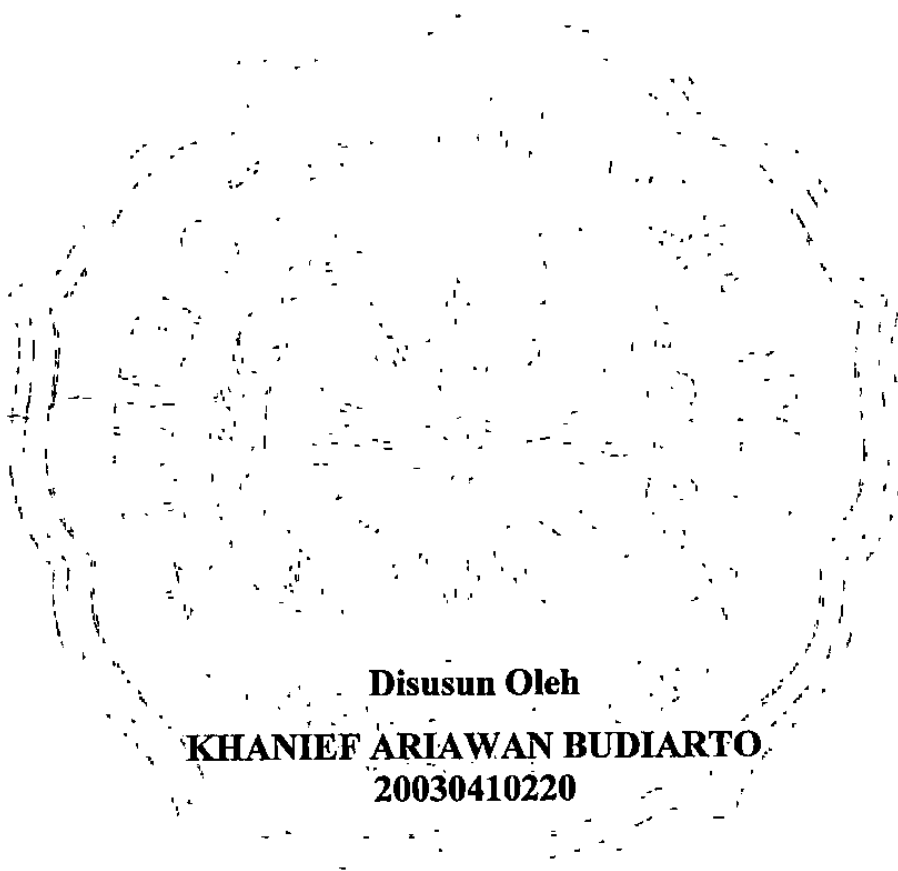


**ANALISIS *RELATIONSHIP MARKETING INPUTS - OUTPUTS*
PADA DISTRO UNITE SHOP YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



**Disusun Oleh
KHANIEF ARIAWAN BUDIARTO
20030410220**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI

**ANALISIS *RELATIONSHIP MARKETING INPUTS - OUTPUTS*
PADA DISTRO UNITE SHOP YOGYAKARTA**

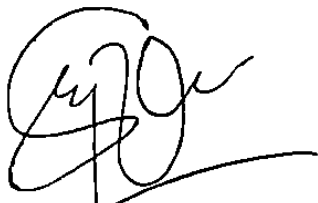
Disusun Oleh

KHANIEF ARIAWAN BUDIARTO

20030410220

Telah Disetujui Dosen Pembimbing :

Pembimbing I



SKRIPSI

**ANALISIS RELATIONSHIP MARKETING INPUTS - OUTPUTS
PADA DISTRO UNITE SHOP YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh

KHANIEF ARIAWAN BUDIARTO
20030410220

**Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 30 Januari 2008
Yang Terdiri Dari**



Indah Fatmawati, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji



Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji



Meika Kurnia Puji RDA, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK : 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

) Nama : Khanief Ariawan Budiarto

Nomor Mahasiswa : 20030410220

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS *RELATIONSHIP MARKETING INPUTS – OUTPUTS* PADA DISTRO UNITE SHOP YOGYAKARTA”** 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 skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia untuk

MOTTO

“ Hai orang-orang yang beriman, apakah sebabnya apabila dikatakan kepada kamu, ”Berangkatlah (untuk berperang) pada jalan Allah”,

*kamu merasa berat dan ingin tinggal di tempatmu?
Apakah kamu merasa puas dengan kehidupan di dunia sebagai ganti kehidupan di akhirat? Padahal kenikmatan hidup di dunia ini (dibandingkan dengan kehidupan) di akhirat hanyalah sedikit ”*

(Qs.: At-Taubah ayat 38)

“ Tiada Manusia yang bisa mengubah ketetapan dan kehendak-Nya.

Sebagai manusia yang kecil di hadapan Allah, kita hanya bisa berusaha dengan mengharap keridhoan dari-Nya, karena kesempurnaan hanyalah milik Allah semata..

Dan keberuntungan adalah milik setiap manusia ”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Karya Ini Untuk:

- ō Bapak dan Ibu ku tersayang atas segala nasehat, semangat, kasih sayang, beserta doa disetiap waktunya.*
- ō Kakak ku Cholief Zuniawan sekeluarga yang tak pernah merasa bosan dalam memberikan segala bantuan, arahan serta bimbingan.*
- ō Adik ku Sangsaka A. Prabowo N' Poetri, thanks buat dukungannya, teruslah berjuang jangan anggap kegagalan itu akhir dari impian kita.*
- ō Kakek, Nenek, Om, Tante-ku sekeluarga, Sodara sepupuku and gak lupa All My Big Family in Temanggung City "Matur sembah nuwun kagem do'a-nipun".*
- ō Special to "Dheanty": thank's 4 all...gak ada kata-kata yang pantas ku-tuturkan selain ucapan "terimakasih" yang paling dalam buat kamu. Bagiku kamu adalah setetes darah terakhir yang mengalir dalam tubuhku, dan aku takkan bisa hidup tanpa setetes darah itu.*
- ō Bapak Waluyo dan keluarga yang selalu memberikanku nasehat, motivasi, dukungan, arahan serta tuntunan dalam meraih cita-citaku*
- ō Konco-koncoku sekadhang sekontrakan lan seperjuangan : Kardjo (Angga) - Dewi'k, Toni (Inot) - ????, Faisal (Pay) - Nanik, Indra (Cupenk) - Amma, De-dex, , Puja indra, Anoenk: Kalian adalah orang2 yang paling penting dalam hidupku. thanks juga buat do'a and nasehatnya !!!*

- ō Exs_Kontrakan Pogung sekaligus Sahabat Karibku (Andre, Bucep, Kewweh, Mas Herry, Herry Iche, Benggol, Goentoer) N' Exs_Kontrakan Wirobrajan (Joko, Oyex, Jhont, Rezy PS2, Simbah) and G' Lupa buat Anak2 Kontrakan Block O yang selalu nemenin "Nongkrong" buat nikmatin malam (adda Koller, Dik Arief, and laennya yang gak bisa kusebutin satu-satu):
makasih banyak buat hari-hari indah, yang penuh
"canda_tawa_susah_senang_gokil-gokilan, poko'e asyik ma kaliyan..." kapan
kita kumpul-kumpul lagi...????
- ō Prend-prend_ku KKN Kecamatan Kretek Bantul (Bonar, Faysal, Rully, Dias, Dimas, Dony Bagor, Rommy, Hyber Dano, Ryo): kaliyan adalah kenangan paling seru dalam hidupku.. sukses aja yak buat kalian.. "Don't Forget Me (Ketua Kelompok I Kec. Kretek Bantul)". And Kapan neh sowan ke Pak Dukuh...??? abis itu kita refreshing lagi ke Paris..!!!! aku bakal rindu ma kalian semua..
- ō Temen-temen cowok seperjuanganku Ekonomi Manajemen 2003 ☹ (Tjakiel, Alfian, Atta, Rahman, Umbu, Wahyuk, Affif, Anton, Denny, Hendro, Fauzan, Pak Eko, Nda, Deddy, Paijho, Kuampret, Irawan & the genk, N' Sorry g' aku sebutin semuanya...): Bikin acara Makrab Lagi yuuk..!!!
- ō Temen-temen cewek seperjuanganku Ekonomi Manajemen 2003 ☹: (Joetek, Tiara, Wiedo, Isti, Tiena, and masih banyak lagi yang g' mungkin aku tulis semuanya...): Thanks buat semuanya...karena kalian hidupku jadi lebih berwarna.
- ō Panitia Ekonomic Music Party in Parangtritis N' Crew My UMY Can Do Charity: kapan neh bikin Event lagi...????
- ō Mas Dekeng _ Thanks yak mas buat bantuannya... tanpa Mas skripsiku g' bakalan kelar..!!!
- ō Unite! Shop Crew: Sumpeh..... Gak ada kalian gak Rame...!!!!!!
- ō Gak Lupa Buat Anak2 ADDADECH / FOREIGNSIX: sukses aja buat kalian_jangan lupa ma aku kalo udah jadi Artis.
- ō Almamaterku UMY tercinta.

INTISARI

Dalam pemasaran modern seperti sekarang ini paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang. Paradigma tersebut disebut *relationship marketing*. Dasar pemikiran dalam praktek pemasaran ini adalah, membina hubungan yang lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan.

Penelitian ini menganalisis tentang *relationship marketing inputs - outputs* pada Distro Unite Shop Yogyakarta. Variabel *input-independen* dalam model ini adalah memahami harapan pelanggan (*UCE*), kerjasama dengan pelanggan (*BSP*), manajemen mutu total (*TQM*), dan pemberian wewenang kepada para karyawan (*EE*). Sedangkan Variabel *dependen* adalah kepuasan pelanggan (*CS*), kesetiaan pelanggan (*CL*).

Dari uji ANOVA atau F Test didapat bahwa seluruh variabel mempunyai nilai F signifikan sebesar 0.000, sehingga probabilitas 0.000 lebih kecil dibanding taraf signifikansi 0.05, maka dapat dikatakan bahwa hasil seluruh variabel independent berpengaruh signifikan terhadap seluruh variabel dependen.

Secara parsial variabel harapan pelanggan, manajemen mutu total, dan pemberian wewenang pada karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kerjasama dengan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Hal ini ditunjukkan pada nilai *P value* pada uji t variabel kerjasama dengan pelanggan diatas 5%, sehingga tidak memenuhi syarat signifikansi.

Sedangkan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara parsial menunjukkan bahwa variabel harapan pelanggan, manajemen mutu total, berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan. Sedangkan variabel kerjasama dengan pelanggan dan wewenang yang diberikan pada karyawan tidak berpengaruh secara signifikan meskipun menunjukkan hasil yang positif. Hal ini ditunjukkan pada nilai *P value* pada uji t masing-masing variabel diatas 5%, sehingga tidak memenuhi syarat signifikansi.

Kata kunci : memahami harapan pelanggan, kerjasama dengan pelanggan, manajemen mutu total, dan pemberian wewenang kepada para karyawan.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis *Relationship Marketing Inputs - Outputs* Pada Distro Unite Shop Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Harapan penulis dalam penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti-peneliti di bidang pemasaran, dan bagi pengambil kebijakan atau pemasar yang bergerak dibidang jasa.

Skripsi ini bukanlah semata-mata karya penulis sendiri, tetapi karya banyak orang dengan berbagai gagasan dan temuan dalam penelitiannya seperti yang tertera dalam Daftar Pustaka, demikian pula dalam penyelesaiannya, mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Bapak Drs. Edi Supriyono, MM., selaku Dosen Wali atas segala perhatian dan bimbingan selama penulis menamatkan masa studi

4. Segenap Dosen beserta Staff yang telah memberikan segala perhatian, bimbingan dan bantuan selama masa studi penulis di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak dan Ibu serta Saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi
6. Dheanty beserta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama penulis menempuh studi.
7. Pimpinan Distro Unite Shop Yogyakarta beserta Staff yang telah berkenan memberikan ijin dan berbagai data yang diperlukan dalam penelitian ini.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi jawaban kuesioner yang diajukan peneliti.
9. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 28 Desember 2007

Khanief Ariawan Budiarto

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pergeseran Paradigma Pemasaran.....	8
2. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	12
3. Bagian <i>Relationship Marketing</i>	14

2. <i>Relationship Marketing Outptus</i>	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
C. Hipotesis.....	27
D. Model penelitian.....	31
BAB III METODA PENELITIAN.....	33
A. Subyek dan Obyek Penelitian.....	33
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
C. Jenis Data.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
1. Variabel Bebas atau <i>Independent Variabel (X)</i>	34
2. Variabel Terikat atau <i>Dependent Variabel (Y)</i>	36
F. Uji Kualitas Instrumen.....	39
1. Pengujian Validitas.....	40
2. Pengujian Reliabilitas.....	40
G. Alat Analisis Data	40
H. Uji Hipotesis	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
1. Sejarah Umum Perusahaan.....	44
2. Visi Distro Unite Shop Yogyakarta.....	45
3. Misi Distro Unite Shop Yogyakarta.....	45
4. Tujuan.....	45
5. Pilar-pilar Organisasi.....	46
6. Strategi Marketing	46
B. Hasil Penyebaran Kuesioner	47

C. Profil Responden	47
D. Uji Kualitas Instrumen.....	50
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Reliabilitas.....	51
E. Pengujian Hipotesis.....	51
1. Model 1.....	52
a. Analisis Regresi Berganda	52
b. Uji F	53
c. Uji t	54
d. Koefisien Determinasi	56
2. Model 2	57
a. Analisis Regresi Berganda	57
b. Uji F	59
c. Uji t	59
d. Koefisien Determinasi	61
F. Pembahasan.....	62
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	67
A. Simpulan.....	67
B. Keterbatasan Penelitian.....	68
C. Saran.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 : Profil Responden Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 : Profil Responden Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4.4 : Profil Responden Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	49
Tabel 4.5 : Profil Responden Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	49
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.8 : Hasil Uji Regresi Coefficients Model 1.....	52
Tabel 4.9 : Hasil Uji Regresi Anova Model 1.....	54
Tabel 4.10 : Hasil Uji t Model 1.....	55
Tabel 4.11 : Hasil Uji Regresi Model Summary Model 1.....	56
Tabel 4.12 : Hasil Uji Regresi Coefficients Model 2.....	57
Tabel 4.13 : Hasil Uji Regresi Anova Model 2.....	59
Tabel 4.14 : Hasil Uji t Model 2.....	60
Tabel 4.15 : Hasil Uji Regresi Model Summary Model 2.....	61

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	: Model Penelitian Evans Laskin.....	22
Gambar 2.2	: Model Penelitian 1.....	31
Gambar 2.3	: Model Penelitian 2.....	32