



PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA  
SENYUM MEDIA DI KOTA JEMBER

*THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON  
CUSTOMERS SATISFACTION AND LOYALTY AT  
SENYUM MEDIA IN JEMBER*

SKRIPSI

Oleh :

Hertyas Hanggarini

NIM. 100810201230

**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**2014**



PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA  
SENYUM MEDIA DI KOTA JEMBER

*THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON  
CUSTOMERS SATISFACTION AND LOYALTY AT  
SENYUM MEDIA IN JEMBER*

SKRIPSI

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

Oleh :

Hertyas Hanggarini

NIM. 100810201230

**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**2014**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Hertyas Hanggarini  
NIM : 100810201230  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Senyum Media di Kota 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 bertanggungjawab 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, 22 September 2014

Yang menyatakan,

Hertyas Hanggarini

NIM : 100810201230

## **TANDA PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN PADA SENYUM MEDIA DI  
KOTA JEMBER.

Nama Mahasiswa : Hertyas Hanggarini  
NIM : 100810201230  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui Tanggal : 18 September 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

Drs. Agus Priyono, M.M  
NIP. 19601016 198702 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si  
NIP. 19620802 19902 1 001

## JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN PADA SENYUM MEDIA DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama** : **Hertyas Hanggarini**

**NIM** : **100810201230**

**Jurusan** : **Manajemen**

**Konsentrasi** : **Manajemen Pemasaran**

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

**1 Oktober 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. Deasy Wulandari S.E., M.Si** : (.....)

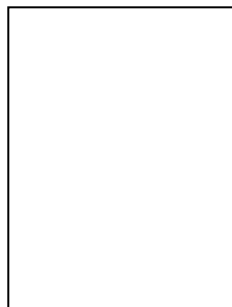
**NIP. 197309082000032001**

**Sekretaris** : **N. Ari Subagio S.E., M. Si.** : (.....)

**NIP. 197311092000031002**

**Anggota** : **Prof. Tatang Ary Gumanti M. Bus. Acc. Ph.D** : (.....)

**NIP. 196611251991031002**



Mengetahui/ Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

**Dr. Moehammad Fathorrazi, M. Si**  
**NIP. 196306141990021001**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku, Bapak Hartono dan Ibu Murtiningsih tercinta, yang selalu dengan tulus menyayangi, mendidik, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
2. Suamiku tercinta Rahmat Hidayat yang selalu menyayangi, sabar dan selalu memberikan semangat serta do'a yang terbaik untukku
3. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

## **MOTTO**

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

**(Terjemahan QS. Alam Nasyrh: 6)**

Sesungguhnya Allah Mencintai Orang-orang yang sabar

**(Terjemahan QS. Ali Imran: 146)**

Keindahan yang sebenarnya adalah saat kita tahu bahwa kita berarti

**(Rahmat Hidayat)**

## RINGKASAN

**“Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Senyum Media di Kota Jember”**; Hertyas Hanggarini ; 2014 ; 99 halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Senyum Media Jember merupakan toko yang menjual segala kebutuhan sekolah dan kantor yang sekarang juga menjual berbagai kebutuhan rumah tangga dengan harga yang relatif murah. Senyum Media dituntut untuk selalu menjaga pelanggannya agar tetap loyal dan tidak berpindah pada kompetitor, 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 pelanggan sehingga dapat tercipta loyalitas.

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli minimal 3 kali di Senyum Media. Sampel yang terpilih sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria tertentu. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM).

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa *relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Senyum Media dan *relationship marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Senyum Media dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Senyum Media.



## SUMMARY

**The Influence Of Relationship Marketing On Customers Satisfaction And Loyalty At Senyum Media In Jember;** Hertyas Hanggarini ; 100810201230 ; 2014 ; 99 Pages ; Departement of Management Faculty of Economics Jember University.

Senyum Media Jember is a store that sells all the needs of schools and offices which is now also sells a variety of household needs at a price that is relatively cheap. Senyum media is demanded to always keep their customers remain loyal so that they won't turn to competitors, thus applying the concept of relationship marketing is fully required. The concept of relationship marketing is performed in order to keep customers even more loyal so that the connection between seller and buyers are not only merely limited by professionalisme, but also may lead to even better relationship in loyalty chain.

This research is incusively divided as an explanatory research. The population of this research is all the Senyum Media's consumers who've bought at least 3 times. The sample of this research is selected as 100 respondents. Purposive sampling with curtain criteria is used in this research as a sampling method. Data analysis method is performed using the Structural Equation Modeling (SEM).

The result of this research shows that relationship marketing affects on customers satisfaction and loyalty of Senyum Media and customers satisfaction affects on customers loyalty of Senyum Media.

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadirat 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 Pelanggan Pada Senyum Media di Kota 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.

Dalam penyusunan Skripsi ini berjalan sebagai mana mestinya dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, 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, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Agus Priyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar dan pengertian memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si, Bapak N. Ari Subagio, S.E., M.Si, dan Bapak Prof. Tatang Ary Gumanti M. Bus. Acc. Ph.D selaku penguji yang telah memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ana Mufidah S.E., M.M selaku pembimbing akademik.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi. Serta karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Hartono dan Ibu Murtiningsih, yang selalu dengan tulus menyayangi, mendidik, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku
8. Suamiku tercinta Rahmat Hidayat yang selalu menyayangi, sabar dan selalu memberikan semangat serta do'a yang terbaik untukku
9. Bapak dan Ibu mertuaku tercinta, Bapak H. Muhammad Romeli dan Ibu Hj. Siti Nur Hidayati yang selalu mendoakan yang terbaik untukku.
10. Pak lek Hadi Sucipto yang dengan sabar membantu dan menyemangatiku.
11. Kakak dan Adikku, Cahyo Nusantoro dan Achmad Pijar Pamungkas yang selalu membantu dan memberikan semangat untukku.
12. Sahabatku Geng Gong (Bitu, Nia, Triana, Nike, Lya, Mita, Maf, Yuni, Lakin) terima kasih sudah memberi semangat dan kebersamaan sejak kita berjuang bersama.
13. Pemilik Senyum Media dan seluruh karyawan Senyum Media yang telah membantu dan memberikan banyak informasi yang saya butuhkan saat penelitian.
14. Semua teman Manajemen 2010 yang telah membantuku, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Semoga Allah selalu memberikan rahmat dan hidayahnya kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan untuk saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi yang membacanya, Amin.

Jember, September 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>SUMMARY</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 <i>Relationship Marketing</i> .....	8
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan .....	15
2.1.5 Loyalitas Pelanggan .....	16
2.1.6 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dengan Loyalitas Pelanggan .....	19

2.1.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	20
<b>2.2 Kajian Empiris .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Hipotesis.....</b>	<b>26</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>27</b>
3.2.1 Populasi .....	27
3.2.2 Sampel.....	27
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>28</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>29</b>
<b>3.5 Identifikasi Variabel.....</b>	<b>30</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>31</b>
<b>3.7 Skala Pengukuran Variabel .....</b>	<b>32</b>
<b>3.8 Uji Instrumen.....</b>	<b>33</b>
3.8.1 Uji Validitas .....	33
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	33
<b>3.9 Metode Analisis Data.....</b>	<b>34</b>
3.9.1 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	34
3.9.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	35
3.9.3 Uji Hipotesis .....	40
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....</b>	<b>41</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>43</b>
4.1.1 Gambaran Umum.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden .....	45
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	48
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	50
4.1.5 Uji Asumsi SEM.....	53
4.1.6 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	55

4.1.7 Pengaruh Antar Variabel .....	58
<b>4.2 Pembahasan</b> .....	59
4.2.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Senyum Media .....	60
4.2.2 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Senyum Media .....	61
4.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Senyum Media .....	62
<b>4.3 Keterbatasan Penelitian</b> .....	63
<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....	64
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>LAMPIRAN</b> .....	69

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	23
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	39
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.3 Karakteristik Responden Status Pekerjaan .....	47
4.4 Frekuensi Pelanggan Berkunjung Dalam 1 Bulan .....	48
4.5 Penilaian Responden Pada <i>Relationship Marketing</i> .....	48
4.6 Penilaian Responden Pada Kepuasan.....	49
4.7 Penilaian Responden Pada Loyalitas.....	50
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Relationship Marketing</i> ..	51
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan .....	52
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Loyalitas .....	52
4.11 Penilaian Normalitas .....	53
4.12 Indeks Kesesuaian SEM .....	56
4.13 Hasil Pengujian Kausalitas .....	56
4.14 Pengaruh Langsung Variabel Laten .....	58
4.15 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten .....	59
4.16 Pengaruh Total Antar Variabel Laten .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Konseptual .....	25
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	41
4.1 Hasil Diagram Jalur .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kuisisioner .....	69
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner .....	74
Lampiran 3. Tabel Frekuensi .....	78
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82