



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *RELATIONSHIP*
MARKETING, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.
ASURANSI WAHANA TATA**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

TESIS

VICTOR EFENDI HARAHAHAP

55114120088

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2017



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *RELATIONSHIP*
MARKETING, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.
ASURANSI WAHANA TATA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

VICTOR EFENDI HARAHAHAP

55114120088

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2017

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Perusahaan, *Relationship Marketing*,
Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan
Pelanggan Pada PT. Asuransi Wahana Tata

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Victor Efendi Harahap

NIM : 55114120088

Program : Magister Manajemen

Tanggal : April 2017

Mengesahkan

Pembimbing I

Pembimbing II


(Dr. Dendi Anggi Gumilang, SE, MM)


(Dr. Augustina Kurniasih, M.E.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen


(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)


(Dr. Aty Herawati, M.Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Pengaruh Citra Perusahaan, *Relationship Marketing*, Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Asuransi Wahana Tata

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Victor Efendi Harahap

NIM : 55114120088

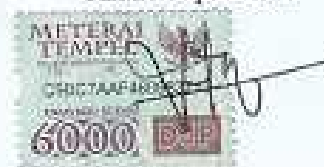
Program : Magister Manajemen

Tanggal : April 2017

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

Tesis ini belum pernah disajikan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua Informasi, Data, dan Hasil pengolahan data yang disajikan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta April 2017



Victor Efendi Harahap

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT Tuhan yang maha Esa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Pengaruh Citra Perusahaan, *Relationship Marketing*, Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Asuransi Wahana Tata.

Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian Tesis ini, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Dendi Anggi Gumilang, SE, MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan ilmunya kepada penulis.
2. Dr. Augustina Kurniasih, M.E. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis.
3. Dr. Farida Emi M.M., selaku Ketua Sidang pada Ujian Tesis, yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian Tesis ini.
4. **Prof. Dr. S. Pantja Djati. M.Si, MA**, selaku Penguji Sidang pada Ujian Tesis, yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian Tesis ini.
5. Prof, Dr. Didik J. Rachbini Selaku Direktur Program Pascasarjana, yang telah memberikan pelajarannya selama ini.
6. Dr, Aty Herawati, M.Si Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen pascasarjama magister manajemen Universitas mercu buana,
8. Ayah Gusnar Harahap, Ibu Dahlia Hasibuan, kakak-kakak dan Adik.
9. Nania Putri Anggreini, yang selalu memberikan support dan semangat.
10. Anggi Dewita, Muhammad Taufik, Danny Prasetyo.
11. Rekan-rekan Magister Manajemen, Universitas Mercubuana.

12. Karyawan PT. Asuransi Wahana Tata yang dengan ramah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tesis ini, oleh karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan penulisan karya ilmiah selanjutnya. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah peramalan penjualan.

Jakarta, April 2017



Victor Efendi Harahap

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAKS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	lxxxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi.....	6
1.2 Rumusan Masalah, Batasan Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Perusahaan	10
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha	11
2.3 Visi, Misi dan Nilai Dasar	14
2.4 Tantangan Bisnis	15

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HIPOTESIS	17
3.1 Citra Perusahaan	17
3.2 <i>Relationship Marketing</i>	19
3.2.1 Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	20
3.2.2 Manfaat <i>Relationship Marketing</i>	22
3.2.3 Program <i>Relationship Marketing</i>	23
3.2.4 Dimensi <i>Relationship Marketing</i>	25
3.3 Kepuasan Pelanggan	33
3.4 Loyalitas Pelanggan	36
3.4.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	38
3.5 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan..	39
3.6 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
3.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	41
3.8 Penelitian Terdahulu	41
3.9 Kerangka Pemikiran	43
3.10 Hipotesis	44
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	45
4.1 Jenis / Desain Penelitian	45
4.2 Variabel Penelitian	45
4.2.1 Definisi Operasional	47
4.3 Populasi dan Sampel Penelitian	59
4.3.1 Populasi	59

4.3.2	Sampel Penelitian	50
4.4	Jenis dan Sumber Data	51
4.5	Teknik Pengumpulan Data	51
4.6	Teknik Analisis Data	52
4.6.1	Uji Instrumen	53
4.6.1.1	Uji Validitas	53
4.6.1.2	Uji Reliabilitas	54
4.6.2	Uji Hipotesis	56
4.6.3	Analisis Korelasi Antar - Dimensi	60
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
5.1	Hasil Penelitian	63
5.1.1	Karakteristik Responden	63
5.1.2	Statistik Deskriptif	65
5.2	Analisis	65
5.2.1	Hasil Uji Validitas Variabel	65
5.2.1.1	Variabel Citra Perusahaan	66
5.2.1.2	Variabel <i>Relationship Marketing</i>	66
5.2.1.3	Variabel Kepuasan Pelanggan	67
5.2.1.4	Variabel Loyalitas Pelanggan	68
5.2.2	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	69
5.2.3	Analisis Model Struktural	70
5.2.4	Analisis Model Struktural Setelah Modifikasi	71
5.3	Analisis Korelasi Antar Dimensi	73
5.4	Pembahasan	74
5.4.1	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap	

Kepuasan Pelanggan	74
5.4.2 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap	
Kepuasan Pelanggan	75
5.4.3 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap	
Loyalitas Pelanggan	75
5.4.4 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap	
Loyalitas Pelanggan	76
5.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap	
Loyalitas Pelanggan	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1 Kesimpulan	77
6.1 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1.1 Kategori Polis Asuransi Kendaraan Bermotor	5
1.2 Top Brand Index Merek Asuransi Kendaraan Bermotor Indonesia	6
3.1 Penelitian Terdahulu	42
4.1 Operasional Variabel	47
4.2 Interpretasi Koefisien Korelasi	61
4.2 Analisis Korelasi Antar Dimensi	61
5.1 Karakteristik Usia Responden.....	64
5.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	65
5.3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	66
5.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i>	67
5.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	67
5.6 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	68
5.7 Hasil Uji Reliabilitas	69
5.8 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	71
5.9 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Setelah Modifikasi	72
5.11 Hasil Pengujian Hipotesis	72
5.11 Hasil Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	73

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1.1 Jumlah Polis Asuransi Kendaraan Bermotor	4
3.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	34
3.2 Kerangka Pemikiran	43
5.1 Model Pengukuran Variabel Citra Perusahaan	68
5.2 Model Pengukuran Variabel <i>Relationship Marketing</i>	70
5.3 Analisis Model Struktural	70
5.4 Analisis Model Struktural Setelah Dimodifikasi	71



UNIVERSITAS
MERCU BUANA