



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*,
KOMITMEN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**

TESIS

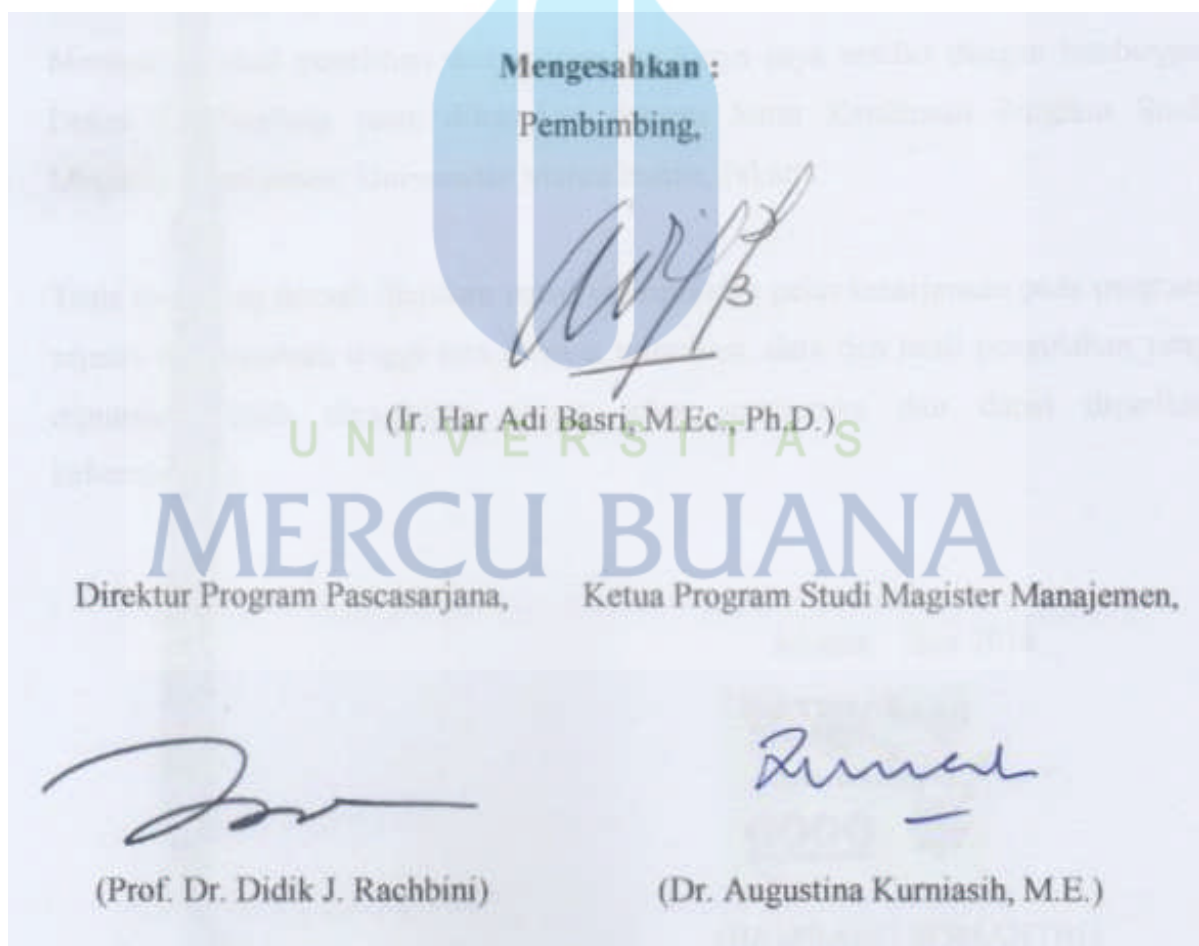
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**BAMBANG SOMANTRI
55114110007**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Relationship Marketing*, Komitmen, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan
Bentuk Karya Akhir : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Bambang Somantri
NIM : 55114110007
Tanggal : 17 Juni 2016



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh *Relationship Marketing*, Komitmen, Kualitas Layanan

terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Bambang Somantri

NIM : 55114110007

Tanggal : Juni 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.



KATA PENGANTAR

Atas rahmat Allah SWT serta atas segala karuniaNYA pada penulis, Alhamdulillah Hirrabibil Allamin akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini dengan judul : Pengaruh *Relationship Marketing*, Komitmen dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar MM (Magister Manajemen) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis menyadari, bahwa Tesis ini dapat diselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung yang telah memberikan kontribusi yang tinggi kepada penulis dalam penyelesaian Tesis ini.

Secara khusus pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan maksimal membimbing dan mengarahkan penulis selama proses penyusunan Tesis ini hingga Tesis ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, MBA., Ph.D., selaku pembahas pada Seminar Proposal dan Ujian Tesis yang telah memberikan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak Dr. Badawi Saluy, S.E., MM, selaku Ketua Sidang pada Ujian Sidang Tesis yang telah memberikan masukan pada penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya.
5. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Prodi Magister Manajemen yang telah membantu penulis pada saat proses perkuliahan.
6. Eltini Hanafi, S.Kom., istriku tercinta yang telah memberikan kesempatan serta dukungan penuh pada penulis untuk melanjutkan studi hingga terselesaikannya

studi Magister Manajemen ini.

7. Anak-anak ku tersayang : Jessica Deviana Utami, Jehan Deandra Somantri dan Raenaldi Aryasatya Somantri yang dengan penuh kesabaran dan do'anya mendukung penulis untuk meraih Gelar Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana, Jakarta.
8. Rekan-rekan MM Angkatan 25-408, yang telah saling memberikan masukan pada penulis.

Dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa Tesis ini masih memiliki banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar lebih sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun, agar Tesis ini dapat lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Akhirnya penulis berharap semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Terimakasih.



UNIVERSITAS
Jakarta, Juni 2016
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I – PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	10
BAB II – DESKRIPSI PERUSAHAAN (PENELITIAN)	12
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.2. Lingkup Badan Usaha	14
2.3. Struktur Organisasi	14
2.4. Tantangan Bisnis	15
BAB III - TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	17
3.1. <i>Relationship Marketing</i>	17
3.2. Komitmen	20
3.3. Kualitas Layanan	24

3.4.	Kepuasan Pelanggan	26
3.5.	Loyalitas Pelanggan.....	32
3.5.	Penelitian Terdahulu	34
3.6.	Kerangka Pemikiran	38
3.7.	Hipotesis	39
BAB IV	- METODOLOGI PENELITIAN	41
4.1.	Desain Penelitian	41
4.2.	Operasional Variabel	41
4.3.	Jenis dan Sumber Data.....	43
4.4.	Teknik Pengumpulan Data	44
4.5.	Matriks Korelasi Antar Dimensi	44
4.6.	Populasi dan Sampel Penelitian	45
4.7.	Metode Analisis Data	47
4.7.1.	Uji Validitas	47
4.7.2.	Uji Reliabilitas	48
4.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.7.3.1.	Uji Normalitas	50
4.7.3.2.	Uji Heteroskedastisitas	51
4.7.4.	Koefesien Determinasi	52
4.7.4.1.	Uji Parsial atau Individual (Uji <i>t</i>).....	54
4.7.4.2.	Uji Simultan atau Bersama (Uji <i>F</i>)	54
4.7.5.	Koefesien Korelasi	55
BAB V	- HASIL DAN PEMBAHASAN	57
5.1.	Karakteristik Responden	57
5.2.	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	59
5.3.	Hasil Uji Validitas	62
5.4.	Hasil Uji Reliabilitas	64
5.5.	Hasil Uji Normalitas	65
5.6.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

5.7. Uji Hipoteses dan Analisis Jalur ..	68
5.7.1. Hasil Analisis Jalur Model 1	69
5.7.2. Hasil Analisis Jalur Model 2	73
5.7.3. Analisis Jalur Model 1 dan Model 2	79
5.7.4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	81
5.8. Analisis Koefesien Korelasi Antar Dimensi	84
BAB VI - KESIMPULAN DAN SARAN	94
6.1. Kesimpulan	94
6.2. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	126



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Fluktuasi Loyalitas Pelanggan	6
Tabel 2.1. Data Karyawan	15
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1. Tabel Operasional	42
Tabel 4.2. Matriks Korelasi Antar Dimensi	45
Tabel 4.3. Kriteria Uji Validitas	48
Tabel 4.4. Penilaian Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.5. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	53
Tabel 4.6. Pedoman Koefesien Korelasi	54
Tabel 4.7. Pedoman Interpretasi Koefesien Korelasi	56
Tabel 5.1. Karakteristik Responden	57
Tabel 5.2. Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 5.3. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 5.4. Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 5.5. Uji t Jalur Model 1	69
Tabel 5.6. Koefesien Determinasi (R^2) Jalur Model 1.....	72
Tabel 5.7. Hasil Uji F Jalur Model 1.....	72
Tabel 5.8. Uji t Jalur Model 2	73
Tabel 5.9. Koefesien Determinasi (R^2) Jalur Model 2.....	77
Tabel 5.10. Hasil Uji F Jalur Model 2.....	77
Tabel 5.11. Hasil Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	81
Tabel 5.12. Analisis Koefesien Korelasi Antar Dimensi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Struktur Organisasi	29
Gambar 3.1.	<i>Customer satisfaction model</i>	29
Gambar 3.2.	Konsekuensi Kepuasan Pelanggan	30
Gambar 3.3.	Kerangka Pemikiran	38
Gambar 5.1.	Hasil Uji Normalitas.....	66
Gambar 5.2.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Jalur Model 1	67
Gambar 5.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Jalur Model 2	68
Gambar 5.4.	Klausual Empiris Antar Jalur Model 1 dan Jalur Model 2	78



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner	106
Lampiran 2.	Karakteristik Responden	109
Lampiran 3.	Hasil Kuesioner Variabel Relationship Marketing	111
Lampiran 3.	Hasil Kuesioner Variabel Komitmen	112
Lampiran 3.	Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Layanan	113
Lampiran 3.	Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan	114
Lampiran 3.	Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan	115
Lampiran 4.	Ringkasan Hasil Kuesioner	116
Lampiran 5.	Hasil Uji Validitas	117
Lampiran 6.	Hasil Uji Reliabilitas	119
Lampiran 7.	Hasil Uji Normalitas	120
Lampiran 8.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	122
Lampiran 9.	Hasil Analisis Uji Model Jalur 1	123
Lampiran 10.	Hasil Analisis Uji Model Jalur 2	123
Lampiran 11.	Hasil Analisis Koefesien Korelasi Antar Dimensi	124

UNIVERSITAS
MERCU BUANA