

**MEMBANGUN RELATIONSHIP MARKETING DALAM
PENGEMBANGAN LOYALITAS : PERSPEKTIF KONSUMEN
DI RUMAH MAKAN SUPER PENYET KUDUS**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

Ravi

Nim : 30401511869

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2019**

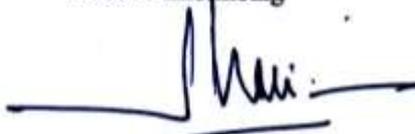
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Ravi
NIM : 30401511869
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : Membangun Relationship Marketing dalam Pengembangan
Loyalitas : Perspektif Konsumen di Rumah Makan Super Penyet
Kudus
Dosen Pembimbing : Dr. H. Asyhari, SE, MM

Semarang, 12 April 2019

Menyetujui

Dosen Pembimbing



Dr. H. Asyhari, SE, MM
NIK. 210491022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**MEMBANGUN RELATIONSHIP MARKETING DALAM
PENGEMBANGAN LOYALITAS : PERSPEKTIF KONSUMEN DI
RUMAH MAKAN SUPER PENYET KUDUS**

Disusun Oleh :

Ravi

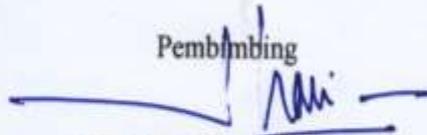
NIM : 30401511869

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 7 Mei 2019

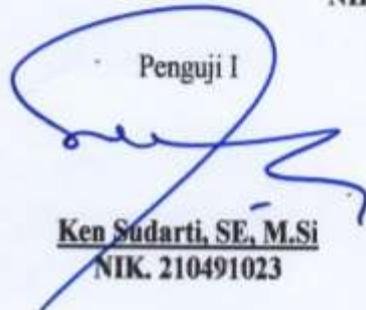
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



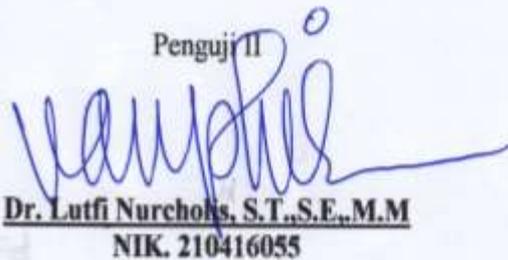
Dr. H. Asyhari, SE, MM
NIK. 210491022

Penguji I



Ken Sudarti, SE, M.Si
NIK. 210491023

Penguji II



Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M
NIK. 210416055

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada tanggal 8 Mei 2019

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., M.
NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

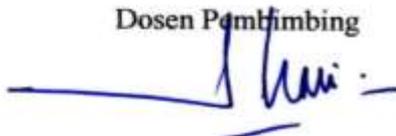
Nama : Ravi
NIM : 30401511869
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“MEMBANGUN RELATIONSHIP MARKETING DALAM PENGEMBANGAN LOYALITAS : PERSPEKTIF KONSUMEN DI RUMAH MAKAN SUPER PENYET KUDUS”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 26 April 2019 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui 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.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah olah tulisan saya sendiri. Saya juga bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Dosen Pembimbing



Dr. H. Asyhari, SE, MM
NIK. 210491022

Semarang, 13 April 2019

Yang



Ravi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RAVI

NIM : 30401511869

Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN

Fakultas : EKONOMI

Alamat Asal : KUDUS PERMAI 1-16 RT.04/RW.04, DESA GARUNG LOR,
KALIWUNGU, KUDUS. 59361

No. HP / Email : 082132662605 / ravi.kiswanto@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

MEMBANGUN RELATIONSHIP MARKETING DALAM PENGEMBANGAN LOYALITAS :
PERSPEKTIF KONSUMEN DI RUMAH MAKAN SUPER PENYET KUDUS

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 03 – 10 -2019

Yang menyatakan,

RAVI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

-Motto-

“Ciptakan peluangmu sendiri” (Ravi)

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

- Kedua orang tua tercinta , atas dorongan, dukungan, semangat, membiayai, serta kasih sayang tiada henti
- Kakak Kakak ku
- Monicha, yang selalu menemani sampai selesainya skripsi ini

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel-variabel *Relationship Marketing* terhadap pengembangan loyalitas konsumen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di Super Penyet Kudus. Metode sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni dengan kriteria telah berkunjung minimal 2 kali ke Super Penyet. Sampel ini diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis menggunakan uji regresi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Relationship Marketing* yaitu komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, komitmen berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, serta kepuasan konsumen sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : *Relationship marketing*, komunikasi, komitmen, kepercayaan, empati, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The study aims to analyse the effect variable of Relationship Marketing on the development of customer loyalty. This research used population of Super Penyet Kudus consumer. Sample method used is purposive sampling, that is with criteria that have visited at least 2 times to Super Penyet. This sample was taken as many as 100 respondents using a research instrument in the form of a questionnaire. The method used in this study is a quantitative method. Analysis techniques using regression tests with the help of the SPSS program. The result of this study indicate that the variable of Relationship Marketing namely communication has a significant effect on customer satisfaction and consumer loyalty, commitment has a significant effect on customer satisfaction and consumer loyalty, trust has a significant effect on customer satisfaction and consumer loyalty, empathy has a significant effect on customer satisfaction and consumer loyalty, and customer satisfaction has a significant effect on consumer loyalty

Keyword : Relationship marketing, communication, commitment, trust, empathy, consumer loyalty, customer satisfaction

INTISARI

Semakin pesatnya kemajuan teknologi, ilmu pengetahuan, serta sistem ekonomi di era globalisasi dan pasar bebas pada saat ini, membuat semakin ketat pula persaingan di dalam dunia bisnis. Perkembangan besar tersebut juga mempengaruhi perkembangan bisnis pada perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia saat ini. Perusahaan-perusahaan ini dituntut untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas yang mereka miliki.

Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis saat ini, menyebabkan perusahaan-perusahaan yang ada sekarang ini harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk menghadapi kondisi perusahaan dan iklim bisnis yang perusahaan. Untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumennya, sebuah perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen, karena kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen pemasaran modern saat ini. Perusahaan dapat bertahan selama mereka mengetahui apa yang konsumen butuhkan dan menciptakan kepuasan konsumen yang dapat menimbulkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan tersebut. Strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk menimbulkan hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen adalah *Relationship Marketing*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Super Penyet Kudus. Sedangkan untuk sampel, dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan suatu kriteria tertentu, kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen

yang telah berkunjung ke Super Penyet minimal 2 kali. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 konsumen. Teknik analisis penelitian ini adalah uji regresi dengan menggunakan SPSS 19.0. Berdasarkan hasil uji hipotesis, semua hipotesis yang ada dalam penelitian ini hasilnya dapat diterima dan signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Relationship Marketing* yaitu komunikasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, komitmen berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, kepercayaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, empati berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen, serta kepuasan konsumen sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Segala rasa puji syukur atas kehadiran Allah SWT serta shalawat dan salam yang senantiasa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan berkat, rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan usulan penelitian Pra Skripsi dalam rangka memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang dengan judul **“MEMBANGUN RELATIONSHIP MARKETING DALAM PENGEMBANGAN LOYALITAS : PERSPEKTIF KONSUMEN DI RUMAH MAKAN SUPER PENYET KUDUS”**

Penulisan praskripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultam Agung Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma,SE,MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Asyhari, SE, MMselaku Dosen pembimbing Pra Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dan saran dalam penulisan Pra Skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah senantiasa memberikan wawasan serta ilmu kepada Penulis

selama perkuliahan.

5. Orang tua saya tercinta Bapak Alm. Kiswanto dan Ibu Rubiatun yang selalu memberikan penulis semangat, motivasi, dukungan serta do'a yang tiada henti.
6. Kakak-kakakku tercinta Gupi, Desti, Aris yang selalu memberikan motivasi bagi penulis.
7. Monicha Rossalia Adigita, yang selalu memberikan semangat, motivasi dan bantuan dalam penulisan Pra Skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat penulis, Naufal, Nico, Zaky, Indra, Cipong, dan Khamim yang senantiasa memberikan semangat satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Pra Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap penulisan Pra Skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Wassalamualaikum wr.wb.

Semarang, 29 Maret 2019

Ravi