

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS ANGGOTA PADA KOPERASI SERBA USAHA
ABDI JAYA SENTOSA DI 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 : Nindya Sharita Anggraini
NIM : 13413139
Program Studi : Manajemen

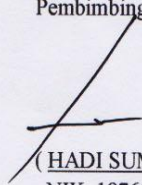
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Anggota
Pada Koperasi Serba Usaha Abdi Jaya Sentosa di Ponorogo
Nama : Nindya Sharita Anggraini
NIM : 13413139
Program Studi : Manajemen

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

Pembimbing I



(HADI SUMARSONO, SE, M.Si)
NIK. 19760508 200501 11

Ponorogo, Februari 2018
Pembimbing II



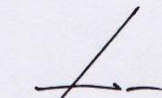
(Dra. UMI FARIDA, MM)
NIK. 19610110 199112 13

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



(TITI RAPINI, SE, MM)
NIK. 19630505 19900320 03

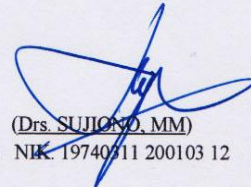
Dosen Penguji



(HADI SUMARSONO, SE, M.Si)
NIK. 19520510 198601 11



(TITI RAPINI, SE, MM)
NIK. 19630505 19900320 03



(Drs. SUJIONO, MM)
NIK. 19740711 200103 12

RINGKASAN

Anggraini, Nindya Sharita. 2018. “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Serba Usaha Abdi Jaya Sentosa Di Ponorogo”. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pembimbing I. Drs. H. Setyo Adji, MM. Pembimbing II. Dra. Umi Farida, MM.

Kata kunci: Loyalitas Anggota, Relationship Marketing.

Salah satu problem sentral yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Strategi yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk mencapai hal tersebut adalah salah satunya dengan menciptakan serta membangun loyalitas pelanggan. Koperasi serba usaha (KSU) “Abdi Jaya Sentosa” adalah salah satu perusahaan yang berupaya menarik dan mempertahankan anggotanya untuk bersikap loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*) dan komunikasi (*communication*) terhadap loyalitas anggota/ nasabah pada Koperasi Serba Usaha "Abdi Jaya Sentosa" di Ponorogo dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 91 responden anggota KSU "Abdi Jaya Sentosa" yang diperoleh dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dan *purposive sampling*, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Variabel bebas pada penelitian ini adalah dimensi *relationship marketing* diantaranya kepercayaan, komitmen dan komunikasi, sedangkan variabel terikatnya yaitu loyalitas anggota.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ke tiga variabel independen yang diteliti yaitu variabel kepercayaan, komitmen dan komunikasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas anggota, melalui uji F dapat diketahui bahwa ke tiga variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Angka *Adjusted R2* sebesar 0,320 menunjukkan bahwa 32% loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel komitmen, kepercayaan dan komunikasi, sedangkan sisanya yaitu $1 - 0,320 = 0,68$ atau 68% menunjukkan bahwa loyalty dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang diuji dalam penelitian ini.

Simpulan dari penelitian ini adalah 1) Terbukti kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas anggota, artinya peningkatan kepercayaan

ini akan meningkatkan loyalitas anggota terhadap KSU "Abdi Jaya Sentosa" sebesar 31.1%, 2) Terbukti komitmen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas anggota, artinya peningkatan komitmen ini akan meningkatkan loyalitas anggota terhadap KSU "Abdi Jaya Sentosa" sebesar 25.2%, 3) Terbukti komunikasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas anggota, artinya peningkatan komunikasi ini akan meningkatkan loyalitas anggota terhadap KSU "Abdi Jaya Sentosa" sebesar 23.8%, 4) Terbukti ke tiga dimensi relationship marketing secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas anggota, artinya peningkatan kepercayaan, komitmen dan komunikasi ini akan meningkatkan loyalitas anggota terhadap KSU "Abdi Jaya Sentosa" sebesar 88.9%. Saran yang dapat diberikan sebaiknya pengelola KSU "Abdi Jaya Sentosa" tetap dan berusaha lebih keras untuk menjaga kepercayaan, menjalin komitmen, berkomunikasi yang baik, dengan meningkatkan pelayanan yang berkualitas, selalu menyajikan informasi yang tepat dan akurat dan selalu menjalin komitmen demi terciptanya kerja sama yang dapat menguntungkan bagi kedua belah pihak.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA KOPERASI SERBA USAHA ABDI JAYA SENTOSA DI PONOROGO*.

Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi, khususnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Sulton, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Umi Farida, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan dalam menyusun skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Drs. H. Setyo Adji, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga serta senantiasa membimbing dengan sabar dan teliti sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

5. Terimakasih kepada (Alm) ayah saya Ahmad Sulchi skripsi ini ku persembahkan untuk beliau yang selalu ingin menjadi anaknya lebih maju, dan Ibu saya Dahlia yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada saya selama menempuh pendidikan sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Suamiku Taufan Nova yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi.
7. Sahabat-sahabatku Yesi, Wida dan Niken yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam mengerjakan skripsi.
8. Rekan-rekan manajemen prosus angkatan 2013 atas kebersamaan selama menempuh kuliah di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
9. Semua pihak yang telah memberikan motivasi, doa, dan dukungan sehingga skripsi saya bisa terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran yang membangun selalu penulis harapkan. Selanjutnya, penulis berharap penelitian ini mampu memberikan manfaat kepada semua pihak.

Ponorogo, 1 Febuari 2018
Penulis,

(Nindya Sharita Anggraini)
NIM. 13413139

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan 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 gelar 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, Februari 2018



(Nindya Sharita Anggraini)
NIM. 13413139

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	v
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.2. Pemasaran Jasa	13
2.1.3. Perilaku Konsumen	17
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	22
2.1.5. Relationship Marketing	27
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Hipotesis	42
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Lokasi Penelitian	44

3.3	Populasi Dan Sampel Penelitian	45
3.4	Jenis Dan Sumber Data	47
3.5	Metode Pengumpulan Data	47
3.6	Metode Pengolahan Data	49
3.7	Definisi Operasional Variabel	50
3.8	Uji Instrumen Penelitian	52
3.9	Metode Analisis Data	54
3.10	Uji Hipotesis	55
3.11	Uji <i>Goodness of Fit</i> / Koefisien Determinasi (R^2).....	57

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.2	Gambaran Umum Responden	70
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian Mengenai Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Anggota	74
4.4	Hasil Penelitian	80
4.5	Pembahasan Hasil Analisis	95

BAB V: PENUTUP

5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Beberapa nasabah KSU “Abdi Jaya Sentosa”	69
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	73
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSU “Abdi Jaya Sentosa”	75
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.8 Pengujian Multikolinearitas	84
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi	89
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2) KSU Abdi Jaya Sentosa	92
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Secara Bersama – sama (Uji F)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian.....	22
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSU” Abdi Jaya Sentosa”	62
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	86
Gambar 4.3 Uji Normalitas.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian

Lampiran 2 Data Kuisoner Anggota KSU. Abdi Jaya Sentosa

Lampiran 3 Data Hasil Kuisoner

Lampiran 4 Data Hasil Gambaran Umum Responden

Lampiran 5 Data Hasil Tanggapan Responden

Lampiran 6 Data Hasil Uji Instrumen

Lampiran 7 Data Hasil Regresi