



**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN PADA TOKO BUSANA MUSLIM  
“TITI” JALAN AROWANA JEMBER**

*The Effect of Relationship Marketing to The Customer’s Satisfaction and  
Loyalty of “TITI” Moslem Fashion Shop at Jalan Arowana Jember*

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**Ika Dewi Tiasih**  
**NIM. 100810201007**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**

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

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Ika Dewi Tiasih  
NIM : 100810201007  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Busana Muslim “TITI” Jalan Arowana 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, 13 Mei 2014  
Yang menyatakan,

Ika Dewi Tiasih  
NIM. 100810201007

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Dan  
Loyalitas Pelanggan Pada Toko Busana Muslim “TITI”  
Jalan Arowana Jember

Nama : Ika Dewi Tiasih

NIM : 100810201007

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 13 Mei 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Dr . H. R. Andi Sularso,MSM

Dr. Bambang Irawan, M.Si

NIP. 19600413 198602 1 002

NIP. 19610317 198802 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

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

## JUDUL SKRIPSI

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO BUSANA MUSLIM “TITI” JALAN AROWANA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa** : Ika Dewi Tiasih

**NIM** : 100810201007

**Jurusan** : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

**30 Mei 2014**

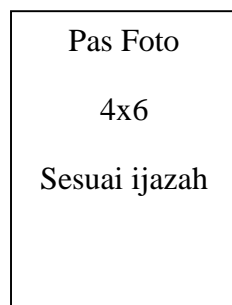
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

### SUSUNAN TIM PENGUJI

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

Sekretaris : Dr. Bambang Irawan, M.Si : (.....)  
NIP. 19610317 198802 1 001

Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM : (.....)  
NIP. 19600413 198602 1 002



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

**Dr. Mohammad Fathorrazi, S.E, M.Si**  
NIP. 19630614 199002 1 001

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini adalah sebuah karya sederhana yang telah kubuat sepenuh hati. Atas berkah dan rahmat Allah SWT, serta doa dan dukungan dari orang-orang yang tersayang karya ini dapat terselesaikan. Dengan rasa syukur dan tulus hati kupersembahkan karya ini, sebagai ungkapan rasa terima kasih, sayang dan cintaku yang terdalam untuk orang-orang yang berarti dalam hidupku, yaitu:

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Muljadi Pamudjiono dan Mama Asrovin yang telah mengajarkan arti sebuah perjuangan hidup dan kesabaran yang tiada batasnya serta selalu memberiku semangat dan mengiringi setiap langkahku dengan doa dan kasih sayang. Terima kasih untuk semua yang kalian berikan padaku mulai aku lahir hingga aku bisa lulus menjadi sarjana. Karya kecil ini adalah bukti perjuangan kalian. Kupersembahkan karya ini sebagai wujud baktiku kepada Bapak dan Mama. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan menyayangi kalian. I Love U Mom, I Love U Dad.
2. Buat Adikku tersayang Sania Puji Tilamsari yang selalu menghiburku dan membuatku tersenyum dan kangen. Karya sederhana ini sebagai bukti kecil sebuah semangat menggapai impian untukmu.
3. Kepada Dosen pembimbing saya Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso,MSM dan Bapak Dr.Bambang Irawan,M.Si yang telah sabar membimbing dan mengajari saya dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai. Terima kasih dan semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayahNya.
4. Kekasihku tercinta Abdus Syukur yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya untuk membuatku selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini serta selalu sabar menemani, membantu dan menyemangatiku selama ini. Terima kasih sudah setia dan sabar menungguku hingga aku menyelesaikan pendidikan. Kamu adalah semangat hidupku, I Love U Sayang.
5. Buat Mas. David yang uda nemenin Tias ujian skripsi dan pendadaran meskipun hanya 1 hari menemani dan uda menyemangati sampai saat ini , Terima kasih calon imam ku.

6. Guru - guruku sejak TK sampai SMA dan Bapak Ibu Dosen yang selalu memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran.
7. Mbah pik dan Mbah kung dan keluarga besarku yang telah memberi motivasi terus kepadaku.
8. Untuk sahabat-sahabat terbaik dan seperjuanganku terutama Frista, Lisa, Ina yang selalu memberikan semangat dan setia membantuku selama ini.
9. Seluruh teman-temanku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010,
10. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang selalu kubanggakan.

## **MOTTO**

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman.”

**(Q.S. Al-Imran: 139)**

“Akan sedikit letih menyembunyikan sebetuk kebohongan, tetapi mungkin lebih baik jika jujur mengubah segalanya”

**(Ivanny Leoni)**

“Sukses tidak diukur dari posisi yang dicapai seseorang dalam hidup, tapi dari kesulitan – kesulitan yang berhasil diatasi ketika berusaha meraih sukses”

**(Hitam Putih)**

“Sukses adalah hasil kerja keras, belajar, berfikir dan membuat rencana”

**(Azwar Siregar, 1989 : 28)**

Love, when sought out, is an ailment between the flesh and bone, and only when youth has passed, does the pain bring rich and sorrowful knowledge - Kahlil Gibran (*Cinta, ketika dicari-cari, adalah sebuah penyakit antara daging dan tulang. Dan ketika sang remaja menemukannya; rasa sakit ternyata memberikan pengetahuan yang banyak pun jua menyedihkan.*)

**( Kahlil Gibran )**

“Saya percaya, esok sudah tidak boleh mengubah apa yang berlaku hari ini, tetapi hari ini masih boleh mengubah apa yang akan terjadi pada hari esok”

**( Ika Dewi )**

“Manusia tidak perlu dihukum kerana lupa, tetapi manusia perlu dihukum kerana sengaja lupa”

**( Ika Dewi )**

## RINGKASAN

**“Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Busana Muslim “TITI” Jalan Arowana Jember”**, Ika Dewi Tiasih; 100810201007; 2014; 87 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam sehingga wanita muslimah wajib menutup auratnya. Perkembangan busana muslim di pasaran Indonesia mulai meningkat khususnya untuk kaum wanita. Hal ini terjadi karena wanita muslimah mulai menyadari akan kewajibannya menutup aurat, namun mereka tetap mempertahankan penampilannya dalam berbusana. Salah satu upaya perusahaan bisnis untuk menarik perhatian konsumennya adalah dengan cara pemasaran relasional sehingga para konsumen akan puas dan tetap loyal untuk terus menggunakan produk busana yang telah dipilih. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah membina dan menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen, sehingga perusahaan dapat mengenali dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya, dimana hal tersebut dapat dilakukan melalui strategi metode pemasaran *Relationship Marketing*. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan toko baju busana muslim “TITI”.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan program AMOS 5.0. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yakni 90 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *pupposive Sampling*. Metode ini dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel itu. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dimana data di ambil langsung dari respondennya dengan melakukan observasi langsung, melakukan wawancara dan menyebar kuisisioner serta melalui jurnal, buku, dan internet.

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa *Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan loyalitas pelanggan dan



kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Toko Busana Muslim “TITI” Jalan Arowana Jember.

## SUMMARY

**The Effect of Relationship Marketing to the Customer's Satisfaction and Loyalty at Moslem Clothing Store "TITI" Jalan Arowana Jember**, Ika Dewi Tiasih; 100810201007; 2014; 87 page; Management Department of Faculty of Economy Jember University.

The majority of Indonesian are muslim so that muslim women have to cover their body which called as 'Aurat'. The development of muslim fashion in Indonesian market starts to increase especially for women. This case happens because muslim women realize that they have to cover their 'Aurat', but, they still want to keep their good performance in dressing. One of the efforts of business enterprise to attract the consumer attention is using relational marketing, by doing so the consumer will feel satisfied and keep loyal to use the fashion product from certain producer. One of the ways that can be done by the producer is keep having a good relation with their consumer, so that the producer can recognize and understand the needs of their consumer. That thing can be done through strategic marketing method called *Relational Marketing*. The significance of this research is to analyze the effect of relational marketing to the customer's satisfaction and loyalty at muslim clothing store "TITI".

The analysis method that is used in this research is Structural Equation Model (SEM) by using AMOS 5.0 program. The total number of sample in this research is 90 respondents. The selection method to choose the sample was using Purposive Sampling. This method is done by picking up selected people that is chose by the researcher based on special criterion. This research used primary and secondary data which taken directly from the respondent by doing direct observation, doing interview and spread questionnaires and also using journal, book and internet.

This result and conclusion of this research is Relational Marketing has significant effect to the customer's loyalty at Moslem Clothing Store "TITI" Jalan Arowana Jember.

## **PRAKATA**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Busana Muslim “TITI” Jalan Arowana Jember.” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi tidak lepas dari bantuan pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. M. Fathorrazi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Prof. Dr . H. R. Andi Sularso, MSM , selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran yang bermanfaat, serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
4. Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran yang bermanfaat serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
5. Kedua orang tuaku Mama Asrovi dan Bapak Muljadi Pamudjiono, yang telah memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan do'a selama ini.
6. Kekasih ku Abdus Syukur, terima kasih telah memberiku cinta, kasih sayang, doa, motivasi serta selalu setia menungguku dan selalu setia menemaniku saat duka maupun suka dalam menyelesaikan pendidikan.

7. Ta 'aruf ku Mas. David tersayang, terima kasih banyak uda memotivasi dan men do'a kan sampai detik ini ,semoga ALLAH meridhoi hubungan kita, aku sayank kamu.
8. Adik ku Tilam , mbah pik dan mbah kung yang selalu mendoakan dan selalu bertanya-tanya tentang skripsiku ini.
9. Keluarga besarku yang selalu memberiku semangat untuk menyelesaikan pendidikanku.
10. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
11. Seluruh teman-temanku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010, khususnya Frista , Ina , dan Lisa
- 12.Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terima kasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga ALLAH SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 13 Mei 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b><i>SUMMARY</i></b> .....	x
<b>PRAKATA</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</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	8
2.1.1 Relationship Marketing.....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	13
<b>2.2 Kajian Empiris</b> .....	16
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	18
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	21
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	22

<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	22
<b>3.2 Populasi dan Sampel</b> .....	22
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	23
<b>3.4 Teknik dan Pengumpulan Data</b> .....	24
<b>3.5 Identifikasi Variabel</b> .....	24
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel</b> .....	25
<b>3.7 Skala Pengukuran Variabel</b> .....	26
<b>3.8 Uji Instrumen</b> .....	26
3.8.1 Uji Validitas .....	26
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	27
<b>3.9 Metode Analisis Data</b> .....	28
3.9.1 Uji Asumsi Structural Equation Modelling (SEM) .....	28
3.9.2 Analisis Structural Equation Modelling (SEM) .....	29
3.9.3 Uji Hipotesis .....	34
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah</b> .....	36
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	38
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	38
4.1.1 Gambaran Umum .....	38
4.1.2 Karakteristik Responden .....	40
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	42
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	44
4.1.5 Uji Asumsi SEM .....	46
4.1.6 Structural Equation Modelling (SEM) .....	48
4.1.7 Pengaruh Antar Variabel .....	52
<b>4.2 Pembahasan</b> .....	54
4.2.1 Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Busana “TITI” .....	56
4.2.2 Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Busana Muslim “TITI” .....	56
4.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Toko Busana “TITI” .....	57

4.2.4 Keterbatasan Penelitian.....	57
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>59</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
3.2 Uji Kesesuaian Model SEM .....	33
4.1 Berapa Kali Berkunjung ke Toko “TITI” .....	40
4.2 Berapa Kali Pembeli Dalam Satu Bulan ke Toko “TITI” .....	41
4.3 Transaksi Setiap Pembelian ke Toko “TITI” .....	41
4.4 Penilaian Responden pada Relationship Marketing (X) .....	42
4.5 Penilaian Responden Pada Kepuasan (Z) .....	43
4.6 Penilaian Responden Pada Loyalitas (Y).....	43
4.7 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Konstruk Relationship Marketing (X) .....	45
4.8 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Konstruk Kepuasan (Z).....	45
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Kontruk Loyalitas Pelanggan (Y) ..	46
4.10 Assessment of normality .....	47
4.11 Indeks Kesesuaian SEM .....	49
4.12 Hasil Pengujian Kausalitas .....	50
4.13 Hipotesis Penelitian .....	52
4.14 Pengaruh Langsung Variabel Laten .....	53
4.15 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	53
4.16 Pengaruh Total Antar Variabel Laten .....	54



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	20
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....	36
4.1 Hasil Diagram Jalur.....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	62
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner Responden .....	67
Lampiran 3. Tabel Frequency .....	70
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	74