

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan IndiHome D.I YOGYAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF MARKETING RELATIONSHIP AND SERVICE
QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION
AND CUSTOMER LOYALTY
(Study on IndiHome D.I YOGYAKARTA Customers)***



Disusun Oleh:

MUHAMMAD HAFIZH TASRIF

20170410318

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan IndiHome D.I YOGYAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF MARKETING RELATIONSHIP AND SERVICE
QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION
AND CUSTOMER LOYALTY
(Study on IndiHome D.I YOGYAKARTA Customers)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

MUHAMMAD HAFIZH TASRIF

20170410318

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Hafizh Tasrif
Nomor Mahasiswa : 20170410318

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam penulisan skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 26 Juni 2021



Muhammad Hafizh Tasrif

PERSEMBAHAN

Penulisan persembahan skripsi ini untuk semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga serta doa untuk turut membantu dan memberikan motivasi serta semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan seperti yang kita semua harapkan bersama. Dan tidak hentinya saya ucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan keberkahan, kelancaran serta kemudahan kepada saya dalam pembuatan naskah skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua saya Bapak Alfiandri, S.Pd dan Ibu Susi Rahayu yang telah berjasa sangat besar dalam hidup saya sehingga dapat sampai ke titik ini dan semoga kedua orang tua saya diberikan kesehatan dan keselamatan dalam hidup mereka.
3. Kepada adik tercinta Alya Fadhilah A.Md yang memberikan semangat serta doanya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga besar saya yang terus memberikan semangat serta motivasi untuk dapat menyelesaikan masa perkuliahan saya dengan baik.
5. Kepada Femmy Indriani yang terus memberikan semangat, motivasi maupun doanya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada M. Afif yang telah berjuang bersama-sama di perantauan ini senang maupun susah dan terus memberikan semangat satu sama lainnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat dan keluarga baru saya di kelas Manajemen G 2017 yang telah berjuang bersama-sama dalam dunia perkuliahan di perantauan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan semua tanggung jawab serta skripsi ini.
8. Untuk penghuni kost las vegas yang telah menjadi keluarga kedua di perantauan ini yang terus saling memotivasi dan memberikan semangat satu sama lainnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Teman-teman saya semua baik di daerah asal maupun diperantauan yang terus mendukung dan memotivasi tiada henti untuk mendorong saya menyelesaikan kuliah.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan karunia dan serta rahmatnya dalam penulisan skripsi ini dengan judul Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dengan harapan dapat membantu masyarakat khususnya pelanggan IndiHome D.I.Yogyakarta didalam penggunaan ataupun pemakaian wifi agar tidak menjadi sesuatu tindakan Pembelian Komplusif.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak terlepas dengan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Retno Widiowati PA., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.
4. Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA. selaku Dosen Pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang Insya Allah akan bermanfaat hingga nanti.
6. Bapak Alfiandri S.Pd dan Ibu Susi Rahayu selaku Orang Tua dari penulis yang telah memberikan semangat serta kerja kerasnya dan juga doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, kemudahan, bantuan serta semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Sebagai kata akhir, dalam penulisan laporan akhir ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan mengenai skripsi ini selanjutnya sangat diperlukan dan tidak lupa pula penulis berharap besar skripsi ini dapat menjadi sarana pembelajaran dan menambah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 21 Juni 2021

Muhammad Hafizh Tasrif

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis Penelitian	6
2. Manfaat Praktis Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. <i>Relationship Marketing</i>	8
2. Kualitas Layanan	8
3. Kepuasan Pelanggan.....	9
4. Loyalitas Pelanggan	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	11
C. Pengembangan Hipotesis	15
a. <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	15
b. Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	15

c.	Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	16
d.	Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas pelanggan.....	17
e.	Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	18
f.	Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening.	18
g.	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening.	19
D.	Model Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
A.	Objek dan Subjek Penelitian	22
B.	Jenis Penelitian	22
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	23
D.	Teknik Pengumpulan Data	24
E.	Definisi Operasional Variabel	25
F.	Uji Instrumen Data.....	27
1.	Uji Validitas	28
2.	Uji Reliabilitas	28
G.	Uji Hipotesis dan Alat Analisis	29
1.	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	29
2.	Teknik analisis SEM.....	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		32
A.	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	32
1.	Gambaran Objek Penelitian.....	32
2.	Subjek Penelitian	33
B.	Uji Kualitas Instrumen dan Data	37
C.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	40
1.	Pembahasan Model Berdasarkan Teori.....	40
2.	Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	40
3.	Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	41
4.	Input Matriks dan Estimasi Model.....	42
5.	Identifikasi Model Struktural	45

6.	Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	46
7.	Interpretasi dan model Modifikasi Model.....	48
D.	Pengujian hipotesis.....	48
E.	Pembahasan	53
1.	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelangan.....	53
2.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	54
3.	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	56
4.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	58
5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	55
6.	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelangan	59
7.	Pengaruh kualitas layanan terhadap Loyalitas pelanggan Melalui kepuasaan Pelanggan.....	60
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN		62
A.	Simpulan	62
B.	Keterbatasan Penelitian.....	64
C.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Simbol dan Skor Kuisisioner.....	25
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	26
Tabel 4. 1 Karakteristik Penyebaran Kuesioner	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	36
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Realibilitas	39
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Outliers	44
Tabel 4. 10 degrees of freedom (Default model)	45
Tabel 4. 11 Menilai Goodness of Fit.....	46
Tabel 4. 12 Hubungan antar variabel.....	49
Tabel 4. 13 Standardized Direct Effects	51
Tabel 4. 14 Standardized Indirect Effects	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Pengguna Layanan Jasa Internet 2019.....	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	21
Gambar 4. 1 Diagram Alur	41
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	41
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Data Tabulasi.....	74
Lampiran 3 Karakteristik Responden	79
Lampiran 4 Uji Validitas.....	87
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	88
Lampiran 6 Model Penelitian.....	89
Lampiran 7 Uji Normalitas.....	90
Lampiran 8 Uji Outliner.....	90
Lampiran 9 Degrees of Freedom.....	93
Lampiran 10 Goodness of Fitt.....	94
Lampiran 11 Uji Hipotesis.....	95
Lampiran 12 Uji Mediasi.....	96
Lampiran 13 Turnitin.....	97