

MODEL PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION DAN
RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY
**(STUDI PADA DEALER MOBIL SUZUKI DUTA
CEMERLANG MOTOR DIVISI SERVICE)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Disusun Oleh :

Prihaslisna Ima Novianti

NIM:30401612440

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**MODEL PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION DAN
RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY**
(Studi pada Dealer Suzuki Duta Cemerlang Motors Divisi Service)

Disusun Oleh :

PRIHASLISNA IMA NOVIANTI

NIM : 30401612440

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

Semarang, 18 Maret 2019

Pembimbing,

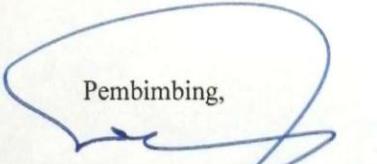
Ken Sudarmi, SE., M.Si
NIK : 210491023

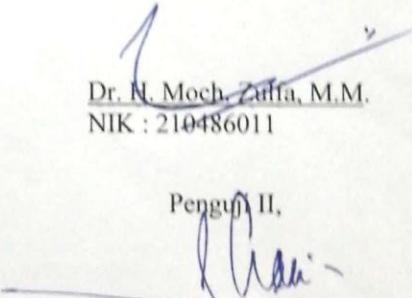
HALAMAN PENGESAHAN

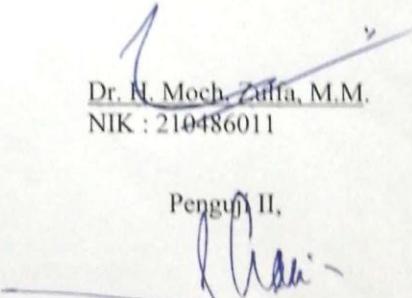
MODEL PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION DAN RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY (Studi pada Dealer Suzuki Duta Cemerlang Motors Divisi Service)

Disusun Oleh :
PRIHASLISNA IMA NOVIANTI
NIM : 30401612440

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal Mei 2019

Pembimbing, 
Ken Sudarti, SE., M.Si
NIK : 210491023

Susunan Dewan Penguji
Penguji I, 
Dr. H. Moch. Zulfa, M.M.
NIK : 210486011

Penguji II, 
Dr. H. Asyhari, SE., MM.
NIK : 210491022

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Tanggal Mei 2019

Ketua Program Studi Manajemen



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Prihaslisna Ima Novianti

Nim : 30401612440

Menyatakan bahwa skripsi hasil penelitian saya yang berjudul "**MODEL PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION DAN RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY (Studi pada Dealer Suzuki Duta Cemerlang Motors Divisi Service)**" merupakan hasil tulisan saya sendiri. Didalam skripsi ini tidak ada keseluruhan atau sebagian tulisan yang saya ambil dari orang lain dengan cara mengambil kalimat atau symbol dari gagasan penelitian orang lain, yang saya akui seolah-olah adalah tulisan orisinil saya tanpa menuliskan nama penulis aslinya.

Bila saya melakukan hal yang saya sebutkan diatas baik sengaja atau tidak disengaja , dengan ini saya akan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri . Apabila kemudian hari saya terbukti melakukan hal diatas , maka gelar dan ijazah saya yang diberikan universitas batal saya terima.

Semarang , Maret 2019

Yang membuat pernyataan,



Prihaslisna Ima Novianti

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Prihaslisna Ima Novianti
Nim : 30401612440
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat Asal : Jl Abimanyu VIII / No.21 Semarang
No.HP / Email : 085641020903 / prihaslisn@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul "**MODEL PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION DAN RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY (Studi pada Dealer Suzuki Duta Cemerlang Motors Divisi Service)**" dan menyetujuiinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-ekslusif untuk disimpan, dialihmediakan, 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 , Agustus 2019

Yang menyatakan,



Prihaslisna Ima Novianti

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kalau semua serba mudah , mungkin tidak akan ada yang menjadi pejuang”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Allah SWT

Ibu dan alm.Bapak&Nenek

Kakak serta segenap keluarga

Sahabat dan teman-temanku.

ABSTRACT

The services provided by employees of the Suzuki Duta Cemerlang Motor Official Workshop are currently not fully able to be said to satisfy consumers and have not maximized the implementation of relationship marketing, so the company strives to identify consumer needs and strive to improve service and performance with existing facilities. The purpose of this study is to analyze the effect of customer experience on customer satisfaction and customer loyalty at the Suzuki Duta Cemerlang Motors Official Workshop and the effect of relationship marketing strategy as a moderating variable reinforce the influence of customer experience on customer satisfaction and customer loyalty at the Suzuki Duta Cemerlang Motors Official Workshop.

The population of this study are all customers who come to the Suzuki Duta Cemerlang Motor Official Workshop . This study used a sample of 142 customers who carried out routine service at the Suzuki Duta Cemerlang Motors Official Workshop with a purposive sampling method. Research ratio data obtained from questionnaires. The analysis used in this hypothesis test is quantitative analysis with statistical methods using path analysis and moderated regression analysis.

The results of this study are that customer experience has a positive effect on customer satisfaction and customer loyalty. Suzuki Duta Cemerlang Motors Official Workshop. Customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty at the Suzuki Duta Cemerlang Motors Official Workshop. While relationship marketing strategy is able to strengthen the influence of customer satisfaction on customer loyalty.

Keywords: customer experience, customer satisfaction, customer loyalty, relationship marketing strategy

ABSTRAK

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bengkel Resmi Suzuki Duta Cemerlang Motor saat ini belum sepenuhnya dapat dikatakan memuaskan konsumen dan belum memaksimalkan pengimplementasian *relationship marketing*, sehingga perusahaan berusaha untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan berupaya meningkatkan pelayanan serta kinerja dengan sarana yang ada. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pelanggan Bengkel Resmi Suzuki Duta Cemerlang Motors dan pengaruh *relationship marketing strategy* sebagai variabel moderating memperkuat pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* di Bengkel Resmi Suzuki Duta Cemerlang Motors.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang di Dealer Suzuki Duta Cemerlang Motors. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 142 orang pelanggan yang melakukan service rutin di Bengkel Resmi Suzuki Duta Cemerlang Motors dengan metode *purposive sampling*. Data rasio penelitian didapat dari penyebaran kuesioner. Analisis yang digunakan dalam uji hipotesis ini adalah analisis kuantitatif dengan metode statistik dengan menggunakan *path analysis* dan *moderated regression analysis*.

Hasil dari penelitian ini adalah *customer experience* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pelanggan Bengkel Resmi Suzuki Duta Cemerlang Motors. *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pelanggan Bengkel Resmi Suzuki Duta Cemerlang Motors. Sedangkan *relationship marketing strategy* mampu memperkuat pengaruh antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *customer experience*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*, *relationship marketing strategy*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat serta hidayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Model Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Customer Experience, Customer Satisfaction dan Relationship Marketing Strategy (Studi pada Dealer Suzuki Duta Cemerlang Motors Divisi Service)**”. Di dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih atas bimbingan, bantuan dan dukungan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Hj. Olivia F., SE, M.Si, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatama,SE,MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Ken Sudarti,SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan sepenuh hati bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam rangka menyusun skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi peneliti.
5. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membantu dan memperlancar pengurusan kelengkapan administrasi selama kuliah

6. Ibuku tercinta Sri Irianti, alm.Bapak Prihadi T.W dan almh.nenek serta kakaku tercinta Prihasmoko & Prihasnita yang telah memberikan dukungan serta doa dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman Manajemen Unisulla kelas Eksekutif dan teman-teman Suzuki Duta Cemerlang Motor yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang lebih baik. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Semarang, 18 Maret 2019

Penulis,

Prihaslisna Ima Novianti
Nim: 30401612440