

**PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada BSM KCP Tanjungpandan Belitung)



SKRIPSI

Oleh :

Susi Anggelina

NIM : 20140730108

PRODI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

**PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada BSM KCP Tanjungpandan Belitung)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

(S.E) Strata Satu

pada Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh :

Susi Anggelina

NIM : 20140730108

PRODI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

NOTA DINAS

Lamp. : 3 eks. Skripsi
Hal : persetujuan

Yogyakarta, 1 Desember 2018

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : **Susi Angelina**

NPM : **20140730108**

Judul : **PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA BSM KCP TANJUNGPANDAN)**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat di terima dan segera dimunaqasyahkan

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I., M.E.I.

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA BSM KCP TANJUNGPANDAN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Susi Anggelina

NPM : 20140730108

Telah dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah Prodi Ekonomi Syariah pada tanggal 8 Desember 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima :

Sidang Dewan Munaqasyah Skripsi

Ketua sidang : Dyah Pikanti Diwanti, SE,MM (.....)

Pembimbing : Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I., M.E.I. (.....)

Penguji : Syarif As'ad, S.EI.,MSI (.....)

Yogyakarta, 1 Desember 2018

Fakultas Agama Islam Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan,

Dr. Akif Khilmiyah M.Ag.

NIK : 19680212199202113016

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : **Susi Anggelina**

Nomor Mahasiswa : **20140730108**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Judul Skripsi : **PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP
MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA BSM KCP
TANJUNGPANDAN)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 1 Desember 2018

Yang membuat pernyataan

Susi Anggelina

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sahabat dan pengikutnya yang selalu kita nantikan syafaatnya di hari akhir nanti.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALITY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA BSM KCP TANJUNGPANDAN BELITUNG)**, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan tidak mengurangi rasa hormat kepada pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan pihak-pihak yang membantu peneliti.. Secara khusus peneliti mengucapkan terimakasih setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanoto, MP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Akif Khilmiyah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Ibu Dr. Maesyaroh, M.A, selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I.,M.E.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu dan memberikan masukan serta bimbingan dalam penelitian skripsi ini.
5. Bapak Syakir Jamaluddin, S.Ag., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing peneliti dalam bidang akademik
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Agama Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti.
7. Keluarga mahasiswa EPI-B 2014 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
8. Bapak Syamsidar dan Ibu Sulasmi selaku orang tua yang telah memberikan materi, motivasi, dan mendoakan peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
9. Keluarga serta sahabat dan orang terdekat yang telah memberikan motivasi serta dorongan dan mendoakan peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah membantu serta memotivasi peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan pada isi materi dan tampilan yang ada dalam skripsi ini. Oleh

karena itu besar harapan peneliti atas kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna untuk penyempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Demikian skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi pembaca. Tidak lupa peneliti meminta maaf apabila terdapat kata-kata yang kurang berenan.

Wassalamualaikum wr.wb

Yogyakarta, 1 Desember 2018

Peneliti

Susi Anggelina

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	11
B. Kerangka Teori.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	35

B. Metode Penentuan sampel	36
C. Sumber Data	38
D. Definisi Operasional Variabel	39
E. Kerangka Pemikiran	44
F. Hipotesis	44
G. Identifikasi Variabel.....	48
H. Uji Instrumen Penelitian	49
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	57
B. Deskripsi Umum Penelitian.....	60
C. Hasil Penelitian.....	60
E. Analisis Data	69
F. Hasil Uji Hipotesis	86
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Performa Bisnis Outlet BSM KCP Tanjungpandan.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Respoden	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Pendapatan Responden.....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Lama Responden Menjadi Nasabah.....	65
Tabel 4 .6 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas	73
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi 1	74
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi II	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi *relationship marketing* yang terdiri dari (*understanding customer expectation, building service partnership, total quality management* dan *empowering employees*) terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada Bank Mandiri Syariah KCP Tanjungpandan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuisioner dengan teknik *Purposive Sampling* dimana teknik pengambilan sampel sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu. Jumlah responden ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 102 nasabah. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dan Analisis jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 21 *for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *understanding customer expectation, total quality management* dan *empowering employees* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Sedangkan variabel *building service partnership* berpengaruh negatif terhadap *customer loyalty*. Kemudian untuk variabel *customer satisfaction* bisa memediasi *understanding customer expectation, building service partnership, total quality management* dan *empowering employees* terhadap *customer loyalty* di Bank Syariah Mandiri KCP Tanjungpandan.

Kata kunci : Relationship Marketing, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

ABSTRACT

This research aims at finding out the effect of relationship marketing implementation (including understanding customer expectation, building service partnership, total quality management and empowering employees) on the customers' loyalty with customer satisfaction as the intervening variable in Bank Mandiri Syariah KCP Tanjungpandan. This research was quantitative approach. The data were collected using questionnaire through purposive sampling based on specific consideration. The number of the respondents was decided using Slovin formulation, resulting in 102 customers. The analysis used was multiple linear regression and path analysis utilizing SPSS version 21 for Windows as the statistical analysis tool. The result of this research shows that the variable of understanding customer expectation, total quality management and empowering employees has positive and significant effect on the customers' loyalty. The variable of building service partnership has negative effect on the customers' loyalty. The variable of customer satisfaction is able to mediate the understanding customer expectation, building service partnership, total quality management and empowering employees towards the customers' loyalty in Bank Syariah Mandiri KCP tanjungpandan.

Key Words: Relationship Marketing, Customers' Loyalty, Customer Satisfaction