



**HUBUNGAN RELATIONSHIP MARKETING DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT SETIA USAHA JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Disusun Oleh:

Nama : Marius Aris Mariano
NIM : 4430432-016
Jurusan : Marketing Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Marius Aris Marianno
Nim : 4430412-016
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul : Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas
Pelanggan pada PT Setia Usaha Jakarta

Jakarta, Februari 2012
Pembimbing Skripsi,

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Tanggal :



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Marius Aris Marianno
Nim : 4430412-016
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul : Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas
Pelanggan pada PT Setia Usaha Jakarta

Jakarta, Februari 2012

1. Ketua Sidang
(Yoyoh Hereyah M.Si)

(
.....)

2. Penguji Ahli
(SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si.)

(
.....)

3. Pembimbing
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

(
.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Marius Aris Marianno
Nim : 4430412-016
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul : Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas
Pelanggan pada PT Setia Usaha Jakarta

Jakarta, Februari 2012

Pembimbing Skripsi,

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Tanggal :

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Tanggal :

Ketua Program Studi,

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas Pelanggan pada PT Setia Usaha Jakarta”**. Penyusunan skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi jurusan Marketing Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang dikarenakan kurangnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan masukan dan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dukungan serta motivasi dari berbagai pihak, baik dalam pengambilan bahan dan data, penyajian, pembahasan, maupun dalam tehnik penulisannya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, MSi., selaku pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Ibu Dra. Diah Wardhani, MSi., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Semua Dosen Pengajar PKSM Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis ilmu pengetahuan selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Gunawan Hendrawidjaja, selaku Direktur PT. Setia Usaha yang telah memberikan kesempatan penulis melakukan penelitian di perusahaannya.

6. Keluarga penulis tercinta, Mama (alm.), Papa (alm.) Mama-Papa Mertua, Istri-Anak, Kakak-Adik, dan saudara-saudari yang telah banyak memberikan motivasi, dukungan doa, waktu dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman PKK angkatan VI, yang banyak membantu penulis selama masa perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini. Sukses selalu buat kalian.
8. Staf Administrasi Universitas Mercu Buana, yang telah banyak membantu penulis dalam mengurus administrasi selama masa perkuliahan.
9. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan semuanya yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membacanya. Sekian dan terima kasih

Jakarta, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Skripsi	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi Pemasaran	7
2.2 Relationship Marketing	10
2.2.1 Pengertian Relationship Marketing	10
2.2.2 Dimensi Relationship Marketing	12
2.2.3 Strategi Relationship Marketing	15
2.2.4 Prinsip-prinsip Relationship Marketing	18
2.2.5 Manfaat Relationship Marketing	19
2.3 Loyalitas Pelanggan	21
2.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	21
2.3.2 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen	23
2.3.3 Tahap Pertumbuhan Loyalitas Konsumen	25

2.3.4 Menjaga Loyalitas Konsumen	27
2.4 Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas Pelanggan	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	39
3.5 Definisi Konsep	41
3.5.1 Relationship Marketing	41
3.5.2 Loyalitas Pelanggan	42
3.6 Operasional Konsep	43
3.7 Analisa Data	44
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.7.2 Koefisien Korelasi	46
3.7.3 Hipotesis	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1 Sejarah PT Setia Usaha	48
4.1.2 Visi dan Misi PT Setia Usaha.....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.2.1 Karakteristik Responden	50
4.2.2 Relationship Marketing.....	52
4.2.3 Loyalitas Konsumen	59
4.3 Analisa Hasil Penelitian	65
4.3.1 Uji Validitas	66
4.3.2 Uji Reliabilitas	68

4.3.3 Uji Korelasi Spearman	69
4.3.4 Uji Hipotesis	71
4.4 Pembahasan Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas Konsumen	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data klien perusahaan untuk semester pertama tahun 2011	37
Tabel 3.2	Operasional variabel	43
Tabel 3.3	Skor jawaban tentang relationship marketing dengan loyalitas konsumen	44
Tabel 4.1	Bidang usaha pelanggan	50
Tabel 4.2	Lama menjadi pelanggan	51
Tabel 4.3	Dasar pertimbangan pelanggan	51
Tabel 4.4	Janji perusahaan	52
Tabel 4.5	Konsistensi perusahaan	52
Tabel 4.6	Penghargaan dari perusahaan	53
Tabel 4.7	Kualitas yang dihasilkan	53
Tabel 4.8	Jasa yang sesuai kebutuhan	54
Tabel 4.9	Fleksibel dalam pelayanan	54
Tabel 4.10	Pelayanan yang baik	55
Tabel 4.11	Janji yang tepat	55
Tabel 4.12	Informasi yang akurat	56
Tabel 4.13	Kompetensi karyawan	56
Tabel 4.14	Ikatan antara perusahaan dengan pelanggan	57
Tabel 4.15	Solusi yang terbaik	57
Tabel 4.16	Tabulasi Nilai <i>Relationship Marketing</i>	58
Tabel 4.17	Cetak promosi di masa mendatang	59
Tabel 4.18	Cetak kebutuhan kantor masa mendatang	59
Tabel 4.19	Selalu mencetak pada perusahaan	60
Tabel 4.20	Kualitas dan mutu yang diberikan	60
Tabel 4.21	Fasilitas yang diberikan	61
Tabel 4.22	Keunggulan perusahaan	61
Tabel 4.23	Pelayanan perusahaan	62
Tabel 4.24	Kualitas dan mutu	62
Tabel 4.25	Saran kepada orang lain	63

Tabel 4.26	Harga dari kompetitor	63
Tabel 4.27	Diskon dari kompetitor	64
Tabel 4.28	Bujuk rayu kompetitor	64
Tabel 4.29	Tabulasi Nilai Loyalitas Konsumen	65
Tabel 4.30	Uji Validitas Relationship Marketing dengan KMO.....	66
Tabel 4.31	Uji validitas indikator pada relationship marketing	67
Tabel 4.32	Uji Validitas Loyalitas Konsumen dengan KMO	67
Tabel 4.33	Uji validitas indikator pada loyalitas konsumen	68
Tabel 4.34	Uji reliabilitas variabel relationship marketing	69
Tabel 4.35	Uji reliabilitas variabel loyalitas konsumen	69
Tabel 4.36	Nilai korelasi relationship marketing dengan loyalitas konsumen	70
Tabel 4.37	Tafsiran angka-angka korelasi	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data
Lampiran 3	Hasil Output SPSS