

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *CUSTOMER TRUST* DAN PROMOSI DAGANG PADA LOYALITAS PELANGGAN PT. ADITAMA GRAHA LESTARI

SKRIPSI

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



**Nama : Risyati
NIM : 43113110181**

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risyati
NIM : 43113110181
Program Studi : Manajemen S1

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 dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Agustus 2017



Risyati
NIM : 43113110181


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Risyati
NIM : 43113110181
Program Studi : Manajemen – S1
Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing*, *Customer Trust* dan Promosi Dagang pada Loyalitas Pelanggan PT. Aditama Graha Lestari
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Christina Ariadne Sekar Sari, SE., MM

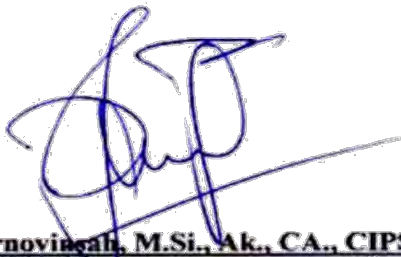
Dr. Suharno Prawiro Sumarto, S.Kom., MM

Tanggal : 5/9-2017

Tanggal : 5/9-2017

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Harnovingsih, M.Si., Ak., CA., CIPSAS.

Dudi Permana, ST., MM., Ph.D.

Tanggal : 8/9-2017

Tanggal : 6/9-2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa penulis panjatkan, atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayah, serta Innayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini, yang berjudul **“Pengaruh *relationship marketing, customer trust, dan promosi dagang terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Aditama Graha Lestari*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. dengan bantuan dan dukungan serta kerja keras yang penulis lakukan dibantu dan disupport dosen pembimbing, teman-teman mahasiswa UMB dan keluarga tercinta.

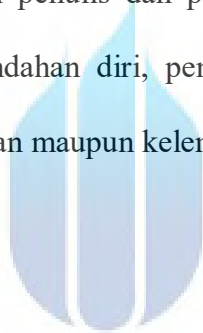
Penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan-kekurangannya akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman, maka dari itu penulis masih mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak agar penelitian ini menjadi sempurna dan bermanfaat. Penyusunan skripsi penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan serta peran yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Christina Ariadne Sekar Sari, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang tak pernah mengenal lelah dalam melakukan pendampingan bimbingan selalu memberikan saran, waktu, motivasi, semangat, masukan, ilmu pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dari awal penyusunan sampai selesai. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan rasa syukur yang tertinggi dan sebesar-besarnya atas

kekuatan dan ridho Allah SWT yang telah mencurahkan nikmat, rahmat dan anugerahnya dan penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, antara lain :

1. Kedua orang tua tercinta dan suami serta anak-anak tersayang yang telah memberikan doa, semangat dan dukungannya baik moral dan material yang tidak terhitung dan tidak ternilai kepada penulis serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, M.Si., Ak., CA., CIPSAS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana., ST, MM, Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Christina Ariadne Sekar Sari, SE., MM, selaku Dosen Metodologi penelitian pemasaran yang telah membantu dan mengarahkan dalam penulisan proposal penelitian dengan baik.
6. Teman-teman dari semester 1 hingga akhir penulis ucapkan terimakasih atas kebersamaan dan persaudaraannya selama ini untuk saling membantu dan memberikan support dalam menjalani kehidupan di lingkungan pendidikan Universitas Mercu Buana.
7. Dosen – dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan segenap ilmu pengetahuan serta bantuan dan pelayanannya.

8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan sehubungan dengan keterbatasan kemampuan, dan pengetahuan penulis. Oleh Karena itu penulis sangat mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada kesalahan maupun kelemahan dalam penulisan skripsi ini.



Jakarta, 01 Agustus 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Risyati

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah penelitian.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
1. Tujuan penelitian.....	10
2. Kontribusi penelitian.....	10
1) Manfaat bagi penulis.....	10
2) Manfaat bagi PT. Aditama Graha Lestari	11
3) Manfaat bagi akademisi	11
4) Manfaat bagi masyarakat luas.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	12
1. <i>Pemasaran</i>	12
2. <i>Manajemen Pemasaran</i>	13
3. <i>Relationship Marketing</i>	14
4. <i>Customer Truss/Kepercayaan Pelanggan</i>	19
5. <i>Promosi Dagang</i>	23
6. <i>Loyalitas Pelanggan</i>	27

7. Peran Relationship Marketing, Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Dagang Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.	29
8. Penelitian Terdahulu.....	31
B. Rerangka Pemikiran.....	32
C. Hipotesis Penelitian.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	37
1. Sejarah singkat PT. Aditama Graha Lestari.....	37
2. Waktu Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel.....	39
D. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Metode Analisis.....	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian.....	72
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	72
2. Karakteristik Profil Responden.....	73
a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	75
b. Deskripsi responden berdasarkan usia.....	76
c. Deskripsi responden berdasarkan pendidikan.....	77
d. Deskripsi responden berdasarkan jabatan pekerjaan.....	78
e. Deskripsi responden berdasarkan penggunaan sosial media....	78
B. Hasil Uji Kualitas Data.....	80
1. Hasil Uji validitas.....	81
a. Hasil Uji Validitas Relationship marketing.....	81
b. Hasil Uji Validitas <i>Customer trust</i>	82
c. Hasil Uji Validitas Promosi dagang.....	83

d. Hasil Uji Validitas Loyalitas pelanggan.....	84
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	84
...	
C. Pengolahan Data Dan Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	84
1. Uji kecocokan model pengukuran untuk masing-masing variable penelitian.....	86
a. Relationship Marketing.....	86
b. Customer trust.....	88
c. Promosi Dagang.....	90
d. Loyalitas Pelanggan.....	91
2. Uji kecocokan model pengukuran keseluruhan.....	93
a. Relationship Marketing.....	96
b. Customer trust.....	100
c. Promosi Dagang.....	103
d. Loyalitas Pelanggan.....	106
3. Uji kecocokan model pengukuran keseluruhan setelah eliminasi Indicator.....	112
4. Uji kecocokan model struktural (Uji T).....	115
D. Hasil Uji Hipotesis.....	115
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	116
1. Relationship Marketing.....	116
2. Customer Trust.....	117
3. Promosi Dagang.....	118

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	120
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
DAFTAR LAMPIRAN.....	128

DAFTAR TABEL

No. Keterangan	Halaman
1.1 DATA PEMBELIAN PER <i>CUSTOMER</i> (10 <i>CUSTOMER</i> PT. ADITAMA GRAHA LESTARI).....	5
1.2 DATA PENJUALAN PT. ADITAMA GRAHA LESTARI (DATA 5 TAHUN).....	6
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	31
3.1 VARIABEL, DIMENSI DAN INDIKATOR	42
3.2 INSTRUMEN SKALA LIKERT	49
3.3 NOTASI LISREL.....	50
3.4 <i>GOODNESS OF FIT INDEX</i>	67
4.1 DESKRIPSI RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	75
4.2 DESKRIPSI RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	75
4.3 DESKRIPSI RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN	77
4.4 DESKRIPSI RESPONDEN BERDASARKAN JABATAN DALAM PEKERJAAN	78
4.5 DESKRIPSI RESPONDEN BERDASARKAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA	80
4.6 UJI VALIDITAS VARIABEL <i>RELATIONSHIP MARKETING</i>	81
4.7 UJI VALIDITAS VARIABEL <i>CUSTOMER TRUST</i>	82
4.8 UJI VALIDITAS VARIABEL PROMOSI DAGANG	83
4.9 UJI VALIDITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN.....	84
4.10 UJI RELIABILITAS	85
4.11 HASIL UJI KECOCOKAN MODEL PENGUKURAN	95
4.12 HASIL UJI KECOCOKAN MODIFIKASI MODEL.....	114

4.13 HASIL UJI KECOCOKAN STRUKTURAL MODEL PENELITIAN.....	116
4.14 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS.....	117



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	RERANGKA PEMIKIRAN	59
3.1	DIAGRAM JALUR.....	64
4.1	MODEL PENGUKURAN VARIABEL <i>RELATIONSHIP</i> <i>MARKETING</i>	85
4.2	MODEL PENGUKURAN VARIABEL <i>CUSTOMER TRUST</i>	87
4.3	MODEL PENGUKURAN VARIABEL PROMOSI DAGANG.....	89
4.4	MODEL PENGUKURAN VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN....	90
4.5	MODEL PENGUKURAN KONSTRUK VARIABEL PENELITIAN.....	92
4.6	MODEL PENGUKURAN VARIABEL <i>RELATIONSHIP</i> <i>MARKETING</i> 95	
4.7	MODEL PENGUKURAN VARIABEL <i>CUSTOMER TRUST</i>	99
4.8	MODEL PENGUKURAN VARIABEL PROMOSI DAGANG	102
4.9	MODEL PENGUKURAN VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN....	105
4.10	MODEL PENGUKURAN KONSTRUK VARIABEL PENELITIAN.....	108
4.11	MODEL PENGUKURAN MODIFIKASI MODEL.....	111
4.12	MODEL STRUKTURAL (T-VALUE).....	113

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	130
Lampiran 2 Goodness Of Fit Statistic Model Structural Lengkap 130.....	136
Lampiran 3 Goodness Of Fit Statistic Model Structural Valid	141
Lampiran 4 Goodness Of Fit Statistic Model Structural Modifikasi	147
Lampiran 5 Goodness Of Fit Statistic Model Structural Valid Modifikasi	155
Lampiran 6 Model Struktural Penelitian.....	167

