

**IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP MARKETING*  
PADA RESTORAN MANG ENKING  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh  
**YANA TRIYANA**  
**20030410351**



**SKRIPSI**  
**IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP MARKETING***  
**PADA RESTORAN MANG ENKING YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

**YANA TRIYANA**

**20030410351**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disyahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi


Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Tanggal 28 Januari 2008

Yang terdiri dari



**Rini Juni Astuti, S.E., M.Si**  
Ketua Tim Penguji

  
**Hj. Munjiati Muhawarah, S.E., M.Si**  
Anggota Tim Penguji

  
**Isthofaina Astuti, S.E., M.,Si**  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Mishbahul Anwar, S.E., M.Si**  
NIK 143 014

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini 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

## Motto dan Persembahan

“.....Kucurkannya Air mata Kedua Orang Dengan Keghasilannya Namun  
Jangan Kucurkan Air Mata Kedua Orang Tuamu Karena Kegagalannya.....”

“.....Jadikannya sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya itu

berat kecuali bagi orang-orang yang khususnya.....”

(Qs. Albaqarah: 44)

“.....Allah akan menunggui orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-  
orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.....”

(Qs. Al-Mujadilah: 58)

“Sebuah Prestasi Bukanlah tercipta Oleh Karena Faktor Kebetulan Atau

Kebertuntungan Semata..., Tetapi Diraih Dengan Jerih Paya Dan Pengorbanan

Besar Yang Sepadan”

“Kalaupun Ilmu Itu Didapat Dengan Angan-Angan-Niscaya Tidak Akan Ada

Orang Yang Bodoh Di Dunia Ini”

*Kupersembahkan karya ini untuk:*

➤ Ibu

➤ Ibu

➤ Ibu

➤ Ayah

➤ My Old Brother's

➤ Keluarga Besar

➤ Kematian ilmu pengetahuan

*suatu saat kamu pasti akan sayang padanya.....(renungkanlah)*

*beni padanya, dan benciilah orang yang kamu benci itu sekedarnya saja karena*

*"cintailah orang yang kamu cintai itu sekedarnya saja karena suatu saat kamu akan*

## Special Thank's To

*....Bila dunia bertanya, siapakah anak yang paling bahagia dan bangga mempunyai orang tua yang senantiasa mengorbankan segalanya dan selalu memberikan & mencurahkan kasih sayangnya untuk anaknya, itu Aku....*

- ❖ IBU yang telah melahirkan q, mengasuh q sampai aku dewasa, mendidik q, membimbing q dengan penuh kasih sayang dan mendo'akan q setiap waktu. (Emak) engkau adalah anugerah terindah yang pernah Allah berikan kepadaku, Engkaulah air mataku,...engkaulah hidupku,...Ibu (emak) kubutuhkan dirimu bagai bunga merindukan mentari, do'a mu yang selalu ku damba tuk mengiringi jalan hidupku...
- ❖ Ayah (apa') yang telah memberikan nafkah dan mendidik q dengan keras. 'Tiada orang yang pantas aku sebut ayah di dunia ini selain dirimu...Engkaulah ispirasiku...Engkaulah keringat tubuhku...Engkaulah urat Nadiku..,Ayah aku selalu ingin menjadi purta kebanggaanmu, namun gagal dan berhasilnya hidupku aku tetap putramu...
- ❖ Kedua kaka q hanya kalian lah saudara q, karena kalianlah aku menjadi seorang adik, karena kalian pulalah aku biasa seperti sekarang ini...terimakasih atas dukungan, kesabaran dan keikhlasan hati dalam menunggu aku lulus,..dan akhirnya Ana Lulusss...juga...
- ❖ My little Niece " Abel " makasih selalu menanyakan kapan U'um nana pulang..karena panggilan itu Uum iadi ga' betah lama-lama kuliah senet Gede jangan

## INTISARI

Secara umum tujuan perusahaan adalah untuk kelangsungan hidup dan mendapatkan laba. Laba perusahaan diperoleh bila produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan laku terjual. Untuk itu diperlukan suatu kegiatan yang dinamakan pemasaran, yang memiliki kegiatan inti transaksi.

Dalam pemasaran modern seperti sekarang ini paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga mampu 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.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh implementasi *relationship marketing* pada restoran Mang Engking Yogyakarta. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Understanding Customer Expectation*, *Building Service Partnership*, *Total Quality Management*, dan *Empowering Employees*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

Sample dalam penelitian ini adalah pelanggan restoran Mang Engking Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel ini adalah *convenience sampling*, dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primer dengan responden berjumlah 110 responden.

Hasil menunjukkan bahwa secara simultan *Understanding Customer Expectation*, *Building Service Partnership*, *Total Quality Management*, dan *Empowering Employees* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

Secara parsial *Understanding Customer Expectation*, *Building Service Partnership*, *Total Quality Management*, dan *Empowering Employees* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

Kata kunci: *Relationship marketing*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, restoran Mang Engking Yogyakarta.



## **ABSTRACT**

*Firm's objective is generally to keep the firm's survive and to obtain profit. Firm's profit is obtain if the resulted product and service were sold. Therefore, it need an activity, called marketing that having translation core activity.*

*In modern marketing as presently, marketing paradigm has shifted, it is not only to create transaction in reaching success of marketing but firm is also able to make relationship with customer in long term. The paradigm is called relationship marketing, basic thought in this marketing practice is to build closer relationship to create to-way communication by managing a beneficial relationship between customer and firm.*

*Object of this research was to study effect of implementation for relationship marketing in restaurant Mang Engking Yogyakarta. Independent variables of this research were Understanding Customer Expectation, Building Service Partnership, Total Quality Management and Empowering Employees. Meanwhile dependent variables in this research were Customer Satisfaction and Customer Loyalty.*

*Sample of this research was customer of restaurant Mang Engking of Yogyakarta. Technique of gathering sample in this research was covenience sapling using questionnaire to collect primary data white 110 respondents.*

*Result indicated that Understanding Customer Expectation, building Service Partnership, Total Quality Management, and Empowering Employees simultaneously influenced on Customer Satisfaction and Customer Loyalty.*

*In partial, Understanding Customer Expectation, Building Service Partnership, Total Quality Management and Empowering Employees influenced on Customer Satisfaction and Customer Loyalty.*

*Keyword: Relationship marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, restaurant Mang Engking of Yogyakarta.*

## KATA PENGANTAR



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Alhamdulillahrabbi'l'amin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T atas limpahan rahmat, anugrah, hidayah dan karunia tiada terkira sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Implementasi *relationship marketing* pada restoran Mang Engking Yogyakarta”** dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda tercinta Nabiullah Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta do'a dan safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini ditemui kendala dan kesulitan yang sehingga penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun bentuk disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat petunjuk, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Munjiati Munawarah, SE, Msi., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi bimbingan dan

pengarahan kepada penulis

2. Bpk Misbahul Anwar SE.,M.Si. selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bpk Ade Sapji selaku Manajer restoran Mang Engking terimakasih atas masukan informasi dan telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian disana sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
4. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan mengajari penulis selama menempuh perkuliahan.
5. Seluruh karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan partisipasinya sehubungan dengan penyusunan skripsi penulis.
6. Buat temen-temen seperjuangan q (Alam, Fendi..) akhirnya kita lulus juga bro,..fen, ternyata bu Munji ga' seperti yang kita bicarakan tempo dulu ya fen,..Lam' bu eRte lam..(Nggihh..Opooh..b'lum Tentu....!!!)he..e..
7. Sodik, Thnx's udah Nemenin ke Mang Engking selama ngambil data, iraha nyusul yehh...Geura digawean skripsina, tong Ngenet teuing.., Gambar geus loba lain he..he...,semangat dik...!!!
8. Ion, Thnx's bro udah mau Numpangin gw Ngprint, akhirnya kita lulus jga ya bro...thnx's bgt selama di jogja keluarga lo baik banget ma gw..thxs bgt vah semoga kebaikan kalian dibalas...!!!

9. Arif banten, makasih rif udah mau numpangin sayah ngeprint...kumaha skripsina beres acan..?geura dirampung keun rif, isukan penedadaran kudu luklus oke...selamat berjuang kawan, semangat....semangat....!!!

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT.

Akhirnya, penulis menyadari tidak ada kesempurnaan pada diri manusia, karena kesempurnaan hanya milik Allah dan hanya Allah lah yang penulis harapkan menjadikan karya kecil ini bermanfaat bagi kita semua. Amiin...

\*)

## DAFTAR ISI

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.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pergeseran Paradigma Pemasaran.....	6
2. Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	10
3. Bagian <i>Relationship Marketing</i> .....	11
4. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
5. Pengertian <i>Customer Loyalty</i> .....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
C. Hipotesis.....	18
D. Model Penelitian.....	20

<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
A. Objek dan Subyek Penelitian.....	21
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	21
C. Jenis Data.....	21
D. Teknik Pengumpulan Data.....	22
E. Definisi Pengukuran Variabel Penelitian.....	22
F. Uji Kualitas Instrumen.....	26
G. Uji Analisis.....	27
H. Uji Hipotesis.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
1. Sejarah Berdirinya Restoran Mang Engking Yogyakarta...	32
2. Struktur Organisasi Restoran Mang Engking.....	36
3. Produk dan Harga.....	37
B. Analisis Deskriptif.....	39
C. Uji Kevalidan Instrumen.....	41
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Reliabilitas.....	43
D. Pengujian Hipotesis.....	44
1. Hipotesis 1a.....	46
2. Hipotesis 1b.....	47
3. Hipotesis 2a.....	49
4. Hipotesis 2b.....	50
E. Pembahasan (Intepretasi).....	51
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
C. Keterbatasan Penelitian	62

## DAFTAR TABEL

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Uji Validitas Variabel Independen.....	42
Uji Validitas Variabel Dependen.....	43
Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen.....	44
Hasil Analisis Regresi Berganda (Y1).....	45
Hasil Analisis Regresi Berganda (Y2).....	

## DAFTAR GAMBAR

Model Penelitian.....	20
Struktur Organisasi Doctorate Mass Enrolling	26