

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP
MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA
(PERSERO), Tbk. UNIT MLARAK KANTOR CABANG
PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Riska Amalinda Anugrawati

NIM : 13413107

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Unit Mlarak Kantor Cabang Ponorogo
Nama : Riska Amalinda Anugrawati
NIM : 13413107
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S- 1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

(Titi Rapini, SE. MM)
NIP. 19630505 1990032 003

Ponorogo, April 2017

Pembimbing II

(Dra. Umi Farida, MM)
NIK. 19610110 199112 13

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE. MM)
NIP. 19630505 1990032 003

Dosen Penguji :

(Titi Rapini, SE. MM)
NIP.19630505 1990032 003

(Drs. Ec. Purwanto)

(Tegoeh Hari A, SE. MM)
NIK.19671005 199309 14

RINGKASAN

RISKA AMALINDA ANUGRAWATI (13413107) melakukan penelitian dengan judul skripsi “ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk. UNIT MLARAK KANTOR CABANG PONOROGO”. Penelitian ini dibimbing oleh Drs. Setyo Adji, MM selaku dosen pembimbing I serta Dra. Umi Farida, MM selaku dosen pembimbing II. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2017.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya penyedia jasa yang saat ini persaingannya sangat sengit. Selain itu banyaknya jumlah rekening pasif di setiap tahunnya serta kurangnya *maintenance* nasabah yang berimbas pada lemahnya ikatan atau jalinan hubungan kepada nasabah terjadi karena kurangnya loyalitas nasabah terhadap BRI Unit Mlarak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *customer relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah BRI Unit Mlarak Kantor Cabang Ponorogo, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah BRI Unit Mlarak Kantor Cabang Ponorogo, serta untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *customer relationship marketing* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah BRI Unit Mlarak Kantor Cabang Ponorogo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *customer relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah BRI Unit Mlarak, ini dibuktikan pada pengujian hipotesis yang menunjukkan angka sebesar 2,218 lebih besar dari angka t tabel yaitu sebesar 1,9847 yang menandakan bahwa angka tersebut berada pada area ha diterima.

Service quality memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Unit Mlarak hal ini diperjelas berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan angka sebesar 3,805 lebih besar dari t tabel yang menunjukkan bahwa angka tersebut berada pada area ha diterima.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Judul yang diajukan adalah “Analisis Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Unit Mlarak Kantor Cabang Ponorogo.”

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM. Selaku Dekan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Drs. Setyo Adji, MM. Selaku dosen pembimbing I.
3. Ibu Dra. Umi Farida, MM. Selaku dosen pembimbing II sekaligus ketua program studi Manajemen.
4. Rekan-rekan pekerja BRI Unit Mlarak Kantor Cabang Ponorogo.
5. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan baik secara moril maupun materiil demi lancarnya penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan berlipat ganda kepada semuanya. Akhir kata, semoga usulan penelitian ini bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya dapat menambah wawasan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, Agustus 2017

Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelara akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Agustus 2017



Riska Amalinda Anugrawati

NIM. 1341 3107





MOTTO

Selalu percaya pada diri sendiri.
Percaya bahwa aku adalah orang yang mereka
percaya.

Persembahan dan Ucapan terima kasih kepada:

My Little Family

Ayah, Ibu, Kedua kakak serta Adik tercinta
yang selalu memberikan doa yang tulus kepada saya.

My Best Friends

Ryan, Aris dan Elfa
yang hampir 4 tahun ini menemani saya sampai pada akhir
perkuliahan ini. Kalian telah menjadi bagian dari keluarga besar saya.

Teman Seperjuangan

Rekan-rekan Kelas Manajemen Progsus, pasukan pekerja keras dan
tak mengenal lelah. Terima kasih atas persabatan dan kebersamaan
selama ini. See You Next time in The Bright Future.

Seseorang Sebut Saja Tanpa Nama

Teman ngobrol, teman sharing dan teman yang selalu memberi
support selama ini. Terima kasih telah menemani sampai finish.

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1. Tujuan Penelitian	5
1.3.2. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Proses Pemasaran	8

2.1.3. Bauran Pemasaran	9
2.1.3.1 Product (produk)	9
2.1.3.2. Price (harga)	13
2.1.3.3. Place (tempat)	13
2.1.3.4. Promotion (promosi)	13
2.1.4. Konsep Dasar <i>Service Quality</i>	14
2.1.5. Pengertian <i>Customer Relationship Marketing</i>	14
2.1.6. Konsep Dasar <i>Customer Relatinship Marketing</i>	18
2.1.7. Pengertian Loyalitas	18
2.1.8. Pengertian Nasabah	19
2.1.9. Pengertian Bank	20
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Pemikiran	24
2.4. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	27
3.2. Populasi dan Sampel	27
3.2.1. Populasi	27
3.2.2. Sampel	28
3.3. Metode Pengambilan Data	29
3.3.1. Data Primer	29
3.3.2. Data Sekunder	31
3.4. Definisi Operasional Variabel	31

3.4.1. <i>Customer Relationship Marketing</i>	32
3.4.2. <i>Service Quality</i>	33
3.4.3. Loyalitas Nasabah	33
3.5. Metode Analisis Data	34
3.5.1. Analisis Data	34
3.5.2. Uji Instrumen	34
3.5.3. Teknik Analisis Data	36
3.5.4. Uji Hipotesis	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	41
4.1.1. Sejarah dan Kondisi Perusahaan	41
4.1.1.1 Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia	43
4.1.1.2. Kondisi Wilayah Penelitian	44
4.1.1.3. Gambaran Sumber Daya Manusia	45
4.1.1.4. Susunan Organisasi BRI Unit Mlarak	46
4.1.1.5. Produk-produk BRI Unit Mlarak	47
4.1.2. Karakteristik Responden	54
4.1.3. Uji Instrumen	57
4.1.3.1 Uji Validitas	57
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	61
4.1.4. Identifikasi Tanggapan Responden	62
4.1.5. Alat Analisis	66
4.1.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	66

4.1.5.2. Koefisien Determinasi	68
4.1.6. Uji Hipotesis	69
4.1.6.1. Uji t (Parsial)	69
4.1.6.2. Uji f (Serempak)	71
4.2. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN	
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1.	Jumlah Sumber Daya Manusia Di BRI Unit Mlarak	45
2. Tabel 4.2.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	54
3. Tabel 4.3.	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	55
4. Tabel 4.4.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	56
5. Tabel 4.5.	Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	57
6. Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Variabel X1	58
7. Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel X2	59
8. Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Variabel Y	60
9. Tabel 4.9.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	61
10. Tabel 4.10.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Relationship Marketing</i>	62
11. Tabel 4.11.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Service Quality</i>	64
12. Tabel 4.12.	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas	65
13. Tabel 4.13.	Hasil Analisis regresi Linear Berganda	66
14. Tabel 4.14.	Hasil Nilai Koefisien Determinasi	68
15. Tabel 4.15.	Hasil Uji t Antar Variabel	69
16. Tabel 4.16.	Hasil Uji f Antar Variabel	71

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar I Kerangka Pemikiran 24
2. Gambar II Struktur Organisasi BRI Unit Mlarak 46



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Kuesioner
2. Data Hasil SPSS Uji Validitas
3. Data Hasil SPSS Uji Reliabilitas Variabel X1 (*Customer Relationship Marketing*)
4. Data Hasil SPSS Uji Reliabilitas Variabel X2 (*Service Quality*)
5. Data Hasil SPSS Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas)
6. Data Hasil SPSS Analisis Regresi Linier Berganda
7. Data Tabulasi Jawaban Responden

