



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS NASABAH PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE CABANG JEMBER**

THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING ON CUSTOMER'S SATISFACTION  
AND LOYALTY IN PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE Ltd BRANCH JEMBER

**SKRIPSI**

Oleh :

Husnia Hanny  
NIM. 100810201226

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS NASABAH PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE CABANG JEMBER**

THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING ON CUSTOMER'S SATISFACTION  
AND LOYALTY IN PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE Ltd BRANCH JEMBER

**SKRIPSI**

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

Oleh :

Husnia Hanny  
NIM. 100810201226

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

Nama : Husnia Hanny  
NIM : 100810201226  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas  
Nasabah PT Prudential Life Assurance Cabang Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah 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 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 pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 12 Mei 2014  
Yang Menyatakan,

Husnia Hanny  
NIM. 100810201226

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Prudential Life Assurance Cabang Jember

Nama Mahasiswa : Husnia Hanny

NIM : 100810201226

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 8 Mei 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, M.Si  
NIP.195910131988021001

H. N. Ari Subagio, SE, M.Si  
NIP. 197311092000031002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M. Si.  
NIP.1966208021990021001

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS NASABAH PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE  
CABANG JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

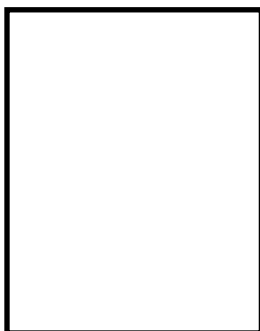
Nama : Husnia Hanny  
NIM : 100810201226  
Jurusan : Manajemen  
Konsetrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal :  
22 Mei 2014

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

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

Ketua : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si (.....)  
1967042119944031008  
Sekertaris : H. N. Ari Subagio, SE, M.Si (.....)  
197311092000031002  
Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si (.....)  
195910131988021001



Mengetahui/Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi M.Si  
NIP. 196306141990021001

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Abi Hamid tercinta, yang tak pernah lupa mendoakanku, terima kasih telah dengan sabar mendidikku selama ini dan selalu mencintaiku apa adanya.
2. Almarhumah Uma tercinta, terima kasih telah membesarkanku, mendidikku dan mencintaiku. Meskipun jauh namun kehadiranmu dapat kurasakan, dan aku yakin doa terbaik selalu engkau panjatkan untukku. Semoga kelak kita dipertemukan kembali. Keberhasilan ini untukmu.
3. Jiddah Fatimah (Teteq) yang tercinta, terima kasih atas cintanya yang luar biasa, terima kasih telah menjadi pengganti Uma dan terima kasih atas motivasinya selama ini.
4. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

## MOTTO

*{ Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu }*  
**(QS. Al-Baqarah: 152)**

*{ Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar }*  
**(QS. Al-Baqarah: 153)**

*{ Sesungguhnya, Aku mengingatkan kepadamu supaya kamu tidak termasuk orang-orang yang tidak berpengetahuan }*  
**(QS. Hud: 46)**

Ilmu lebih bernilai karena tanpa batas, sedang harta terbatas dan bisa dihitung.  
**(Imam Ali AS)**

Kepuasan terletak pada usaha, bukan pada hasil. Berusaha dengan keras adalah kemenangan yang hakiki.  
**(Mahatma Gandhi)**

Jadilah pribadi yang jujur dimanapun dan kapanpun dan jangan pernah sedikitpun melangkah keluar dari rel agama.  
**(Abi Hamid)**

Hiduplah dengan platform kebaikan. Sebab kebaikan selalu memberikan umpan balik atas apa yang kita perbuat. Tidak ada balasan bagi kebaikan kecuali kebaikan itu sendiri. Dan kebaikan itu memiliki arti yang luas, seluas niat baik pelakunya.  
**(Muhammad Bagir)**

Cara paling mudah untuk bahagia adalah dengan menghitung apa yang kita miliki ^\_^  
**(Husnia Hanny)**

## RINGKASAN

**“Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Prudential Life Assurance Cabang Jember ; Husnia Hanny ; 100810201226 ; 2014 ; 96 halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.**

PT Prudential Life Assurance Cabang Jember merupakan perusahaan asuransi di Indonesia yang menawarkan produk asuransi plus investasi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabahnya. Sebagai salah satu perusahaan terbaik, maka perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan nasabahnya, salah satu caranya adalah dengan menerapkan konsep *relationship marketing*. *Relationship marketing* dilakukan dengan harapan mampu membuat pelanggan menjadi lebih setia sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan seperti penjual dan pembeli, tetapi mengarah pada suatu hubungan yang baik dengan nasabah sehingga dapat tercipta loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah *relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian pengujian teori atau *confirmatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Prudential Cabang Jember yang pernah melakukan proses klaim. Sampel penelitian ini yakni nasabah yang melakukan proses klaim di Rumah Sakit Jember Klinik pada tahun 2013 sebanyak 100 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah asuransi Prudential dan *relationship marketing* berpengaruh signifikan loyalitas nasabah asuransi Prudential serta kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah asuransi Prudential.



## SUMMARY

**The Effect Of Relationship Marketing On Customer's Satisfaction and Loyalty In Prudential Life Assurance Ltd Branch Jember ; Husnia Hanny ; 100810201226 ; 2014 ; 96 pages ; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.**

PT Prudential Life Assurance Branch Jember is an insurance company in Indonesia that offers insurance plus investment products to fulfill the customers' need . As one of the best companies , Prudential is expected to maintain its customers, one way is apply the concept of relationship marketing . Relationship marketing is done to being able to make customers more loyal so that the relations are not only relations as sellers and buyers , but it leads to a good relationship with the customers to create loyalty.

This research is to analyze the effect of relationship marketing on customer's satisfaction and loyalty . This research is confirmatory research . The population in this research were claiming customers of Prudential Life Assurance Ltd Branch Jember. The sample of this research is claiming customers in Jember Klinik Hospital in 2013 as many as 100 people . The sampling method using purposive sampling. Methods of data analysis using Structural Equation Modeling ( SEM ).

This research results were relationship marketing have significantly effect on customer's satisfaction in Prudential and relationship marketing have significantly effect on customer's loyalty in Prudential and satisfaction have significantly effect on customer's loyalty in Prudential.

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karuniaNya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Prudential Life Assurance Cabang 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.

Penyusunan skripsi ini berjalan sebagai mana mestinya dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Imam Suroso, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H.N. Ari Subagio, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing serta memberikan segenap waktu, tenaga, pikiran, semangat dan nasehat yang sangat bermanfaat hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku Penguji yang telah memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
5. Pimpinan dan Staf PT Prudential Life Assurance Cabang Jember dan RS Jember Klinik yang telah memberikan ijin, kesempatan serta data untuk kepentingan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah dengan sabar membagi ilmunya selama penulis duduk di bangku kuliah hingga dapat menyelesaikan studi.
7. Selutuh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan bantuan dan kemudahan pada penulis selama masa studi.
8. Kedua orang tuaku tercinta, Abi Hamid, SE dan Almarhumah Umma Tavivah yang telah dengan sabar mendidiku dan membesarkanku dan tulus menyayangiku apa adanya. Terima kasih atas doa-doa yang selalu kalian panjatkan untukku.

9. Jiddahku tercinta, Fatimah (Teteq) yang telah dengan tulus merawatku dan telah menjadi pengganti Umma selama ini. Terima kasih atas doa dan nasehatnya yang tiada henti.
10. Ketiga adikku tercinta, Pipit, Sabrina, dan Rania yang selalu menghibur dan menyemangatiku.
11. Seluruh keluarga besarku tercinta, Kak Mida, Kak Nuri dan Mama Sakinah, dan semuanya yang tak dapat kusebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan motivasi dan doa selama ini.
12. Muhammad Bagir, yang telah menghibur serta mengajarku arti kedewasaan. Terima kasih atas doa dan semangatnya selama ini.
13. Sahabat sekaligus saudaraku, Nike, Triana, Mita, Bitu, Tyas, Yuni, Mav, Lia Lakin, yang tergabung dalam satu ikatan persaudaraan “Geng Gong” yang telah menghibur serta memberikan banyak bantuan dan pengalaman baru selama ini.
14. Semua teman dan sahabat Manajemen 2010 yang tak dapat disebutkan satu per satu.
15. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Semoga Allah selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan untuk penulis. Penulis sampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi yang membacanya, Amin.

Jember, 12 Mei 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>xi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB.1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. PEMBAHASAN</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7

2.1.1 Pemasaran Jasa.....	7
2.1.2 Asuransi .....	8
2.1.3 <i>Relationship Marketing</i> .....	10
2.1.4 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.5 Kepuasan .....	17
2.1.6 Loyalitas .....	18
2.2 Kajian Empiris .....	20
2.3 Kerangka Konseptual .....	23
2.4 Hipotesis.....	26
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Populasi dan Sampel .....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Identifikasi Variabel.....	28
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7 Skala Pengukuran Variabel.....	30
3.8 Uji Instrumen .....	31
3.8.1 Uji Validitas .....	31
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.9 Metode Analisis Data.....	32
3.9.1 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	32
3.9.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	33

3.9.3 Uji Hipotesis .....	38
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....	40
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Gambaran Umum .....	42
4.1.2 Gambaran Umum Wilayah Penelitian .....	46
4.1.3 Karakteristik Responden .....	47
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	52
4.1.6 Uji Asumsi SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ) .....	55
4.1.7 Analisis SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ).....	57
4.1.8 Pengaruh Antar Variabel.....	61
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan.....	63
4.2.2 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas.....	65
4.2.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas .....	66
4.3 Keterbatasan Penelitian.....	67
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
2.1 Kajian Empiris.....	22
3.1 Uji Kesesuaian Model SEM.....	37
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.4 Responden Melakukan Klaim.....	49
4.5 Penilaian Responden Pada <i>Relationship Marketing</i> ( $X_1$ ).....	50
4.6 Penilaian Responden Pada Kepuasan ( $Z_1$ ).....	51
4.7 Penilaian Responden Pada Loyalitas ( $Y_1$ ).....	52
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Relationship Marketing</i> ( $X_1$ ).....	53
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan ( $Z_1$ ).....	54
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas ( $Y_1$ ).....	55
4.11 <i>Assessment of normality</i> .....	56
4.12 Indeks Kesesuaian SEM.....	59
4.13 Hasil Pengujian Kausalitas.....	60
4.14 Hipotesis Penelitian.....	61
4.15 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	62
4.16 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	62
4.17 Pengaruh Total Antar Variabel Laten.....	63

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Konseptual .....	25
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	40
4.1 Hasil Diagram Jalur.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lamprian 1. Kuisisioner Penelitian .....	74
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner.....	79
Lampiran 3. Tabel Frequency.....	82
Lampiran 4. Analisis SEM.....	87