

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *CUSTOMER SATISFACTION*,

DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

PADA LALIKA BY MARIZA MADIUN



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 : Nita Dita Puspitasari

Nim : 21415512

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *CUSTOMER SATISFACTION*,

DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

PADA LALIKA *BY* MARIZA MADIUN



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 : Nita Dita Puspitasari

Nim : 21415512

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Relationship Marketing*, *Customer Satisfaction*
dan *Service Quality* Terhadap *Revisit Intention* Pada
Lalika By Mariza Madiun
Nama : Nita Dita Puspitasari
NIM : 21415512
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 14 Pebruari 2003
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


Wahna Widhianingrum, S.P., MM
NUPTK. 3439764665230213

Ponorogo, 08 Agustus 2025
Pembimbing II


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

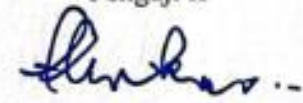
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

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

Penguji I


Wahna Widhianingrum, S.P., MM
NUPTK. 3439764665230213

Dosen Penguji
Penguji II


Titis Purwaningrum, S.E., M.MA
NUPTK. 6736748649230192

Penguji III


Naning Kristivana, SE., MM
NUPTK. 2253753654230083

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 Satisfaction* dan *Service Quality* Terhadap *Revisit Intention* Pada *Lalika By Mariza Madiun*”. 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. Ibu Wahna Widhianingrum SP., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Sujiono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Tbu dosen penguji
8. Bapak/Tbu 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, 08 Agustus 2025



Nita Dita Puspitasari
NIM. 21415512

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

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, 08 Agustus 2025



Nita Dita Puspitasari

NIM. 21415512

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Relationship Marketing, Customer Satisfaction* dan *Service Quality* Terhadap *Revisit Intention* Pada *Lalika By Mariza Madiun*”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat banyak 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. Cinta pertama dan panutanku Bapak Sugeng Prayitno. Terimakasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, berkorban keringat, tenaga dan fikirian, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis memberikan motivasi dan dukungan hingga penulis menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Surgaku Ibu Wiji Astuti. Terimakasih atas cinta dan kasih sayang yang selalu di berikan kepada penulis, yang tidak pernah henti-hentinya memberikan do'a , pemberi semangat dan selalu memberikan dukungan terbaiknya sampai penulis berhasil menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Adik laki-laki saya, Revano Yusof Aldinata yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non akademik, serta berusaha menjadi panutanya dimasa yang akan datang kelak.
4. Seseorang yang tidak bisa penulis sebut namanya, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, yang menjadi salah satu penyemangat karena ada

dalam suka maupun duka. Terimakasih telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal menemani dan mendukung ataupun penghibur dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat.

5. Ibu Wahna Widhianingrum, SP., MM selaku Dosen Pembimbing I, terimakasih atas bimbingan, nasehat, kritik, saran, dan selalu berkenan meluangkan waktunya disela kesibukan.
6. Bapak Drs. Sujiono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang tidak pernah lelah menasehati, memberikan dukungan, saran dan arahan penuh sehingga penulis bisa terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat seperjuangan, Felmi alfatunnisa', Dini Maulida, Febriana Ayu, Yeni Wahyu dan Fizca Amelia terimakasih atas dukungan dan sudah menemani setiap proses penulis hingga saat ini.
8. Teman seperjuangan, Manajemen 7D terimakasih sudah kebersamaan penulis berproses dalam menghadapi dunia perkuliahan. Terimakasih untuk energi positif yang telah diberikan dan sukses untuk kalian.
9. Semua pihak yang terlibat, terutama pelanggan Lalika by Mariza Madiun yang telah membantu penulis selama penelitian ini yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Terakhir, Terimakasih untuk diri sendiri. Karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, 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

“ Kesabaran dan ketekunan membawa hasil yang luar biasa”

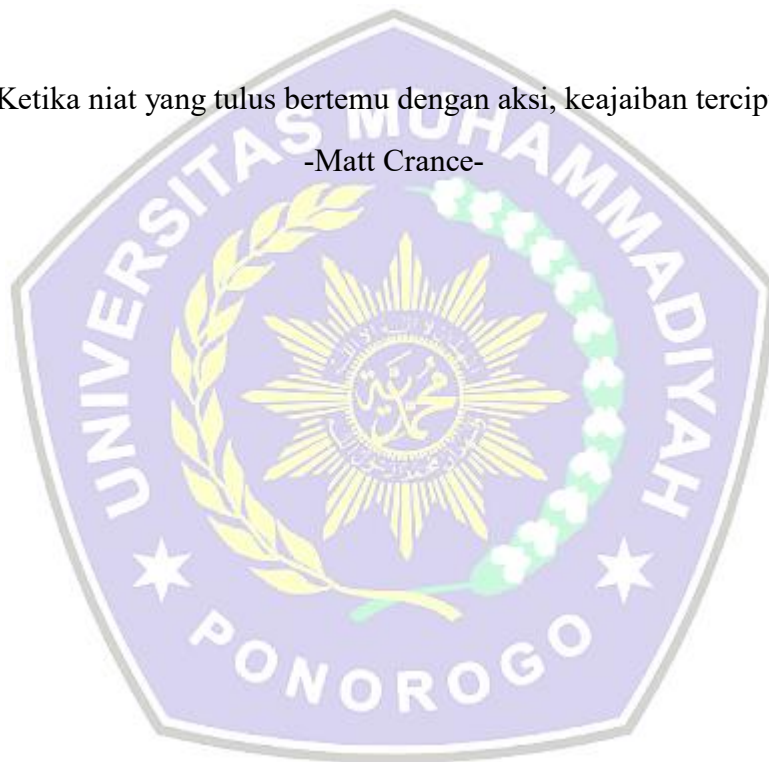
-Napoleon Hill-

“Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya
tanpa kehilangan semangat”

-Winston Churchill-

“Ketika niat yang tulus bertemu dengan aksi, keajaiban tercipta”

-Matt Crance-



RINGKASAN

Skripsi “Pengaruh *Relationship marketing*, *Customer satisfaction* dan *Service quality* Terhadap *Revisit intention* pada Lalika by Mariza Madiun”; Nita Dita Puspitasari, NIM 21415512, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *relationship marketing*, *customer satisfaction* dan *service quality* terhadap *revisit intention* pada Lalika by Mariza Madiun. Data yang digunakan adalah data primer, sekunder, serta dari hasil wawancara. Data primer diolah berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang telah diedarkan kepada pelanggan dari Lalika by Mariza Madiun. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 responden yang dapat mewakili pelanggan toko Lalika by Mariza Madiun. Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan hipotesis parsial (uji T) menyatakan bahwa *relationship marketing*, *customer satisfaction* dan *service quality* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap *revisit intention* dan berdasarkan hipotesis simultan (uji F) menyatakan bahwa *relationship marketing*, *customer satisfaction* dan *service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *revisit intention*. Tahapan *relationship marketing*, *customer satisfaction* dan *service quality* yang diterapkan oleh Lalika by Mariza Madiun sudah berjalan sebagaimana mestinya, sehingga dalam hal ini perlu dipertahankan dan dikembangkan lagi supaya pelanggan tetap tertarik untuk melakukan *revisit intention* (kunjungan ulang).

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, *Customer Satisfaction*, *Service Quality*,
Revisit Intention

ABSTRAK

Thesis “The Influence of Relationship Marketing, Customer Satisfaction and Service Quality on Revisit Intention on Lalika by Mariza Madiun”; Nita Dita Puspitasari, NIM 21415512, Management Study Program, Faculty of Economics, Muhammadiyah University of Ponorogo.

The purpose of this study is to determine the extent of influence of relationship marketing, customer satisfaction and service quality on revisit intention at Lalika by Mariza Madiun. The data used are primary data, secondary data, and from interviews. Primary data is processed based on the results of filling out questionnaires that have been distributed to customers of Lalika by Mariza Madiun. The sample in this study amounted to 150 respondents who can represent customers of Lalika by Mariza Madiun store. The results of this study indicate based on the partial hypothesis (T test) stating that relationship marketing, customer satisfaction and service quality partially have a significant and positive effect on revisit intention and based on the simultaneous hypothesis (F test) stating that relationship marketing, customer satisfaction and service quality have a significant and positive effect on revisit intention. The stages of relationship marketing, customer satisfaction and service quality implemented by Lalika by Mariza Madiun have been running as they should, so in this case it needs to be maintained and developed further so that customers remain interested in revisiting intention (return visits).

Keywords : Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Service Quality,
Revisit Intention

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	x
RINGKASAN	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
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.....	12
3. Teori Pemasaran	13

4.	<i>Revisit Intention</i>	15
5.	<i>Relationship Marketing</i>	22
6.	<i>Customer satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	25
7.	<i>Service quality</i>	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Kerangka Konseptual Penelitian	34
2.4	Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	39
1.	Populasi.....	39
2.	Sampel.....	40
3.3	Metode Pengambilan Data	40
1.	Sumber Data.....	40
2.	Teknik Pengambilan Data	41
3.4	Definisi Operasional Variabel	43
3	Metode Analisis Data	45
1.	Metode Kuantitatif	45
2.	Uji Instrumen	45
3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.	Koefisien Determinasi (R^2)	48
5.	Uji Hipotesis.....	48
BAB IV PEMBAHASAN		51
4.1	Hasil Penelitian	51
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
2.	Gambaran Umum Responden.....	53

4.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	58
1.	Perhitungan Skala Interval	58
2.	Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1).....	59
3.	Variabel <i>Customer satisfaction</i> (X2).....	60
4.	Variabel <i>Service quality</i> (X3).....	62
5.	Variabel <i>Revisit Intention</i> (Y).....	63
4.3	Uji Instrumen	64
1.	Uji Validitas.....	64
2.	Uji Reliabilitas	65
4.4	Uji Analisis.....	67
1.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.6	Uji Hipotesis.....	70
1.	Uji Parameter Individual (Uji Parsial T).....	70
2.	Uji Signifikansi (Uji F)	73
4.7	Pembahasan	75
1.	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	75
2.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	77
3.	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	78
4.	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	KESIMPULAN	81
5.2	SARAN	82
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN-LAMPIRAN		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penurunan Penjualan Lalika by Mariza Madiun	5
Tabel 2 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3 Skala Likert	43
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	57
Tabel 8 Skala Interval Skor Presepsi Variabel	59
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Relationship Marketing.....	60
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction	61
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Service Quality	62
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Revisit Intention	63
Tabel 13 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 17 Hasil Uji T (Uji Parsial)	71
Tabel 18 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia	1
Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian	34
Gambar 3 Lalika by Mariza Madiun	52
Gambar 4 Uji Variabel Relationship Marketing.....	72
Gambar 5 Uji Variabel Customer Satisfaction	72
Gambar 6 Uji Variabel Service Quality.....	73
Gambar 7 Hasil Uji Simultan F.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	91
Lampiran 2 Data Responden.....	97
Lampiran 3 Data Mentah Variabel X1, X2, X3, dan Y	109
Lampiran 4 Hasil Olah Data	117
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	123
Lampiran 6 Surat Persetujuan Penelitian Lalika by Mariza Madiun	124
Lampiran 7 Artikel	125

