



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH PADA PEGADAIAN UNIT
TEGAL BOTO JEMBER**

**THE EFFECT OF MARKETING RELATIONSHIP TOWARD
THE CONSUMEN'S SATISFECTION AND LOYALTY
AT PEGADAIAN JEMBER TEGAL BOTO UNIT**

SKRIPSI

Oleh:

Zaitun Akbariyah

NIM. 100810201028

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH PADA PEGADAIAN UNIT
TEGAL BOTO JEMBER**

**THE EFFECT OF MARKETING RELATIONSHIP TOWARD
THE COSTUMER'S SATISFECTION AND LOYALTY AT
PEGADAIAN JEMBER TEGAL BOTO UNIT**

SKRIPSI

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

Oleh:

Zaitun Akbariyah
NIM. 100810201028

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER– FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Zaitun Akbariyah
NIM : 100810201028
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan
Loyalitas Nasabah Pegadaian Unit Tegal Boto 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 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, 21 Mei 2014

Yang menyatakan,



Zaitun Akbariyah
NIM : 100810201028

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pegadaian Unit Tegal Boto Jember

Nama Mahasiswa : Zaitun Akbariyah

NIM : 100810201028

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 26 Mei 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M. Si.
NIP.1966208021990021001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
PEGADAIAN UNIT TEGAL BOTO
JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Zaitun Akbariyah**

NIM : **100810201028**

Jurusan : **Manajemen**

telah dipertahankan di depan panitia 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 : **Dr. Ketut Indraningrat, M.Si** : (.....)
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris : **Drs. Adi Prasodjo, MP** : (.....)
NIP. 19550516 198703 1 001

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

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

Pas Foto

4x6

Sesuai
ijazah

Dr. Moehammad. Fathorrazi, M.Si.

NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan sepenuh hati dan jiwa, akhirnya selesai juga satu langkah hidupku. Semua ini tulus kupersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasihku, hormat dan kasih sayangku kepada:

- 1) Ibundaku Kartini yang selalu ada buat aku dan selalu mendoakan aku tiap saat serta memberikan semangat sampai aku seperti sekarang ini. Terima kasih atas semuanya untuk kasih sayang yang tidak pernah usai yang beliau berikan padaku.
- 2) Keluarga Besarku di Sumenep dari Kakek Niwa dan Nenek Ummu Kalsum yang tercinta dan terhebat untuk segala bentuk nasehat, doa, pengorbanan, dan dukungannya selama ini untuk menyemangatiku menjalani hidup dengan ikhlas.
- 3) Pemerintah dan Dikti yang telah memberikan aku kesempatan untuk merasakan bangku kuliah dengan beasiswa Bidik Misi.
- 4) Guru- guruku terkasih TK Al-hidayah Sumenep, SDN II Kolor, SMPN 3 Sumenep, SMKN 1 Sumenep dan Dosen Perguruan Tinggi Negeri Universitas Jember yang telah memberikan curahan ilmu dan kesabarannya dalam membimbingku selama ini.
- 5) Keluarga kecilku di Jalan Jawa 4B No.5 yang selalu dihati dan terima kasih untuk kekuatan, semangat, kegilaan, dan kehangatan yang diberikan untukku.
- 6) Teman Seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2010: Yuli, Wulan, Riska, Yeni, Ifra, Ammi, Minanti, Romlah, Arif, Darmala, Bima, Adrian, Hadi, Erri, Zaka, Abdullah, dan Aditya serta teman KKN 47 Kecamatan Jombang, dan teman-temen lainnya yang tidak tercantum terima kasih untuk kebersamaan selama ini.
- 7) Almamaterku yang saya banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

“saraje-rajena masalah se eadebbi, sadhejena coma coba’an”
(Seberapa besarnya masalah yang datang itu hanyalah cobaan)

(Pepatah madure)

“sesungguhnya Allah tidak merubah nasib suatu kaum,
sehingga mereka merubah nasibnya sendiri”

(Qs. Ar Ra’du: 11)

“Waktu akan terasa lambat bagi mereka yang menunggu, terlalu panjang bagi yang gelisah, dan terlalu pendek bagi yang bahagia. Namun waktu adalah keabadian bagi mereka yang mampu bersyukur.”

(Fahrul Fahri)

RINGKASAN

Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Pegadaian Unit Tegal Boto Jember; Zaitun Akbariyah; 100810201028; 2014; 94 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Membina hubungan baik dengan pelanggan merupakan salah satu kunci sukses didalam menjalankan suatu bisnis, karena akan tercipta keharmonisan antara pemberi jasa dan penerima jasa. Apabila perusahaan dapat menjalankan *relationship marketing* dengan baik, maka perusahaan tersebut akan dapat mempertahankan pelanggan yang telah dimiliki dan menambah konsumen begitu sebaliknya jika pelanggan merasa kecewa atau tidak puas maka akan sangat mudah untuk beralih kepesaing. *Relationship marketing* menjadi suatu topik menarik untuk diteliti karena perusahaan yang menerapkan konsep ini diharapkan mampu menjadi lebih unggul dari pada pesaing. Banyak perusahaan yang telah sukses menerapkan *relationship marketing* dengan kepuasan dan setelah itu mendapatkan pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat dimana kinerja produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Kepuasan pelanggan akan membentuk loyalitas konsumen menjadi modal utama dalam usaha memenangkan dan tetap dapat bertahan dalam persaingan dengan menggunakan aspek loyalitas, yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan tersebut kepada teman; keluarga; dan kolega mereka. Oleh karena itu, pentingnya loyalitas adalah untuk membangun hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan. Masalah persaingan bisnis tidak saja terjadi dalam dunia bisnis yang menjual produk saja, akan tetapi juga terjadi pada perusahaan yang menjual jasa, sebagai contohnya adalah jasa pelayanan pinjaman kredit yaitu salah satu cara untuk mendapatkan dana dalam mengatasi masalah ekonomi seperti menggadaikan barang-barang pribadi. Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha yang ada di Indonesia, secara resmi mempunyai izin untuk

melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana masyarakat atas hukum gadai. Manfaat yang diperoleh nasabah yang melakukan pinjaman kredit dari pegadaian adalah ketersediaan dana dengan prosedur yang relatif lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Pegadaian Unit Tegal Boto Jember.

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel teknik *purposive sampling* artinya menentukan sampel dilakukan dengan mengambil orang-orang dengan ciri-ciri atau pertimbangan-pertimbangan; yaitu usia nasabah minimal 17 tahun, nasabah minimal dua kali berkunjung dan melakukan transaksi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Pegadaian Unit Tegal Boto Jember yang melakukan transaksi pelayanan selama satu tahun di tahun 2013, dengan jumlah sampel ditetapkan 100 responden. Sumber data yang digunakan penelitian adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner dan wawancara yang meliputi dari karakteristik responden, dan jawaban responden terhadap pernyataan variabel *relationship marketing*, kepuasan, dan loyalitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analisis*) untuk mengetahui pengaruh variabel *independent*, variabel *intervening*, dan variabel *dependent* secara langsung maupun tidak langsung pada pegadaian Unit Tegal Boto Jember.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Unit Tegal Boto Jember; *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Pegadaian Unit Tegal Boto Jember; Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Pegadaian Unit Tegal Boto Jember; dan *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah sebagai variabel antara pada Pegadaian Unit Tegal Boto Jember.

SUMMARY

The Effect of Relationship Marketing toward Customer's Satisfaction and Loyalty at Pegadaian Jember Tegal Boto Unit. Zaitun Akbariyah, 100810201028; 2014; 94 pages; Management Department, Faculty of Economy, Jember University.

The maintenance of good relationship toward the costumers is the main key to bring success in business. Because to is able to create harmony between the irovider and the costomer. If the companys used good *relationship marketing* well, they can maintain and also increase their customers. But if customers feel dissapointed, it will be easy for them to change to another company. *Relationship marketing* is an interesting topic to analyze because if companies use this concept, they can get higher position than the others. Many companies which use *relationship marketing* get satisfaction and loyal customers. Costomers' satisfaction is a level in which product goes based on the costumers' hope. It forms costumers' loyalty, which then it can used as the main capital in business to keep survive in competition. Loyalty is costumers' willing to recommend certain company to their friends; families; and colleagues. So, loyalty is important to build good relationship between companies and costumers. The problem in business does not only occur in goods seller but also service as well. Such as a credit loan service, which is an alternative way to get money from pawning personal's stuffs. Pegadaian is the one and only company in Indonesia which has licence to do a finance activities institution, i.e. payment in the form of financial transaction of society based on the pawning laws. The benefits that will be obtained by the costumers from Pegadaian are the availability of funds with less sophisticated procedure ad also faster. The main purpose of this reseach is to know the effects of *relationship marketing* toward costomer's satisfaction and loyalty of Pegadaian Jember Tegal Boto Unit.

This research uses *purposive sampling* as the method to take the samples. This technique means the samples are determined through put some people with specific characteristics or considerations: minimum 17 years old and had visited to the pegadaian twice and make transactions. The respondents of this research are all costumers in Pegadaian Jember Tegal Boto Unit, who make transactions within a year in 2013. Total samples are 100 respondents. The primer data which is obtained from the questionnaire and interview using respondent characteristics and also the answers from respondent about *relationship marketing* variable, satisfaction, and loyalty. The analysis method used is *path analysis* which is to know the effect of independent variable, intervening variable, dependent variable directly or indirectly toward Pegadaian Jember Tegal Boto Unit.

The result of the study shows that *relationship marketing* has the significant effect to the costumers' satisfaction in Pegadaian Jember Tegal Boto Unit; *relationship marketing* has significant effect to the costumers' loyalty in Pegadaian Jember Tegal Boto Unit; satisfaction has significant effect to the costumers' loyalty in Pegadaian Jember Tegal Boto Unit; and *relationship marketing* has the significant effect toward the loyalty and Costomer's satisfaction as the intervening varable at Pegadaian Jember Tegal Boto Unit.

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 Nasabah Pegadaian Unit Tegal Boto 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. 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 yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Hj. Diah Yulisetiari, SE. M. Si, dan Drs. Adi Prasodjo, MP, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan pengarahan, serta saran sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
4. Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan selama penulisan belajar di bangku kuliah.
5. Drs. Ketut Indraningrat, M. Si, selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya dalam menguji demi terselesaikannya Skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama ini.

7. Pemerintah dan Dikti yang telah memberikan aku kesempatan untuk merasakan bangku kuliah dengan beasiswa Bidik Misi.
8. Ibunda tercinta yang telah menjadi pahlawan yang super hebat dan sumber motivasiku sehingga menjadikan aku perempuan yang bisa ikhlas dalam menjalani hidup.
9. Seluruh Keluarga besarku di Sumenep: Kakek Niwa, Nenek Ummu Kalsum; Budheku Ainayah; Tanteku Sundari, dan Suhartini; Omku Mugiyanto; Kakak-kakakku Mochlis, Dwi, Sanah, Andi, Tris, Rum, dan Yanto yang selalu mendoakan dan memberikan semangat utukku; Adikku Firman, Hadi; dan juga keponakanku Nabila, Alif, Regina, dan Faris yang selalu memberi semangat dan menyegarkan pikiranku selama menyelesaikan skripsi ini; serta Muhlis yang selalu memberikan semangat dan setia menemaniku selama ini.
10. Seluruh karyawan Pegadaian Unit Tegal Boto Jember. Terima kasih untuk kesediaan menjadi objek dalam penelitian Skripsi saya.
11. Foto copyan Jawa 4 serta Crewe-crewenya.
12. Teman-teman Pondok Wirani 4B No.5; ; Yuli, Eli, Arum, Warda, Gita, Amsani, Intan, Elok, Leli, Wahyu, Yuyun, Ana kecil, Arumni, Hikma, Ana besar, Fatimah, Siska, Rita, Basuki, Niar, dan Lingga yang selalu memberi suport dan memberi hiburan disaat aku mulai sumpek, bosen dan jenuh.
13. Seluruh teman-teman Program Studi S-1 Manajemen angkatan 2010, dan teman KKN 47 Kecamatan Jombang, serta 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 akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 21 Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 .TINJAUAN PUSTAKA	8

2. 1 Landasan Teori.	8
2.1.1 Konsep <i>Relationship Marketing</i> dalam Pemasaran.....	8
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.	16
2.1.3 Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.4 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan.	21
2.1.5 Hubungan Kepuasan Terhadap Loyalitas.	21
2.1.6 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas.	22
2.2 Kajian Empiris.	24
2.3 Kerangka Konseptual.	28
2.4 Hipotesis.	30
BAB 3. METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian.	31
3.2 Populasi dan Sampel.	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.	32
3.3.1 Jenis Data.	32
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Indetifikasi Variabel.	33
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	34
3.6.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6.2 Skala Pengukuran	36
3.7 Uji Instrumen.	36
3.7.1 Uji Validitas.	36

3.7.2 Uji Realibilitas.	37
3.8 Metode Analisa Data.....	38
3.8.1 Analisis Jalur	38
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.	39
3.8.3 Uji Normalitas	40
3.8.4 Model Trimming.	40
3.8.5 Uji Hipotesis	41
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah.	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Pegadaian Unit Tegal Boto Jember.	44
4.1.2 Karakteristik Responden	54
4.1.3 Uji Instrumen	58
4.1.4 Metode Analisis Data	59
4.2 Pembahasan.....	64
4.3 Keterbatasan Penelitian.	68
BAB 5. KESIMPUKLAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Ringkasan Kajian Empiris.....	26
3.1 Hubungan Jumlah Butiran Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen.....	38
4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.	55
4.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	56
4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.	56
4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi.	57
4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Lama menjadi nasabah.	57
4.7 Hasil uji validitas.....	58
4.8 Hasil uji reliabilitas.....	59
4.9 Hasil analisis jalur	60
4.10 Uji multikolineari.	61
4.11 Uji heteroskedastisitas.	61
4.12 Uji Normalitas	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2 Kerangka Konseptual.	29
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	42
4.1 Struktur Organisasi Cabang Pegadaian Tegal Boto	47
4.2 Hasil Analisis Jalur.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	74
2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	79
3. Hasil Uji Validitas.	84
4. Hasil Reliabilitas.	86
5. Hasil Analisis Jalur.....	88
6. Tabel t.....	94