis Data.....	27
3.8.1 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	27
3.8.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	28
3.8.3 Uji Hipotesis.....	32
3.8.4 Kerangka Pemecahan Masalah.....	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Karakteristik Responden	36
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	42
4.1.4 Uji Asumsi SEM	45
4.1.5 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	47
4.1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	51
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank XYZ Cabang Jember.....	54
4.2.2 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank XYZ Cabang Jember.....	55
4.2.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah	

PT. Bank XYZ.....	56
4.3 Keterbatasan Penelitian	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
3.1 Rincian Keterangan Rata-rata Nasabah Yang Mengunjungi PT. Bank	

XYZ Cabang Jember Setiap Minggunya Tahun 2013.....	20
3.2 Rincian Perhitungan Sampel Nasabah Pada PT. Bank XYZ Cabang Jember Setiap Minggunya Tahun 2013.....	21
4.1 Jenis Kelamin Responden PT. Bank XYZ Cabang Jember.....	36
4.2 Usia Responden PT. Bank XYZ Cabang Jember.....	37
4.3 Status Pendidikan Responden PT. Bank XYZ Cabang Jember.....	38
4.4 Status Pekerjaan Responden PT. Bank XYZ Cabang Jember.....	39
4.5 Frekuensi Nasabah Berkunjung Dalam 1 Bulan di Bank XYZ Cabang Jember.....	40
4.6 Penilaian Responden Pada <i>Relationship marketing</i> (X_1).....	40
4.7 Penilaian Responden Pada Kepuasan (Z_1).....	41
4.8 Penilaian Responden Pada Loyalitas (Y_1).....	42
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Relationship Marketing</i> ...	43
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan (Z_1).....	44
4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Loyalitas Pelanggan (Y_2)..	45
4.12 <i>Assessment Of Normality</i>	46
4.13 Indeks Kesesuaian SEM	48
4.14 Hasil Pengujian Kausalitas.....	49
4.15 Hipotesis Penelitian	50
4.16 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	51
4.17 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	51
4.17 Pengaruh Total Antar Variabel Laten.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	13
2.2 Kerangka Konseptual.....	17

3.1	Kerangka Pemecahan Masalah.....	34
4.1	Hasil Diagram Jalur	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisiner Penelitian	62
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	68

Lampiran 3. Distribusi Karakteristik Responden	72
Lampiran 4. Tabel <i>Frequency</i>	74
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	78