

**PENGARUH RELATIOSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN**

(studi kasus terhadap pengguna provider telkomsel)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi syarat-syarat

guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

SISKA BERTUA SIMARANGKIR

NOMOR POKOK : K.2017.1.34298

JURUSAN : MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MALANGKUÇEWARA

MALANG

2021

SKRIPSI

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS CUSTOMER

Oleh:
SISKA BERTUA SIMARANGKIR
K.2017.1.34298

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:
27 Agustus 2021 dan dinyatakan LULUS



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 21 agustus 2021



NPK: K.2011.1.34298



Nomor : 0496.1/BAAK-RESEARCH/VII/2021

09 July 2021

Perihal : Riset Untuk Skripsi

Yth. : SPY. YOUTH AND COMMUNITY TELKOMSEL BRANCH MALANG
PT. TELKOMSEL BRANCH
JLN. LETJEND S.PARMAN NO.47, PURWANTORO, KEC. BLIMBING
MALANG

Dengan Hormat,
Bersama surat ini kami hadapkan seorang mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : SISKA BERTUA SIMARANGKIR
Nomor Pokok : K.2017.1.34298
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat : SIBORONGBORONG JL.TARUTUNG RT: 0 RW: 0 DESA/KELURAHAN: PASAR
SIBORONGBORONG KEC. SIBORONG-BORONG

bermaksud untuk mencari data-data guna keperluan penulisan skripsi dengan tema :

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS CUSTOMER

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesedian Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset dan bantuan seperlunya. Perlu kami jelaskan bahwa data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah (pendidikan) dan tidak akan digunakan untuk hal-hal yang dapat merugikan perusahaan / instansi.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapan terima kasih.



UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kasih atas Berkat dan Karunianya selama penyusunsn skripsi yang berjudul “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas *Customer*” dapat di selesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program sarjana S1 Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai kendala, namun berkat kerjasama, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak serta rahmat Tuhan, penulis dapat menghadapi berbagai kendala tersebut, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak – pihak yang membantu dan mendukung baik moril maupun materil serta doa dan bimbingan. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam – dalamnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Kasih, yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dan juga selalu memberikan jalan terbaik saat penulis menemui kesulitan serta yang selalu memberikan ridho tiada henti terhadap hamba-Nya.
2. Kedua orang tua yang tiada henti memberi dorongan,doa,kasih sayang,semangat dan nasihat serta terus membiayai untuk menyelesaikan studi ini.
3. Bpk. Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D selaku Ketua STIE Malangkuçeçwara Malang
4. Bpk.Drs.NANANG PURWANTO, Ak., MM., MSA. CA selaku dosen wali yang selalu memberi arahan ketika penulis mengalami kesulitan tentang perkuliahan.
5. Bpk.Drs.AGUSSALIM ANDRIANSYAH, MM.selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing, memberikan nasehat dengan sangat sabar, meluangkan waktu dan memberi arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen STIE yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, pengalaman serta semangat dalam proses perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bagi Pimpinan Perusahaan PT. Telkomsel Branch Malang, yang telah mengijinkan saya untuk melakukan penelitian Skripsi di perusahaan.
8. Untuk Saudara-Saudari saya, Nurcaya Simorangkir, Yanti Nova Lita Simorangkir, Hendri Ivandy Simorangkir, Ester Winda Simorangkir, dan April Simorangkir, yang telah membantu dan mendukung,kasih sayang,doa, nasihan dan sponsor dana bagi saya selama melakukan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

9. Untuk teman baik saya Aydatul Fuadiyah, Priskila, Alexander Nababan, Ester Nababan, Fima, Dita Fahara, Syaipul, Udin, Farhan, Ruyat, Mega Simamora yang telah banyak memberi bantuan, dorongan, semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh alumni, sahabat, dan rekan-rekan UKM Sepakbola yang berperan penting dalam pengembangan soft skill dalam berorganisasi, terimakasih untuk kekeluarganya dan seluruh pengalaman yang didapatkan. Saya sangat bangga menjadi bagian dari UKM Sepakbola.
11. Teman-teman menejemen kususnya kelas E STIE Malangkuçewara angkatan 2017 sudah memberikan banyak warna penulis selama menempuh perkuliahan di program studi menejemen semoga kita sama-sama sukses dan bahagia.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Siborongborong, 23 Desember 2021

Penulis

Siska Bertua Simarangkir

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas pada konsumen PT. Telkomsel Branch Malang.. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan ada dua yaitu analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan dan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan. Juga ditemukan *relationship marketing* dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : *relationship marketing*, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

The aim of this study is to find out the influence of relationship marketing on customers' satisfaction and loyalty of customer PT.Telkomsel Branch Mlang. The type of this study is survey research. The total respondents of this study was 100 people. The sampling technique used was purposive sampling. There were two data analysis technique employed in this study, that is simple regression to find out the influence of relationship marketing on satisfaction, and multiple regression to find out the influence of relationship marketing on loyalty.

Keywords: relationship marketing, satisfaction, loyalty

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Baik, berkat rahmat dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan tulisannya dengan judul Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen, Studi pada Perusahaan PT Telkomsel Branch Malang. Di dalam tulisan ini, di sajikan pokok bahasan yang meliputi bab 1 pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Bab 2 tinjauan pustaka yang berisikan teori, tinjauan penelitian terdahulu, dan model konseptual penelitian. Bab 3 yang berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel, metode pengumpulan data, dan metode analisis. Bab 4 yang berisikan gambaran umum penelitian, uji hipotesis, dan pembahasan. Serta bab 5 kesimpulan dan penutup.

Peneliti tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu peneliti berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun peneliti tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak serta menjadi referensi bagi yang membacanya.

Siborongborong, 30 September 2021

Penulis

Siska Bertua Simarangkir

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	viii
Surat Keterangan Riset.....	v
Daftar Riwayar Hidup.....	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Abstrak.....	viii
Abstract.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Latar Belakang.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemecahan Masalah	24
2.4 Hipotesis	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Objek Dan Sumber Data Penelitian	28
3.3 Populasi Dan Sampel	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	29

3.4 Variabel, Operasionalisasi	29
3.4.1 Variabel.....	29
3.4.2 Operasionalisisasi	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknis Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.1.1 Profil PT. Telkomsel	44
4.1.2 Visi Dan Misi PT Telkomsel.....	45
4.1.3 Lokasi.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi	45
4.1.5 <i>Job Description</i> PT Telkomsel Branch Malang	46
4.1.6 Personalia	49
4.2 Karakteristik Responden	49
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	51
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	57
4.5 Hasil Pengujian Model Dan Hipotesis 1	61
4.6 Hasil Pengujian Model Dan Hipotesis2,Hipotesis 3	64
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	75
5.3 Saran.	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jumlah Customer Base 2018-2020	6
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Telkomsel Tahun 2018-2020.....	7
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
TABEL 4.2KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	50
TABEL 4.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN UANG SAKU/PENDAPATAN	50
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Terhadap Relationship Marketing	51
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Terhadap Kepuasan Customer.....	53
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Terhadap Loyalitas Customer	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Relationship Marketing</i>	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Relationship Marketing</i>	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Kepuasan Consumen</i>	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Loyalitas Consumen</i>	61
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji t	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolineritas	66
Tabel 4.17 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.18 Analisis Regresi Berganda	68
Tabel 4.19 Uji F	69
Tabel 4.20 Uji t	71
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi.....	73