

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN HARAPAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT ASURANSI MEGA PRATAMA JAKARTA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Nama : Gayuh Sapto Aji

NIM : 4311-2120-041



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN HARAPAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT ASURANSI MEGA PRATAMA JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Gayuh Sapto Aji

NIM : 43112120041

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Gayuh Sapto Aji
NIM : 43112120041
Program Studi : S1 Manajemen
JudulSkripsi : Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan
Harapan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen
Pada PT Asuransi Mega Pratama Jakarta
Tanggal Lulus Ujian : 23 Februari 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Tafiprios, SE., MM

Tanggal : 27/2/2015

Ketua Penguji,



Zulfitri, MS.,MM

Tanggal : 27/2/2015

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS.,CA

Tanggal : 28/2/2015

Ketua Program Studi
Manajemen-S1



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 28/2 2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Gayuh Sapto Aji

N.I.M. : 43112120041

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Strata-1

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Februari 2015



Gayuh Sapto Aji

NIM : 43112120041

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala ridhoNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN HARAPAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT ASURANSI MEGA PRATAMA JAKARTA”**.Penyusunan skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan yang dikarenakan kurangnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun penulis mengharapkan agar skripsi yang telah disusun ini memberikan masukan yang membangun dan juga bermanfaat.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat atas doa dan motivasinya, serta dalam proses pembuatan skripsi mulai dari pengambilan data sampai pada penyelesaian skripsi ini.Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS.,CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Tafiprios, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan waktu dalam membantu selama proses bimbingan skripsi.
5. Para dosen yang telah memberikan ilmu serta bimbingannya selama proses perkuliahan.
6. Kedua orang tua Bapak Suroso dan Ibu Komariyah, mas Rizky Pradita, Ramdhani Rahadhian, Rafi Al Muiz, atas segala doa, cinta dan motivasinya yang begitu tulus dan ikhlas tiada henti.
7. Seluruh teman-teman PT Asuransi Mega Pratama Jakarta, para sahabat Dhika, Wahyu, Lukman, Wily Serta sahabat-sahabat yang lain atas segala doa, motivasi, dan bantuannya.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung selama proses pendidikan dan penelitian.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahNya serta membalas segala kebaikan semuanya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dengan baik. Atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dari lubuk hati yang paling dalam penulis mohon maaf yang setulus-tulusnya.

Jakarta ,.....

Penulis

Gayuh Sapto Aji

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Landasan Teori.....	8

2.1.1	Pengertian Pemasaran	8
2.1.2	Pengertian Jasa	10
2.1.3	<i>Relationship Marketing</i>	11
2.1.4	Harapan Pelanggan.....	17
2.1.5	Loyalitas Pelanggan	25
2.2	Penelitian Terdahulu	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	31
2.2	Hipotesis.....	31
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Waktu Dan Tempat Penelitian	32
3.2	Variabel Penelitian.....	32
3.3	Populasi Dan Sampel	34
3.4	Teknik Pungumpulan Data.....	35
3.5	Metode Pengolahan dan Analisis Data	36
3.5.1	Teknik pengolahan data	36
3.5.2	Teknik Analisis Data.....	36
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.2	Analisis Deskriptif	46

4.3	Analisis Data dan Pembahasan	70
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	74
4.3.3	Regresi Linear Berganda.....	79
4.3.4	Uji Hipotesis	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen Tahun 2012 Dan 2013	3
Tabel 1.2	Jumlah Status Konsumen Tahun 2012 Dan 2013.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Responden.....	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Tabel 4.4	Pernyataan Kuisisioner Pada Variabel <i>Relationship Marketing</i>	50
Tabel 4.5	Pernyataan Kesesuaian Janji Yang Diberikan Kepada Pelanggan Oleh PT Asuransi Mega Pratama	51
Tabel 4.6	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Memberikan Rasa Aman Pada Pelanggan.....	51
Tabel 4.7	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Konsiten Memenuhi Kebutuhan Pelanggan	52
Tabel 4.8	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Membuat Keputusan Yang Menyesuaikan Kebutuhan Pelanggan.....	53

Tabel 4.9	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Memberikan Informasi Tepat Waktu Dan Dapat Dipercaya.....	53
Tabel 4.10	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Memberikan Informasi Jika Ada Hal Baru	54
Tabel 4.11	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Terbuka Dan Mendiskusikan Dengan Pelanggan Ketika Terjadi Masalah	55
Tabel 4.12	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Berusaha Memecahkan Masalah Yang Timbul	55
Tabel 4.13	Pernyataan Kuisisioner Pada Variabel Harapan Pelanggan	56
Tabel 4.14	Pernyataan Akses Pelayanan Yang Memudahkan Pelanggan.....	57
Tabel 4.15	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Melayani Dengan Mendatangi Pelanggan	58
Tabel 4.16	Pernyataan Produk PT Asuransi Mega Pratama Telah Mendapatkan Izin Resmi.....	58
Tabel 4.17	Pernyataan Penjualan Produk PT Asuransi Mega Pratama Diawasi Oleh Lembaga Atau Badan Yang Berwenang.....	59
Tabel 4.18	Pernyataan Harga PT Asuransi Mega Pratama Yang Ditawarkan Bisa Dterima Dengan Baik	60
Tabel 4.19	Pernyataan Harga yang ditawarkan PT Asuransi Mega Pratama wajar	60

Tabel 4.20	Pernyataan Pelayanan PT Asuransi Mega Pratama Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan	61
Tabel 4.21	Pernyataan Pelayanan PT Asuransi Mega Pratama Yang Ramah Terhadap Pelanggan	62
Tabel 4.22	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Memberikan Jaminan Dengan Baik	62
Tabel 4.23	Pernyataan PT Asuransi Mega Pratama Tanggung Jawab Atas Kesalahan.....	63
Tabel 4.24	Pernyataan Kuisisioner Pada Variabel Loyalitas Pelanggan.....	64
Tabel 4.25	Pernyataan Keinginan Mengulang Kembali Pembelian Produk PT Asuransi Mega Pratama.....	65
Tabel 4.26	Pernyataan Keinginan Meningkatkan Pembelian Produk PT Asuransi Mega Pratama.....	65
Tabel 4.27	Pernyataan Keinginan Membeli Produk Lain PT Asuransi Mega Pratama	66
Tabel 4.28	Pernyataan Keinginan Berlangganan Produk Lain PT Asuransi Mega Pratama	67
Tabel 4.29	Pernyataan Keinginan Menawarkan Produk PT Asuransi Mega Pratama Kepada Orang Lain.....	67

Tabel 4.30	Pernyataan Keinginan Menyebarkan Hal Positif Tentang Produk Atau Perusahaan PT Asuransi Mega Pratama.....	68
Tabel 4.31	Pernyataan Tidak Ingin Mencoba Produk Lain Selain Dari PT Asuransi Mega Pratama.....	69
Tabel 4.32	Pernyataan Menolak Tawaran Atas Produk Selain PT Asuransi Mega Pratama	69
Tabel 4.33	Hasil Uji Validitas Variable <i>Relationship Marketing</i>	71
Tabel 4.34	Hasil Uji Validitas Variable Harapan Pelanggan	72
Tabel 4.35	Hasil Uji Validitas Variable Loyalitas Pelanggan.....	73
Tabel 4.36	Hasil Uji Reliabilitas Variable.....	74
Tabel 4.37	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	76
Tabel 4.38	Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.39	Hasil analisis regresi linear berganda	80
Tabel 4.40	Uji F.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Zone of tolerance.....	21
Gambar 2.2	Tiga Pilar Loyalitas Pelanggan	28
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Asuransi Mega Pratama	45
Gambar 4.2	Uji Probabilitas P-plot.....	75
Gambar 4.3	Grafik heteroskedastisitas	79

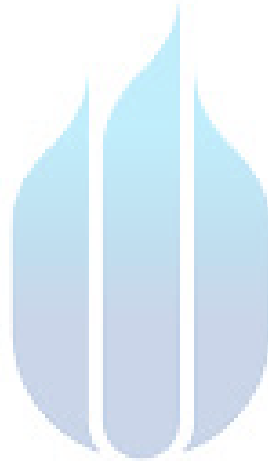


DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER

LAMPIRAN 2 JAWABAN PERNYATAAN KUISIONER VARIABEL

LAMPIRAN 3 OUTPUT SPSS ANALISIS DATA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA