

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT.
AUTOPLASTIK INDONESIA KARAWANG TIMUR**

SKRIPSI

**Disusun Oleh:
HAMDAH ALFIYAH
201710325269**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur

Nama Mahasiswa : Hamdah Alfiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325269

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 1 Februari 2021

Jakarta, 11 Februari 2021

MENYETUJUL

Pembimbing



Neng Siti Komariah, S.E, M.M

NIDN 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur
Nama Mahasiswa : Hamdah Alfryah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325269
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 1 Februari 2021

Jakarta, 11 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN 0325057908

Penguji I : Drs. Sochardi, MBA., Ph.D
NIDN 0311096604

Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN 0327128105



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN 0325057908



Dr. Istianingsih, M.S.Ak, CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan limpahan karunia, berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan”.

Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penyusunan Skripsi tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan kerelaan hati telah member bimbingan, doa serta semangat yang begitu berarti. Penulis dengan segala hormat mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak **Irjen. Pol. (Purn) Dr. H. Bambang Karsono, S.H, M.M** selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak **Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak, CA., CSRA., CACP** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak **M. Fadhli Nursal, S.E. M.M** selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu **Neng Siti Komariah, S.E, M.M** selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan Skripsi.
5. Teristimewa kepada Dua Insan sederhana yang sangat hebat dan sangat luar biasa, **Ayah** dan **Mamah** yang senantiasa selalu sabar, serta yang tiada henti-hentinya mendoakan, memberikan dorongan, semangat, nasihat yang begitu besar dan sangat berarti untuk penulis. Juga kepada adik-adikku yang tersayang Jihan dan Sulthan yang selalu menjadi penghibur dan motivator.
6. Bapak **Ardiansyah Laode** yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di perusahaan yang penulis teliti.

7. **Karina Anggraeni** sebagai sahabat seperjuangan penulis, yang selalu membantu, memberikan motivasi, masukan, semangat, hiburan serta doa. Terimakasih akhirnya skripsi ini selesai. Semoga kita sukses selalu.

Jakarta, 19 Januari 2021

Hamdah Alfiah



Abstrak

Hamdah Alfiyah 201710325269. Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur, teknik sampling yang digunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 80 orang. Metode yang dipergunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner skala likert, jawaban responden diolah dengan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*, dengan uji koefisien determinasi, analisis regresi berganda, uji T dan uji F dengan tingkat signifikan 5%. Berdasarkan hasil penelitian ini terbukti bahwa *Relationship Marketing* yang terdiri dari variabel Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Konflik berpengaruh secara signifikan sebesar 62,7% terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur, sedangkan sisanya yaitu 37,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci : *Relationship Marketing, Loyalitas Nasabah*

Abstract

Hamdah Alfiah 201710325269. *The Influence of Relationship Marketing on Customer Loyalty at PT. Autoplastic Indonesia, East Karawang.*

This study aims to determine the effect of Relationship Marketing on Customer Loyalty at PT. Autoplastic Indonesia, East Karawang. The population of this research is the customers of PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur, the sampling technique used was purposive sampling with a sample size of 80 people. The method used is a quantitative research method using a Likert scale questionnaire. Respondents' answers are processed using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) program, with a coefficient determination test, multiple regression analysis, T test and F test with a significant level of 5%. Based on the research results, it is proven that relationship marketing which consists of variables of trust, commitment, communication and conflict handling has a significant effect of 62.7% on customer loyalty in PT. Autoplastic Indonesia, East Karawang, while the rest is 37.3%, read by other factors outside of research.

Keywords : *Relationship Marketing, Customer Loyalty*

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Autoplastik Indonesia Karawang Timur** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan Karya Ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Hamdah Alfiyah

201710325269

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Relationship Marketing.....	9
2.1.2 Kepercayaan	12
2.1.3 Komitmen	14
2.1.4 Komunikasi	15
2.1.5 Penanganan Konflik	17
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27

3.2	Tahapan Penelitian	27
3.3	Model Konseptual	29
3.4	Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.5.1	Variabel Independen	31
3.5.2	Variabel Dependen	31
3.6	Pengukuran Variabel	33
3.7	Populasi dan Sampel	34
3.7.1	Populasi.....	34
3.7.2	Sampel.....	34
3.8	Metode Analisis Data	36
3.8.1	Uji Validitas	36
3.8.2	Uji Reliabilitas	37
3.9	Uji Asumsi Klasik	37
3.9.1	Uji Normalitas.....	37
3.9.2	Uji Multikolinieritas.....	38
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.9.4	Uji Autokorelasi.....	39
3.11	Pengujian Hipotesis	40
3.11.1	Uji F (Kelayakan)	40
3.11.2	Uji koefisien regresi secara parsial (Uji t).....	40
3.11.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Sejarah Perusahaan.....	42
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	43
4.2.1	Visi	43
4.2.2	Misi.....	43
4.3	Hasil dan Analisis Data	43
4.3.1	Karakteristik Responden.....	43
4.4	Analisis Data	51
4.4.1	Uji Validitas	51

4.4.2	Uji Reliabilitas	53
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	55
4.4.3.1	Uji Normalitas.....	55
4.4.3.2	Uji Multikolinieritas	57
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.5	Uji Autokorelasi	59
4.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	59
4.7	Uji Hipotesis.....	61
4.7.1	Uji Parsial (Uji t)	61
4.7.2	Uji F (Simultan).....	63
4.8	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.9	Analisis Kontribusi Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat	64
4.10	Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
BAB V PENUTUP.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Implikasi Manajerial.....	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hasil Penjualan PT. Autoplastik Indonesia	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Metode skala dan pengukurannya.....	34
Tabel 3.3 Kriteria Sampel	35
Tabel 3.4 Pemilihan Sampel Berdasarkan Karakteristik yang ditetapkan	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perusahaan	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X1)	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Komitmen (X2).....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Komunikasi (X3)	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Penanganan Konflik (X4)	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X1)	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Komitmen (X2)	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Komunikasi (X3).....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Penanganan Konflik (X4).....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji t)	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	63
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	63
Tabel 4.23 Analisis Kontribusi Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Konseptual	29
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Asal Perusahaan.....	47
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Jabatan	49
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	50
Gambar 4.6 Hasil Analisis Heteroskedastisitas	58



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Uji Plagiarisme
- Lampiran 3 Uji Referensi
- Lampiran 4 Hasil Olahan Data Kuesioner
- Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 9 Hasil Analisis
- Lampiran 10 Surat Penelitian
- Lampiran 11 Surat Permohonan Riset Penelitian
- Lampiran 12 Tabel r
- Lampiran 13 Tabel t
- Lampiran 14 Tabel f
- Lampiran 15 Riwayat Hidup