

**IMPRESI WORD OF MOUTH DAN RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI MODERASI pada KURNIA JAYA MARMER MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas - tugas

Dan syarat - syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

NANDA KURNIATULLOH RAMADHAN

Nomor Pokok : K.2019.1.35099

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2024

**IMPRESI WORD OF MOUTH DAN RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI MODERASI PADA KURNIA JAYA MARMER
MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas - tugas

Dan syarat - syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

NANDA KURNIATULLOH RAMADHAN

K.2019.1.35099

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUCUWARA

MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

-IMPRESI WORD OF MOUTH DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MODERASI PADA KURNIA JAYA
MARMER MALANG

Oleh :

NANDA KURNIATULLOH RAMADHAN

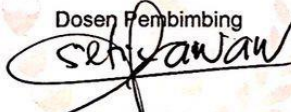
K.2019.1.35099

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

12 Pebruari 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

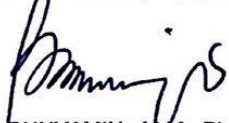
Dosen Pembimbing



Dr. SETIYAWAN, MS

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D
NIK 202.710.182

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

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 orang lain, kecuali yang 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 perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 27 Januari 2023

Mahasiswa



NPK : K.2019.1.35099

SURAT KETERANGAN RISET



Kurnia Jaya Marmer Malang
Jln. Satria Barat Perum Bale Arjosari no 12a
Malang
HP: 081333050717

Nomor : -
Perihal : Surat Keterangan Riset

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khotibin
Pekerjaan : Pemilik Toko Kurnia Jaya Marmer Malang
Alamat Kolum : Jln. Satria Barat Perum Bale Arjosari no 12a, Kec Bale Arjosari, Kota Malang

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

Nama : Nanda Kurniatulloh Ramadhan
Nomor Pokok / NIM : K.2019.1.35099
Program Studi : Manajemen

Alamat :
Malang

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penelitian skripsi dengan tema :
“ IMPRESI WORD OF MOUTH DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MODERASI PADA KURNIA JAYA MARMER MALANG ”

Sejak tanggal 2 Januari – 22 Januari 2024

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang 30 Januari 2024
Penanggung Jawab Pemilik

Khotibin

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala anugrahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul “Pengaruh Penataan Produk dan Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif (Studi kasus pada konsumen indomaret di Kota Malang)”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bimbingan, bantuan, dukungan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dengan tulus dan kerendahan hati kepada :

1. Allah SWT atas izin dan karunianya yang telah memberikan kekuatan bagi peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
2. Yang tercinta kepada Ibu Ratna Sari dan ayah Khotibin yang selama ini telah membantu penulis dalam bentuk kasih sayang, semangat, biaya, perhatian, dukungan, motivasi, serta doa yang tidak ada hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Yang terhormat Bapak Drs. Bunyamin,MM,Ph.D, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk menjalani studi di STIE Malangkuçeçwara Malang.
4. Yang terhormat Bapak Dra. Tutik Arniati, AK.,MM.,CA.,CPA selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis sejak semester awal
5. Yang terhormat Bapak Dr. Setiyawan, MS selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan arahan dan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik STIE Malangkuçeçwara yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan fasilitas kepada penulis selama masa perkuliahan hingga dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Keluarga yang selama ini telah memberi dukungan, perhatian, dan doa kepada penulis.
8. Pacar, Devi Retno yang selalu senantiasa menemani, memberikan perhatian dan dukungan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
9. Sahabat dan teman terdekat, Anja, Herdin, Bagus, Caca, Adit, yang telah mendukung dan memberikan motivasi untuk penulis
10. Serta masih banyak pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berpengaruh banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis mohon maaf, dengan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis ini sendiri dan umumnya kepada para pembaca. Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberikan balasan yang berlipat atas bantuan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Malang, 15 Maret 2023

Penulis,

Nanda Kurniatulloh Ramadhan

ABSTRAK:

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif kausalitas karena penelitian ini akan menguji pengaruh variabel satu dengan variabel yang lainnya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan yang membeli produk pada Kurnia Jaya Marmer Malang. Sampel penelitian ini adalah Pelanggan yang membeli produk Marmer Kurnia Jaya Marmer Malang. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan Total Sampling, dan diperoleh hasil sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 40 responden. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan disebar melalui google form. Kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh signifikan antara word of mouth terhadap loyalitas pelanggan pada Kurnia Jaya Marmer Malang. (2) terdapat pengaruh signifikan antara Relationship Marketing terhadap Loyalitas pelanggan pada Kurnia Jaya Marmer Malang. (3) terdapat pengaruh signifikan antara word of mouth terhadap loyalitas pelanggan yang di moderasi oleh kepuasan pelanggan pada Kurnia Jaya Marmer Malang. (4) terdapat pengaruh signifikan antara relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan Kurnia Jaya Marmer Malang.

Kata Kunci: *Word of Mouth; Relationship Marketing; Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan.*

ABSTRACT:

The type of research carried out in this research is quantitative research with a quantitative causality approach because this research will test the influence of one variable on another. In this research, the population used is customers who buy products at Kurnia Jaya Marmer Malang. The sample for this research is customers who purchased Kurnia Jaya Marmer Malang Marble products. The number of samples taken in this research used Total Sampling, and the sample results required in this research were 40 respondents. In this research, data collection was carried out using a questionnaire and distributed via Google Form. Then processed and analyzed using the SPSS application. The research results show that: (1) There is a significant influence between word of mouth on customer loyalty at Kurnia Jaya Marmer Malang. (2) there is a significant influence between Relationship Marketing on customer loyalty at Kurnia Jaya Marmer Malang. (3) there is a significant influence between word of mouth on customer loyalty which is moderated by customer satisfaction at Kurnia Jaya Marmer Malang. (4) there is a significant influence between relationship marketing on customer loyalty of Kurnia Jaya Marmer Malang

Keywords: *Word of Mouth; Relationship Marketing;Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur terhadap Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul: “**Impresi Word of Mouth dan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai moderasi pada Kurnia Jaya Marmer Malang**” penulisan skripsi ini disusun memiliki tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan guna untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçeçwara Malang.

Dengan sangat disadari meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk cermat dalam penulisan namun penulis merasa bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis sangat terbuka apabila terdapat saran atau kritik yang dapat membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang,2 Februari 2024

Penulis,



Nanda Kurniatulloh Ramadhan

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN.....	i
LEMBAR JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
SURAT KETERANGAN RISET	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Word of Mouth.....	6
2.1.2 Relationship Marketing.....	7
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	9
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	10
2.2 Tinjauan Penelitian Dahulu	12
2.3 Model Konseptual Penelitian.....	16

2.4 Pengembangan Hipotesis	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Populasi dan Sampel	18
3.3 Variabel	19
3.3.1 Variabel Independen	19
3.3.2 Variabel Dependen.....	19
3.3.3 Variabel Moderating	19
3.4 Operasionalisasi	19
3.5 Pengukuran Variabel	21
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.7 Metode Analisis.....	22
3.7.1 Deskripsi Analisis	22
3.8 Uji Instrumen Penelitian	23
3.8.1 Uji Validitas	23
3.8.2 Uji Realibilitas	24
3.9 Uji Asumsi Klasik	25
3.9.1 Uji Normalitas	25
3.9.2 Uji Mutikoneritas	25
3.9.3 Uji Heterokesdatisitas.....	26
3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	26
3.10 Uji Hipotesis	27
3.10.1 Uji T (parsial).....	27
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (r ²).....	27
3.10.3 Analisis Regresi Moderasi (Moderated Regression Analysis).....	28
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30

4.1.1	Gambaran Umum Kurnia Jaya Marmer Malang.....	30
4.1.2	Gambaran Umum Responden	30
4.2	Hasil Penelitian	32
4.2.1	Analisis Deskriptif	32
4.2.1.1	Word of Mouth (X1).....	32
4.2.1.2	Relationship Marketing (X2)	33
4.2.1.3	Loyalitas Pelanggan (Y).....	33
4.2.1.4	Kepuasan Pelanggan (Z).....	34
4.3	Tanggapan Responden.....	35
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Word of Mouth (X1)	35
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Relationship Marketing (X2).....	36
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	37
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	38
4.4	Hasil Penelitian	39
4.4.1	Uji Validitas	39
4.4.2	Uji Realibilitas	40
4.5	Uji Asumsi Klasik	40
4.5.1	Uji Normalitas.....	40
4.5.2	Uji Multikoneritas	41
4.5.3	Uji Heterokdastisitas	42
4.6	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.7	Uji Hipotesis	44
4.7.1	Uji T (parsial).....	44
4.7.2	Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	45
4.7.3	Uji Analisis Regresi Moderasi	46
4.8	Pembahasan	46
4.8.1	Pengaruh Word of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan	46

4.8.2 Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
4.8.3 Kepuasan Pelanggan Memoderasi Pengaruh Word of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan	47
4.8.4 Kepuasan Pelanggan Memoderasi Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
BAB 5 PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Kontribusi Penelitian	50
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	50
5.4 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Grafik Pie Chart Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.2 Grafik Bar Chart Usia Responden	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi.....	32
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	35
Tabel 4.1 Deskriptif Analisis Word of Mouth.....	51
Tabel 4.2 Deskriptif Analisis Relationship Marketing	54
Tabel 4.3 Deskriptif Analisis Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 4.4 Deskriptif Analisis Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Word of Mouth.....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Relation Marketing.....	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikoneritas	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokdastisitas	68
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	68
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Moderasi	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	81
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN PENGISIAN KUESIONER	83
LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS SPSS 16 STATISTIK DESKRIPTIF	86
LAMPIRAN 4 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI VALIDITAS	87
LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI REALIBILITAS	88
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI NORMALITAS	89
LAMPIRAN 7 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI MULTIKOLINIERITAS	89
LAMPIRAN 8 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI HETEROSKEDASTISITAS	89
LAMPIRAN 9 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI HIPOTESIS (UJI t)	90
LAMPIRAN 10 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI HIPOTESIS (UJI f)	90
LAMPIRAN 11 HASIL ANALISIS SPSS 16 UJI KOEFISIEN DETERMINASI R^2	90