

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Customer Surya Mart Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar

Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Felmi Alfatunnisa'

Nim : 21415501

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING

(Studi Kasus Pada Customer Surya Mart Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar

Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Felmi Alfatunnisa'

Nim : 21415501

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Customer Relationship Marketing* terhadap loyalitas konsumen dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen *Suryamart*)

Nama : Felmi Alfatunnisa'

NIM : 21415501

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 14 Februari 2001

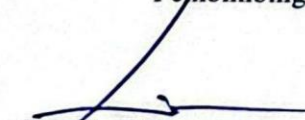
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh

Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NUPTK. 0348748649130083

Ponorogo, 08 Agustus 2025
Pembimbing II


Dr. Riawan. S.Pd., MM
NUPTK. 537763664131113



Mengetahui,
Dekan
Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si
NIK. 19701016 199904 12

Penguji I


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NUPTK. 0348748649130083

Dosen Penguji
Penguji II


Fery Setiawan, SE., M.M
NUPTK. 1552767668131043

Penguji III


Dr. Sri Hartono, SE., MM
NUPTK. 9562749652110033

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing, Customer* Terhadap Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Surya Mart)”. Shalawat serta salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar sarjana Strata satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Oleh karena itu, Penulis menyampaikan banyak terimakasih tulus dan hormat kepada :

1. Allah SWT dengan segala Rahmat serta karunia-nya yang telah memberikan kekuatan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, SE.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan

bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Drs. Setyo Adjie,. MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Hadi Sumarsono,. SE. M.Si, Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M. Bapak Dr. Sri Hartono,. SE. M.M Selaku Pengujiskripsi penulis.
8. Bapak/Ibu Dosen fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum wr.wb

Ponorogo, 8 Agustus 2025



Felmi Alfatumisa'
NIM. 21415501

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 8 Agustus 2025

A handwritten signature in blue ink is written over a 10000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'REPUBLIK INDONESIA', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number 'Q57D6AMX39771115' is visible at the bottom of the stamp.

Felmi Alfatunnisa'
NIM. 21415501

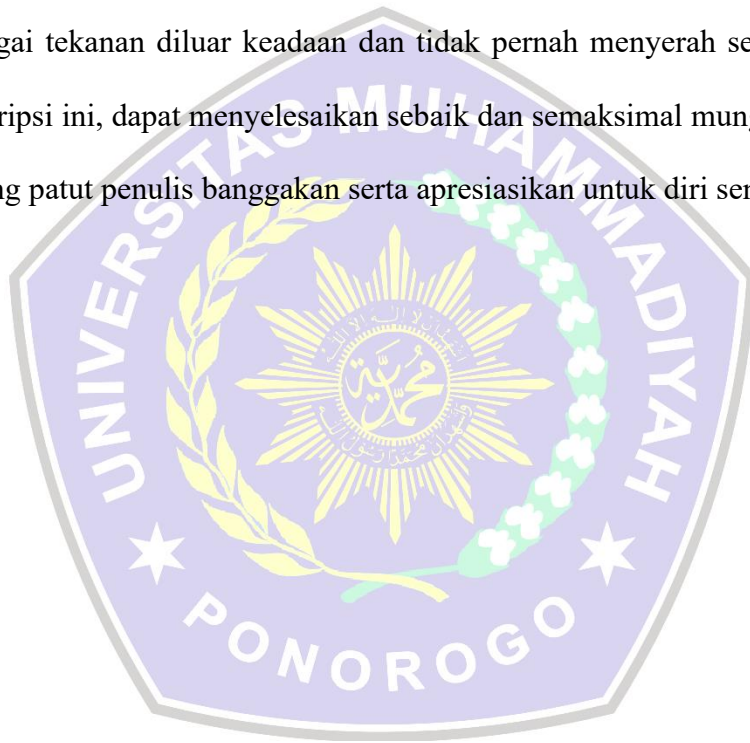
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, Rahmat serta keschatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Customer Relationship Marketing terhadap Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening". Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta, sosok perempuan hebat dan kuat dengan segala perjuangan serta pengorbanan beliau ibu Etik, yang hingga detik ini menjadi alasan utama penulis untuk tetap hidup, kuat dan termotivasi dalam meraih segala impian. Kemudian Bapak Suryanto yang selalu mendidik, mendukung setiap langkah penulis dan selalu mengupayakan yang terbaik untuk putrinya hingga saat ini. Semua yang telah penulis rasakan hingga saat ini tidak terlepas dari do'a-do'a yang telah pinta
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono M. Si selaku Dosen Pembimbing I, terimakasih atas bimbingan, nasehat, arahan, kritik, saran dan selalu berkenan meluangkan waktunya disela kesibukan.
3. Bapak Drs. Setyo Adjie, MMselaku Dosen Pembimbing II yang tidak pernah lelah menasehati, memberikan dukungan, saran dan arahan penuh sehingga penulis bisa terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.⁴⁵ Sahabat seperjuangan, Fizca Amaelia, Dini Maulida, Febriana Ayu, Yeni Wahyu dan Nita Dita terimakasih atas dukungan dan sudah menemani setiap proses penulis hingga saat ini.

4. Teman seperjuangan, Manajemen 7D terimakasih sudah kebersamaan penulis berproses dalam menghadapi dunia perkuliahan. Terimakasih untuk energi positif yang telah diberikan dan sukses untuk kalian.
5. Terakhir, Terimakasih untuk diri sendiri, **felmi alfatunnisa'**. Karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, terimakasih untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kesalahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil diawan dengan keberanian, terimakasih telah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, dapat menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut penulis banggakan serta apresiasi untuk diri sendiri.



MOTTO

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir kedunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

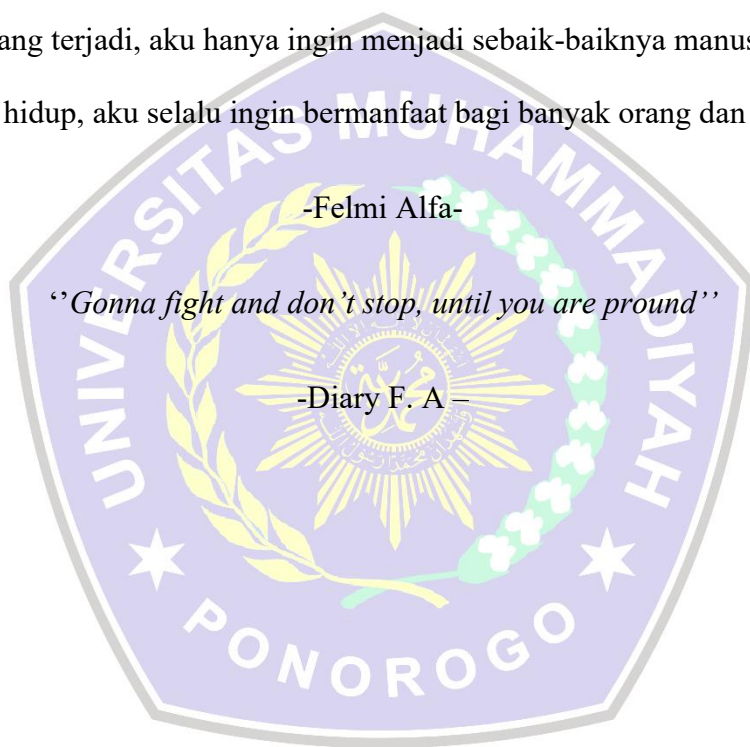
-Felmi Alfa -

“Untuk apapun yang terjadi, aku hanya ingin menjadi sebaik-baiknya manusia. Bahkan di titik terburukku dalam hidup, aku selalu ingin bermanfaat bagi banyak orang dan lingkupan sekitar”

-Felmi Alfa-

“Gonna fight and don't stop, until you are pround”

-Diary F. A –



RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi, kepercayaan, komitmen, dan penanganan konflik terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada Surya Mart Ponorogo. Penelitian kuantitatif ini mengumpulkan data melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *partial least squares* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, namun tidak terhadap kepuasan. Sebaliknya, kepercayaan dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keduanya, sedangkan penanganan konflik tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa kepuasan konsumen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hal ini mengidentifikasikan bahwa meskipun konsumen merasa puas terhadap layanan dan hubungan dengan swalayan, hal tersebut belum cukup kuat untuk membentuk loyalitas. Dengan kata lain, kepuasan belum mampu menjadi mediator yang efektif dalam memperkuat pengaruh keempat variabel terhadap loyalitas konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel utama yaitu komunikasi, kepercayaan, komitmen, dan penanganan konflik tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen ketika dimediasi oleh kepuasan. Temuan ini menegaskan bahwa strategi peningkatan loyalitas di Surya Mart tidak cukup hanya melalui peningkatan kepuasan, melainkan memerlukan pendekatan lain yang lebih mendalam dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Kata Kunci: *Customer Relationship Marketing, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of communication, trust, commitment, and conflict management on customer satisfaction and loyalty at Surya Mart in Ponorogo. This quantitative research collected data through questionnaires and analyzed them using the Partial Least Squares (PLS) method. The results showed that communication has a positive and significant influence on customer loyalty, but not on customer satisfaction. In contrast, trust and commitment have a positive and significant influence on both, while conflict handling has no significant influence on satisfaction and loyalty.

Furthermore, this study found that customer satisfaction has no significant influence on loyalty. This identifies that, although consumers are satisfied with the service and their relationship with the supermarket, this is not enough to form loyalty. In other words, satisfaction is not an effective mediator in strengthening the influence of the four variables on consumer loyalty.

Overall, the results of the study show that the four main variables, namely communication, trust, commitment, and conflict management, do not significantly influence consumer loyalty when mediated by satisfaction. These findings suggest that Surya Mart's loyalty enhancement strategy, which focuses solely on increasing customer satisfaction, is insufficient. A more comprehensive approach is needed to build long-term relationships with customers.

Keywords: Customer Relationship Marketing, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	ix
RINGKASAN	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11

1.	Manajemen.....	11
2.	Manajemen Pemasaran	11
3.	<i>Customer Relationship Marketing (CRM)</i>	15
5.	Komunikasi	16
6.	Kepercayaan.....	18
7.	Komitmen	19
8.	Penanganan Masalah / <i>Conflict Handling</i>	21
9.	Loyalitas.....	22
10.	Kepuasan.....	23
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Konseptual.....	27
2.4	Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	32
1.	Populasi.....	32
2.	Sampel.....	33
3.3	Metode Pengambilan Data.....	34
1.	Sumber Data.....	34
2.	Teknik Pengambilan Data.....	34

3.4	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5	Metode Analisis Data.....	39
1.	Metode Kuantitatif.....	39
2.	Melakukan Analisis Data.....	40
3.	Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN		43
4.1	Hasil Penelitian	43
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
2.	Profil Perusahaan.....	43
4.2	Gambaran Umum Responden.....	44
1.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
2.	Berdasarkan Pekerjaan.....	44
3.	Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	45
4.	Berdasarkan Barang Pembelian.....	46
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	46
1.	Perhitungan Skala Interval.....	46
2.	Distribusi jawaban responden terhadap variabel Komunikasi.....	47
3.	Distribusi jawaban responden terhadap variabel Kepercayaan	49
4.	Distribusi jawaban responden terhadap variabel Komitmen	50
5.	Distribusi jawaban responden terhadap variabel <i>conflict handling</i>	52

6.	Distribusi jawaban responden terhadap variabel Kepuasan.....	54
7.	Distribusi jawaban responden terhadap variabel Loyalitas	56
4.4	Pengujian.....	58
4.5	. Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	58
4.6	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
4.7	Pengujian Hipotesis.....	68
4.8	Pembahasan.....	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1.	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....		79
DAFTAR LAMPIRAN.....		90



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2 Skala Likert.....	35
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	44
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	45
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Barang Pembelian	46
Tabel 8 Skala Interval Skor Presepsi Variabel	47
Tabel 9 Distribusi Frekuensi Komunikasi	47
Tabel 10 Distribusi Frekuensi Kepercayaan	49
Tabel 11 Distribusi Frekuensi Komitmen.....	51
Tabel 12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Conflict Handling	53
Tabel 13 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan.....	55
Tabel 14 Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas	56
Tabel 15 Hasil Outer Loading uji convergent validity	59
Tabel 16 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	60
Tabel 17 Hasil Cross Loading.....	61
Tabel 18 Cronbach's Alpha	62
Tabel 19 R-square	64
Tabel 20 F-Square.....	66
Tabel 21 Uji Hipotesis	68
Tabel 22 Hasil Path Coefficient Bootstrapping Indirect effect.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 2 PLS Algoritma	58
Gambar 3 PLS SEM Algorithm.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden	95
Lampiran 3 Hasil Olah Data	97
Lampiran 4 Surat Cek Plagiasi	99
Lampiran 5 Berita Acara.....	100
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	101
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian	102

