

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA DEALER MATARAM SAKTI
WELERI KENDAL**

**Skripsi
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1**

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

**YURISDHA AFRIZAL
NIM : 30401210528**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG FAKULTAS
EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2018**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA DEALER MATARAM SAKTI
WELERI KENDAL**

**Skripsi
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1**

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

**YURISDHA AFRIZAL
NIM : 30401210528**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG FAKULTAS
EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPERCAYAAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA DEALER MATARAM SAKTI
WELERI KENDAL**

**Disusun Oleh:
Yurisdha Afrizal
NIM : 30401210528**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
Dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 15 Juli 2018

Pembimbing,



Dra. Sri Ayuni, M.Si.
NIK. 220493036

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPERCAYAAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA DEALER MATARAM SAKTI
WELERI KENDAL**

**Disusun Oleh:
Yurisdha Afrizal
NIM : 30401210528**

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 27 Juli 2018

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

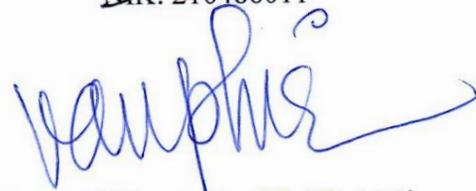
Penguji



Dra. Sri Ayuni, M.Si.
NIK. 220493036



Dr. H. Moch. Zulfa, MM.
NIK. 210486011



Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, M.Si
NIK. 210416055

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal 27 Juli 2018

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Aidian Acharya, SE, M.Si
NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, Saya:

Nama : Yurisdha Afrizal
NIM : 30401210528
Program Studi : S1-Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul:

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA DEALER MATARAM SAKTI WELERI KENDAL tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain yang seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja atau tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil penulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 15 Juli 2018

Yang Menyatakan,



Yurisdha Afrizal

MOTTO

(1)

Pahlawan bukanlah orang yang berani menetakkan pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai dirinya dikala ia marah.

(Nabi Muhammad SAW)

(2).

Seseorang yang optimis akan melihat adanya kesempatan dalam setiap malapetaka, sedangkan orang pesimis melihat malapetaka dalam setiap kesempatan

(Nabi Muhammad SAW)

(3)

Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.

(QS Al-Ankabut: 6)

(4)

Harga kebaikan seseorang di ukur dari apa yang diperbuatnya

(Ali bin Abu Thalib)

(5)

Banyak dari kegagalan hidup yang tidak disadari orang-orang bahwa betapa dekatnya mereka dengan kesuksesan ketika mereka menyerah”

(Thomas Alfa Edison)

(6)

Ilmu pengetahuan tanpa agama adalah pincang

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Bapak Abu Khaeri serta Ibu Wiwik Azizah yang telah mendoakan, membimbing, memotivasi, serta mendukung saya berbentuk material dan selalu menyakinkan saya bawah saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak saya tersayang Yuniar Atamimy yang selalu memberikan motivasi dan mendoakan saya agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Dosen pembimbing saya Dra. Sri Ayuni, M.Si. yang telah membantu membimbing saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai.
4. Calon Istri saya Denis Tirta Winadya dan teman-teman Manajemen angkatan 2012, yang selalu mendukung saya dari masa awal perkuliahan hingga akhir.
5. Almamater saya Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Sultan Agung Semarang

Semarang, 15 Juli 2018
Penulis

Yurisdha Afrizal

INTISARI

Lingkungan bisnis yang mengalami perubahan menyebabkan sejumlah perusahaan saling berlomba untuk dapat bertahan melalui berbagai solusi yang tepat guna menjadi juara dalam kompetisi usaha, yang salah satunya melalui penumbuhan loyalitas dan kepercayaan customer pada perusahaan tersebut. Loyalitas dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap merek karena adanya hubungan timbal balik yang muncul dari tingginya nilai kepercayaan. Kepercayaan konsumen dapat diraih jika *relationship marketing* oleh perusahaan dengan berfokus pada komunikasi dan komitmen yang tinggi pada pelayanan terhadap pelanggan agar konsumen dapat menjalin hubungan dengan baik. Konsep *valued relationship* menyebabkan munculnya komitmen yang kuat pada perusahaan. Komitmen yang bersifat *long term relationship* paling dominan berdasar pada komitmen dua belah pihak sehingga kebutuhan dalam menjaga sebuah hubungan dikarenakan adanya *switching cost* dan manfaat ekonomi dapat membentuk sikap loyal pada konsumen

Hasil penelitian terdahulu tentang faktor yang mempengaruhi terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Penelitian tentang *relationship marketing* oleh Murti (2013), Samuel (2012), dan Ellena (2011) menyimpulkan jika komunikasi dan komitmen memberikan pengaruh pada loyalitas dan kepercayaan pelanggan, sedangkan penelitian Hadinata (2013) dan Maulidi dan Rofiq (2012) memperlihatkan jika komunikasi dan komitmen tidak memberikan pengaruh pada loyalitas dan kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan pengujian hipotesis dalam studi ini menunjukkan Komunikasi berpengaruh terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen dengan arah positif, Komitmen berpengaruh terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen dengan arah positif, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan arah positif

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Mataram Sakti Weleri Kendal”** Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Selama pengerjaan Skripsi penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan kerja sama dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Sri Ayuni, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis hingga Skripsi ini selesai.
2. Ibu Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, PHD., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan Skripsi ini.
4. Bapak, Ibu, dan saudaraku yang selalu memberikan doa dan bantuannya baik moril maupun materiil sehingga Skripsi ini bisa selesai.
5. Sahabat-sahabat tercinta.

6. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan Skripsi ini dari awal hingga akhir.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan penulisan ini. Peneliti juga memohon maaf apabila dalam penulisan usulan penelitian skripsi ini terdapat kesalahan, mengingat keterbatasan pengetahuan peneliti

Semarang, 15 Juli 2018
Penulis

Yurisdha Afrizal