

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, KEPERCAYAAN
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
HP OPPO Di Kabupaten Banyumas**



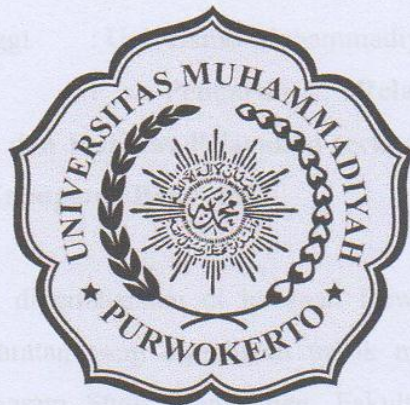
SKRIPSI

**KEZANDA WIDYAN PUTU MATHEDI
1402010137**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, KEPERCAYAAN
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
HP OPPO Di Kabupaten Banyumas



SKRIPSI

KEZANDA WIDYAN PUTU MATHEDI
1402010137

Diperiksa dan disetujui oleh :

Senin, 4 Febuari 2019

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Hermin Endratno', is written over a faint circular stamp.

Hermin Endratno, S.E., M.Si

NIK. 2160289


HALAMAN PENGESAHAN

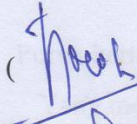
Skripsi yang diajukan oleh


Nama : Kezanda Widyan Putu Mathedi
NIM : 1402010137
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Relationship Marketing, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

KETUA : Hermin Endratno, S.E., M.Si ()

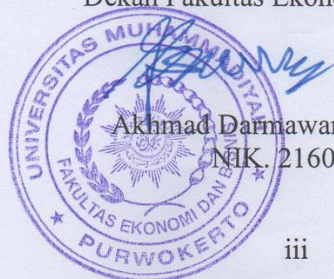
Anggota 1 : Drs. Suyoto., M.Si ()

Anggota 2 : Purnadi., S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 1 Februari 2019

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, S.E., M.Si
NIK. 2160148

iii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kezanda Widyan Putu Mathedi

NIM : 1402010137

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 1 Februari 2019

Yang membuat pernyataan



Kezanda Widyan Putu Mathedi

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”.

(Q.S Al-Insyrah : 5- 8)

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kafir (terhadap karunia Allah)”.

(Q.S Yusuf : 87)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”.

(Q.S AL-Baqarah : 216)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :



*Skripsi ini saya Persembahkan untuk :
Ayah (Eko Widyantoro) dan Ibu (Suswanti)*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat serta karunianya, sehingga saya mampu untuk terus bekerja keras demi mencapai hasil yang terbaik.
- 2) Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, S.H., M.H, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 3) Akhmad Darmawan, S.E, M.Si, selau Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 4) Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 5) Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan motivasi, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan memberi banyak arahan dan masukan senga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
- 6) Drs. Suyoto., M.Si, selaku dosen penguji I yang selalu memberikan motivasi, semangat dan saran-saran yang sangat membangun kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik,serta selalu mengajarkan arti sebuah perjuangan dan keistiqomahan dalam hidup.
- 7) Purnadi., S.E., M.Si , selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang membangun kepada saya, hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan

dengan baik dan diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

- 8) Bapak, Ibu dosen dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan tenaga dan segala bantuan serta fasilitas yang telah diberikan.
- 9) Ayah saya Eko Widyantoro dan Ibu Suswanti selaku orang tua saya. Adik saya Fernanda Widyan Putu Mathedi dan Elvino Widyan Putu Mathedi beserta keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan dan dukungan material, moral dan kesabarannya selama ini yang sangat luar biasa dan untuk segala doa yang telah dipanjatkan.
- 10) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 1 Februari 2019

Penulis

Kezanda Widyan Putu Mathedi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kezanda Widyan Putu Mathedi
Nim : 1402010137
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Loyalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HP OPPO DI KABUPATEN BANYUMAS

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Loyalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 1 Februari 2019

Yang menyatakan,



Kezanda Widyan Putu Mathedi

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HP OPPO DI KABUPATEN BANYUMAS

Kezanda Widyan Putu Mathedi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

kezandawidyanpm@gmail.com

Hermin Endratno

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

herminendratno@ump.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh relationship marketing, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan HP OPPO di Kabupaten Banyumas. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil analisis regresi menunjukkan relationship marketing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, relationship marketing, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: relationship marketing, kepercayaan, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

*THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING, TRUST AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF OPPO HP IN BANYUMAS DISTRICT*

Kezanda Widyan Putu Mathedi

Economics and Business Faculty

Muhammadiyah University Purwokerto

kezandawidyanpm@gmail.com

Hermin Endratno

Economics and Business Faculty

Muhammadiyah University Purwokerto

herminendratno@ump.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of relationship marketing, trust and service quality on customer loyalty of OPPO HP in Banyumas Regency. The population in this study were Oppo HP customers in Banyumas Regency. The questionnaire is used as a data collection tool. The sampling method used was purposive sampling. The analytical tool in this study is multiple regression. The results of the regression analysis show that relationship marketing partially has a positive and significant effect on customer loyalty, trust partially does not have a positive and significant effect on customer loyalty, service quality partially has a positive and significant effect on customer loyalty, relationship marketing, trust and quality of service simultaneously. positive and significant to customer loyalty. In this study service quality variables have the most dominant influence on customer loyalty.

Keywords: relationship marketing, trust, service quality, customer loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	4
C. TUJUAN PENELITIAN.....	5
D. MANFAAT PENELITIAN.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	7
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
C. Kerangka Pemikiran.....	14
1. Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas Pelanggan.....	14
2. Hubungan Kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan.....	14
3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan ...	14
D. Hipotesis.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	17

B. Populasi dan Sampel	17
C. Metode Pengumpulan Data.....	19
D. Variabel Penelitian.....	20
E. Definisi Operasional.....	20
F. Uji Instrumen Penelitian	23
G. Uji Asumsi Klasik.....	24
H. Uji Analisis Data.....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
B. Deskripsi Responden.....	34
1. <i>Respon Rate</i>	34
2. Karakteristik Responden.....	35
C. Uji Instrumen Penelitian.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	41
D. Uji Asumsi Klasik	42
1. Uji Normalitas.....	42
2. Uji Multikolinearitas	43
3. Uji Heteroskedastisitas.....	44
E. Uji Analisis Data	45
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
2. Uji Determinasi (R^2).....	47
3. Uji Parsial (t).....	48
4. Uji F (Simultan)	50
F. Pembahasan.....	51

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	54
B. Keterbatasan Penelitian.....	54
C. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	63
Lampiran 2 : Data Penyebaran Responden	65
Lampiran 3 : Data Deskripsi Responden	70
Lampiran 4 : Data Hasil Penelitian	75
Lampiran 5 : Gambaran Umum Responden	90
Lampiran 6 : Uji Validitas	92
Lampiran 7 : Uji Reliabilita	96
Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik	97
Lampiran 9 : Analisis Regresi Berganda	98
Lampiran 10 : Uji Hipotesis	99
Lampiran 11 : r Tabel	100
Lampiran 12 : t Tabel	105
Lampiran 13 : F Tabel	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 : Definisi Operasional	21
Tabel 4.1 : <i>Response Rate</i>	34
Tabel 4.2 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 : Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.4 : Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	37
Tabel 5.5 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis HP Oppo	38
Tabel 4.6 : Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1)	39
Tabel 4.7 : Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)	39
Tabel 4.8 : Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	40
Tabel 4.9 : Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	41
Tabel 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.11 : Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.12 : Hasil Uji Multikolenieritas	44
Tabel 4.13 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.14 : Persamaan Regresi Berganda	46
Tabel 4.15 : Hasil Uji Determinasi	47
Tabel 4.16 : Hasil Uji t	48
Tabel 4.17 : Hasil Uji F	51
Tabel 4.18 : Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i>	53
Tabel 4.19 : Hasil Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	54
Tabel 4.20 : Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.21 : Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3.1 : Kurva Uji t	27
Gambar 3.2 : Kurva Uji F	31
Gambar 4.1 : Kurva Uji t Hipotesis Pertama	49
Gambar 4.2 : Kurva Uji t Hipotesis Kedua	49
Gambar 4.3 : Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	50
Gambar 4.4 : Kurva Uji F	51

