

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP IMPLEMENTASI PROSES  
RELATIONSHIP MARKETING PADA RS PKU MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh

INDRA SURYAHADI  
20030410294

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP IMPLEMENTASI PROSES  
RELATIONSHIP MARKETING PADA RSU PKU MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

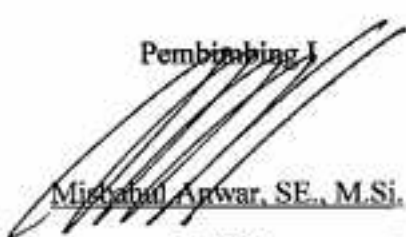
**2007**

**SKRIPSI**  
**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP IMPLEMENTASI PROSES**  
***RELATIONSHIP MARKETING* PADA RSU PKU MUHAMMADIYAH**  
**YOGYAKARTA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing :

Pembimbing I

  
Miftahul Anwar, SE., M.Si.

143014

Tanggal : 28 September 2007

**SKRIPSI**  
**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP IMPLEMENTASI PROSES**  
**RELATIONSHIP MARKETING PADA RSU PKU MUHAMMADIYAH**  
**YOGYAKARTA**

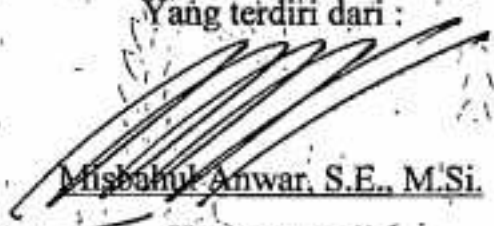
Diajukan oleh :

INDRA SURYAHADI  
20030410294


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal : 30 Oktober 2007

Yang terdiri dari :

  
Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

Ketua penguji

  
Heru Kurnianto, Ti. S.E., M.M.

  
Rita Kurniawati, S.E., M.Si.

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang secara tertulis dicantumkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Jagalah ALLAH, niscaya kamu akan mendapati-Nya didepanmu, kenalilah Allah pada saat kamu mendapatkan kemudahan, niscaya Dia akan mengerialmu disaat engkau kesulitan.

**(Al Hakim dan Ahmad)**

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

**(QS. Alam Nasyrh : 6-8)**

Barisan tulisan tercipta begitu adanya, Hingga aliran inspirasi menghampiri

Membuat jiwa mearangkai kata, dalam alunan goresan teridah

Mendamaikan hati dan pikiran

Menenangkan hayat dan kalbu

Seperti itulah layaknya karya terbaik tersaji

**(Indra Surya, 2007)**

*Kupersembahkan untuk :*

Bapak dan Ibuku tersayang

Kedua kakakku tercinta

Istri & keluargaku kelak

## Greating to :

- Allah SWT (maafkan hambamu sering terlambat dalam menjalankan perintahmu)
- Nabi besar Muhammad SAW (tuntunan hidupku)
- Keluarga Besar Bpk. Benny Sumarhadi & Ny. Eny Sudarwati
- Kedua orang tuaku tercinta 'for teach me, how to see, and to feel'
- My mom 'thank's for believe in me and the rest of the family'
- Kedua kakak ku tercinta (m'fany & m'arief) support, love, pray and all..
- Keluarga Besar Bpk. Suud, Wiradesa, Pekalongan 'atas doanya'
- Keluarga Besar Bpk. Sugeng di Lampung 'atas doa, restu & kasih sayangnya'.
- My other half 'asya-qu' thank's ur love, you're the one who brighten my life and complete me...
- Sweet children : Szesha M Surya, Senja M Surya 'ingatkanku akan masa depan & kedewasaan'
- Adek2qu di lampung dek nurul, dek piah 'jangan nakal ya, inget BELAJAR'.....
- 32 community : M'rizal (atas bimbingan dan nasehat nya), M'peno (teman lemburku sejati), diar (PS teruzzz), soebour de milano, mamat'o (milanisti), M'irul, awank, a'opie (kapan ni kita gila2an lagi), de-griva & keluarga (Dr. music se-jogjakarta), ichoy 'chris john', alfian, iman (rock star gila).
- Home-sweet-home : khanief & dian, angga & dewiq, faisal & nanik, de2k (kebersamaan kita terlalu indah untuk dilewatkan, thank's bgt sudah menemani tangisan dan kegembiraan ku selama ini)
- Soragan kost : m'tyur & m'ditya, m'teta & m'irfan, m'fitri & b'benny, m'windy & Myd, m'ning, dek sarie (untuk kebersamaannya)....
- My friend's : bonar, toni, wan (keep-gothic), agung-bmx, kampret (medolic), ucap, bendot (icon pegadaian), hendra, simbah (for teaching me), fitra, tiko (my great partner in music), jeke DS, m'andri & m'lady (sahabat setia), taufiq 'D-crew', aix, patt-kay, besek & viera, andien, gembest, pantha, T-rex 21, M.taufik & wife, dody & bulan, ringgo (ieeeggttt), anak2 'merdeka' semuanya 'salute'.
- anak2 indie guerillaz, jagostu, captain jack, laquena, mondays, pagi hari (thanks support in my job)
- Eross Chandra (E'chie) my mentor 'thanks a'lot for your accepting my job, my plan & untuk rock star tertunda-nya (rockzzzzzz).
- Stimulus terlampau : polly, sore, prudence, mopychronic : nico, fikri, pe2n, rere, novel, irwan, opek, herla, wan, bay, pet, victor and all... 'for embracing me to optimism and for what we've talked about 'music with the heart'.....so you're all inspiring !!!
- Qelso 'beat up sweet in the box' – rumah seni ku yang terakhir

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu mengaruniakan nikmat-nikmatnya kehamba-hambanya yang kadang lupa diri akan hakekat seorang mahluk. Semoga Nabi dan semua pengikutnya selalu mendoakan ridho dan restu dari Illahi sehingga tujuan Al Islami bukanlah janji yang tiada arti. Nikmat dan ridho Illahi adalah hal penentu yang sangat penting dalam menyelesaikan tugas akhir ini, walaupun bukanlah suatu patokan bahwa keberhasilan tugas akhir adalah keberhasilan dalam menuntu ilmu.

Tugas akhir yang berjudul “persepsi pelanggan terhadap implementasi proses *relationship marketing* pada RSUD Muhammadiyah Yogyakarta“ ini masih jauh dari kesempurnaan akan tetapi mungkin bisa membantu bagi pembaca sebagai salah satu acuan dalam mencipta yang lebih sempurna. Tiada akan selesai tugas akhir ini tanpa bantuan dari orang lain untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini



2. Ibu Hasnah Rimiati, S.E., M.Si. selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Arni Surwanti, Dra. M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Pimpinan RSU PKU Muhammadiyah Yogyakarta dan beserta para staf yang telah berkenan memberikan ijin untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini.
5. Kedua orangtuaku dan keluargaku tercinta yang telah memberikan kasih sayang, keharmonisan dalam keluarga dan panjatan doa untuk peneliti.
6. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi jawaban kuesioner yang diajukan peneliti
7. Para pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 28 September 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
INTISARI.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Konsep Dasar.....	9

2. Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	13
3. Bagian <i>Relationship Marketing</i> .....	14
4. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
5. Pengertian <i>Customer Loyalty</i> .....	20
6. Pengertian <i>Quality of Product</i> .....	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
C. Hipotesis.....	24
D. Model penelitian.....	26
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b> .....	27
A. Metode Penelitian.....	27
1. Subyek dan Obyek Penelitian.....	27
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3. Jenis Data.....	27
4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
1. <i>Understanding Customer Expectation (X<sub>1</sub>)</i> .....	28
2. <i>Building Service Partnership (X<sub>2</sub>)</i> .....	29
3. <i>Empowering Employees (X<sub>3</sub>)</i> .....	29
4. <i>Total Quality Mangement (X<sub>4</sub>)</i> .....	30
5. <i>Customer Satisfaction (Y<sub>1</sub>)</i> .....	30
6. <i>Customer Loyalty (Y<sub>2</sub>)</i> .....	31
7. <i>Quality of Product (Y<sub>3</sub>)</i> .....	31
C. Uji kualitas instrumen.....	33

1. Pengujian Validitas.....	33
2. Pengujian Reliabilitas.....	33
D. Uji Hipotesis.....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
1. Sejarah Umum Perusahaan.....	38
2. Visi RSUD Muhammadiyah Yogyakarta.....	38
3. Misi RSUD Muhammadiyah Yogyakarta.....	39
4. Nilai-nilai yang dikembangkan.....	39
5. Tujuan.....	40
6. Pilar-pilar Organisasi.....	40
7. Pelayanan Rawat Inap dan Rawat Jalan.....	40
8. Unit Penunjang Pelayanan Medis.....	42
B. Analisis Deskriptif.....	43
C. Uji Instrumen Penelitian.....	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas.....	48
D. Pengujian Hipotesis.....	49
1. Hipotesis 1.....	49
2. Hipotesis 2.....	52
3. Hipotesis 3.....	53
4. Hipotesis 4.....	53
5. Hipotesis 5.....	53

6. Hipotesis 6.....	54
7. Hipotesis 7.....	57
8. Hipotesis 8.....	58
9. Hipotesis 9.....	58
10. Hipotesis 10.....	58
11. Hipotesis 11.....	59
12. Hipotesis 12.....	62
13. Hipotesis 13.....	63
14. Hipotesis 14.....	63
15. Hipotesis 15.....	63
E. Pembahasan.....	64
<b>BAB V KESIMPULAN SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	69
C. Keterbatasan Penelitian.....	70
<b>DAFTAR BUSTAKA</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

### Halaman

<b>Tabel 4.1</b> : Hasil Penelitian Jumlah Responden Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin..	43
<b>Tabel 4.2</b> : Hasil Penelitian Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	44
<b>Tabel 4.3</b> : Hasil Penelitian Jumlah Responden Berdasarkan Karakteristik Pendidikan.....	44
<b>Tabel 4.4</b> : Hasil Penelitian Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	45
<b>Tabel 4.5</b> : Hasil Penelitian Jumlah Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	45
<b>Tabel 4.6</b> : Hasil Uji Validitas.....	46
<b>Tabel 4.7</b> : Hasil Uji Reliabilitas.....	48
<b>Tabel 4.8</b> : Hasil Uji Regresi Coefficients Model 1.....	49
<b>Tabel 4.9</b> : Hasil Uji Regresi Anova Model 1.....	51
<b>Tabel 4.10</b> : Hasil Uji Regresi Model Summary Model 1.....	52
<b>Tabel 4.11</b> : Hasil Uji Regresi Coefficients Model 2.....	54
<b>Tabel 4.12</b> : Hasil Uji Regresi Anova Model 2.....	56
<b>Tabel 4.13</b> : Hasil Uji Regresi Model Summary Model 2.....	57
<b>Tabel 4.14</b> : Hasil Uji Regresi Coefficients Model 3.....	59
<b>Tabel 4.15</b> : Hasil Uji Regresi Anova Model 3.....	61
<b>Tabel 4.16</b> : Hasil Uji Regresi Model Summary Model 3.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1</b> : Kuesioner.....	73
<b>Lampiran 2</b> : Tabulasi Data Responden.....	77
<b>Lampiran 3</b> : Hasil Uji Frequencies.....	112
<b>Lampiran 4</b> : Hasil Uji Reliability30 Sampel.....	113
<b>Lampiran 5</b> : Hasil Uji Validitas 30 Sampel.....	118
<b>Lampiran 6</b> : Hasil Uji Validitas Sampel Asli.....	122
<b>Lampiran 7</b> : Hasil Uji Reliabilitas Sampel Asli.....	126
<b>Lampiran 8</b> : Hasil Uji Regresi Model 1.....	130
<b>Lampiran 9</b> : Hasil Uji Regresi Model 2.....	131
<b>Lampiran 10</b> : Hasil Uji Regresi Model 3.....	132