

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, CITRA PERUSAHAAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA *MARKETPLACE SHOPEE*  
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**MUHAMMAD IQBAL**

**(1702010217)**

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

**2021**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, CITRA PERUSAHAAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA *MARKETPLACE SHOPPEE*  
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**MUHAMMAD IQBAL  
(1702010217)**

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing

Totok Haryanto, S.E., MM  
NIK. 2160729




## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Muhamad iqbal  
NIM : 1702010217  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul Laporan : **Pengaruh *Relationship Marketing*, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**

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

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Totok Haryanto, S.E., M.M. (  )  
Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si. (  )  
Anggota 2 : Yudhistira Pradhipta Aryoko, SE., M.M. (  )

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal :

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj Naetaji Tubastuvi, S.E., M.Si.  
NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad iqbal

NIM : 1702010217

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

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

Purwokerto, 13 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Muhamad Iqbal

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Muhamad iqbal  
NIM : 1702010217  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Rotalty-Fee Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Pengaruh *Relationship Marketing*, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Purwokerto)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 13 Agustus 2021

Menyatakan,

  
Muhamad Iqbal

8DBA2AJX376672190

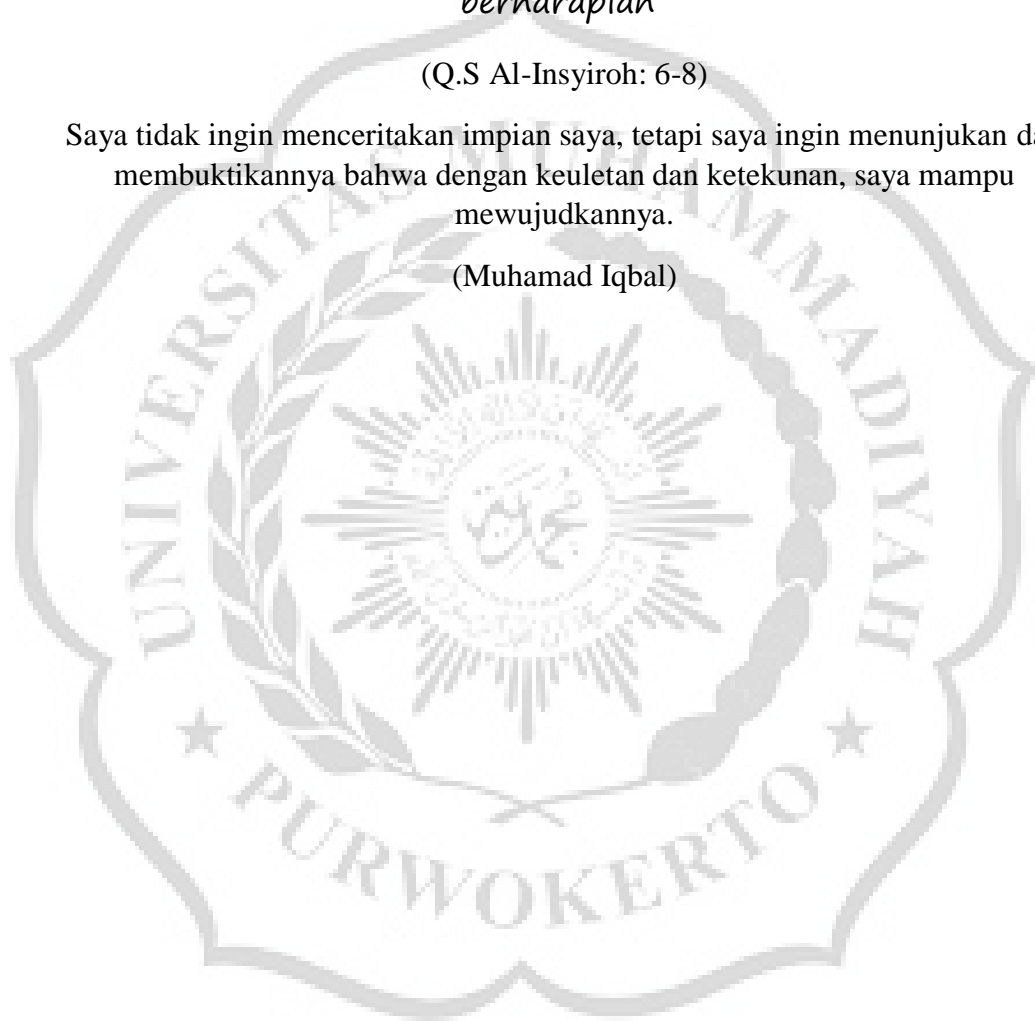
## MOTTO

*“Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain dan kepada Tuhanmu berharaplah”*

(Q.S Al-Insyiroh: 6-8)

Saya tidak ingin menceritakan impian saya, tetapi saya ingin menunjukkan dan membuktikannya bahwa dengan keuletan dan ketekunan, saya mampu mewujudkannya.

(Muhamad Iqbal)



## PERSEMBAHAN



### **Kupersembahkan skripsi ini kepada :**

❖ Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak dan Ibu) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.

## 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 Ekonomi 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 terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Totok Haryanto, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si, dan Yudhistira Pradhipta Aryoko, SE., MM, selaku Dosen Penguji saya yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Restu Frida Utami, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

8. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial dan motivasi, sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.
9. Mahasiswa pengguna *marketplace* Shopee, terimakasih telah meluangkan waktu untuk membantu penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen D 2017 dengan segala cerita dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan yang akan menjadi cerita di masa depan.
11. Teman-teman yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Purwokerto, 13 Agustus 2021

Penulis

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, CITRA PERUSAHAAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA *MARKETPLACE SHOPEE*  
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**

**Muhammad Iqbal<sup>1</sup>, Totok Haryanto<sup>2</sup>**

<sup>1 2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis

<sup>1 2</sup> Universitas Muhammadiyah Purwokerto

<sup>1</sup>muhamad.iqballe@gmail.com, <sup>2</sup>feb.ump.th@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing*, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 113 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa *relationship marketing*, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, secara parsial *relationship marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu citra perusahaan tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kemudian kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *relationship marketing*, citra perusahaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

***THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING, CORPORATE IMAGE  
AND CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS CUSTOMER LOYALTY ON  
MARKETPLACE SHOPEE  
(Study of student in Purwokerto)***

**Muhammad Iqbal<sup>1</sup>, Totok Haryanto<sup>2</sup>**

<sup>1 2</sup> Faculty of Economics and Business

<sup>1 2</sup> University of Muhammadiyah Purwokerto

<sup>1</sup> muhamad.iqballe@gmail.com, <sup>2</sup>feb.ump.th@gmail.com

***ABSTRACT***

*This study aimed to determine the effect of relationship marketing, corporate image, and customer satisfaction on customer loyalty. The sample selection in this study was done by purposive sampling. Based on the criteria, 113 respondents became the sample of the study. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The analysis results show that relationship marketing, corporate image, and customer satisfaction simultaneously affect customer loyalty. Furthermore, partially relationship marketing has a significant positive effect on customer loyalty. Meanwhile, company image does not have a significant positive effect on customer loyalty. Then customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *relationship marketing, corporate image, customer satisfaction and customer loyalty*

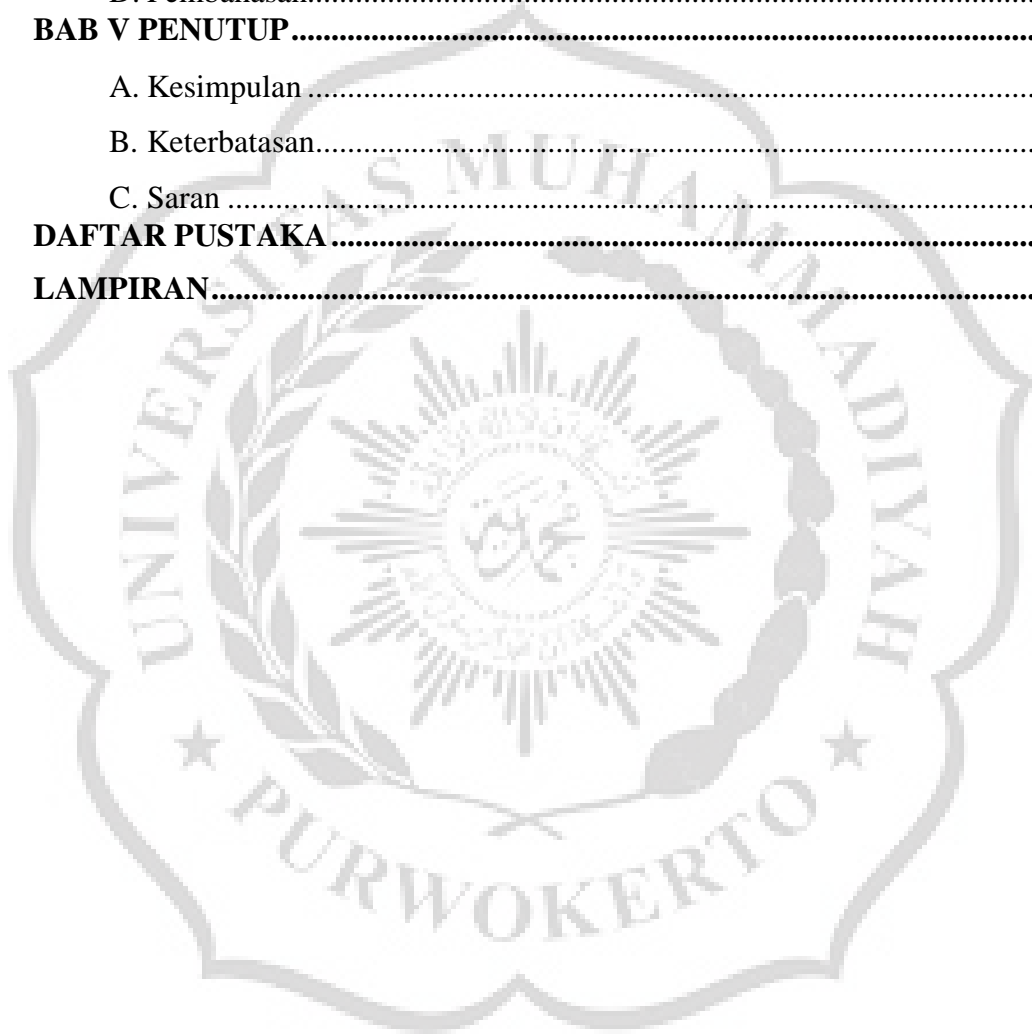
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Loyalitas Pelanggan .....	14
a. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	14
b. Teori Loyalitas Pelanggan.....	16
c. Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	19
d. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	20
2. Relationship Marketing .....	21
a. Pengertian Relationship Marketing.....	21
b. Karakteristik Relationship Marketing.....	23

c. Dimensi Relationship Marketing.....	24
d. Indikator Relationship Marketing .....	25
3. Citra Perusahaan.....	27
a. Pengertian Citra Perusahaan .....	27
b. Karakteristik Citra Perusahaan .....	28
c. Indikator Citra Perusahaan.....	28
4. Kepuasan Pelanggan .....	29
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	29
b. Karakteristik Kepuasan Pelanggan .....	30
c. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	31
d. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	32
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel .....	45
1. Populasi .....	45
2. Sampel.....	46
C. Metode Pengumpulan Data.....	48
D. Variabel Penelitian.....	49
E. Definisi Operasional .....	50
F. Metode Analisis data.....	52
1. Uji Instrumen.....	52
a. Uji Validitas.....	52
b. Uji Reliabilitas.....	53
2. Uji Asumsi Klasik .....	54
a. Uji Normalitas .....	54
b. Uji Multikolinearitas.....	54
c. Uji Heteroskedastisitas .....	55
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	56

4. Uji Kecocokan Model .....	57
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
b. Uji F.....	58
c. Uji t.....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
A. Hasil Penelitian .....	65
1. Gambaran umum PT. Shopee Internasional Indonesia .....	65
2. Nilai-nilai yang diterapkan PT. Shopee International Indonesia .....	66
B. Deskripsi Responden .....	66
1. Response Rate .....	66
2. Karakteristik Responden .....	68
a. Perguruan tinggi responden .....	68
b. Jenis Kelamin .....	69
c. Usia.....	70
d. Uang Saku Perbulan .....	71
e. Jumlah pembelian .....	72
C. Analisis Data.....	73
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	73
a. Loyalitas Pelanggan.....	73
b. Relationship Marketing .....	74
c. Citra Perusahaan.....	76
d. Kepuasan Pelanggan.....	77
2. Uji Instrumen Data.....	79
a. Uji Validitas.....	79
b. Uji Reliabilitas.....	81
3. Uji Asumsi Klasik .....	82
a. Uji Normalitas .....	82
b. Uji Multikolinearitas.....	83
c. Uji Heteroskedastisitas .....	85
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	86

5. Uji Kecocokan Model .....	87
a. Uji Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	87
b. Uji F.....	88
c. Uji t.....	90
6. Rekapitulasi Hasil Penelitian .....	92
D. Pembahasan.....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan .....	101
B. Keterbatasan.....	101
C. Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 : Data Deskripsi Responden .....	115
Lampiran 3 : Hasil Statistik Deskriptif Analisis .....	141
Lampiran 4 : Data Mentah Kuisisioner.....	143
Lampiran 5 : Analisis Statistik Deskriptif.....	149
Lampiran 6 :Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	150
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	154
Lampiran 8 : Hasil Analisis Regresi Berganda.....	156
Lampiran 9 : R Tabel .....	157
Lampiran 10 : F Tabel.....	161
Lampiran 11 : T Tabel.....	167



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1. Kurva Uji F Hipotesis Pertama .....	59
Gambar 3.2. Kurva Uji Hipotesis Kedua .....	62
Gambar 3.3. Kurva Uji Hipotesis Ketiga .....	63
Gambar 3.4. Kurva Uji Hipotesis keempat .....	64
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	90
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	91
Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga .....	91
Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat .....	92



## DAFTAR TABEL

Tabel.1.1 Grafik Top Marketplace.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa.....	47
Tabel 3.2 Skala Instrumen.....	49
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	50
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i> .....	67
Tabel 4.2 Perguruan Tinggi Responden.....	68
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	69
Tabel 4.4 Usia Responden.....	70
Tabel 4.5 Uang Saku Per Bulan.....	71
Tabel 4.6 Jumlah Pembelian.....	72
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	73
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Relationship Marketing.....	74
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Perusahaan.....	76
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	79
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel 4.19 Hasil Regresi Linear Berganda.....	86
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	89
Tabel 4.22 Rangkuman Hasil Penelitian.....	92