

**PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA CARREFOUR
KARTASURA DI SUKOHARJO**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

**FAHAD MUCHSIN
NIM. B 100 0 70 040**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

“PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PADA CARREFOUR KARTASURA DI
SUKOHARJO”

Yang ditulis oleh :

FAHAD MUCHSIN
NIM. B 100070 040

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta, 2012

Pembimbing

(Drs. Edi Priyono, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **FAHAD MUCHSIN AL-AMUDI**
NIRM : **07.6.106.02016.500040**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP
MARKETING TERHADAP CUSTOMER
LOYALTY PADA CARREFOUR KARTASURA DI
SUKOHARJO**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,.....18 Ferbruari 2012

Yang membuat pernyataan,

FAHAD MUCHSIN AL-AMUDI

MOTTO

? *Dan laksanakan salat, tunaikan zakat, dan taatlah kepada Rasul
(Muhammad agar kamu diberi Rahmat)*

(Q.S. An – Nur : 56)

? *Rumongso melu handarbeni, wajib melu hangrunkebi, mulat
sariro angroso warni*

(KGPAA. Mangkunegara I)

? *Berdoa, Belajar, Berusaha dan hidup sederhana.*

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan tulus ikhlas, skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ✍ Ayah dan ibuku tercinta, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan semangatnya
- ✍ Mama Endang yang telah mendukung dan memberikan support selalu dan memberikan doa dan kasih sayang
- ✍ Adik-adikku tersayang
- ✍ Nu'im, Afnan, Kadir, Fickar, Haidar yang telah berjuang bersama sejak awal kuliah
- ✍ Semua teman-teman baikku yang selalu membantu dalam segala hal

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian : 1) Untuk menguji pengaruh dari *Understanding Customer Expectation* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo. 2) Untuk menguji pengaruh dari *Building Service Partnership* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo. 3) Untuk menguji pengaruh dari *Total Quality Management* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo. 4) Untuk menguji pengaruh dari *Empowering Employees* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo.

Hipotesis : 1) H1 : Diduga terdapat pengaruh signifikan *Understanding Customer Expectation* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo. 2) H2 : Diduga terdapat pengaruh signifikan *Building Service Partnership* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo. 3) H3 : Diduga terdapat pengaruh signifikan *Total Quality Management* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo. 4) H4 : Diduga terdapat pengaruh signifikan *Empowering Employees* terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura di Sukoharjo

Berdasarkan hasil uji t diperoleh variabel *Understanding Customer Expectation* (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura, variabel *Building Service Partnership* (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura, variabel *Total Quality* (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura, dan variabel *Empowering Employees* (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura.

Hasil uji F diperoleh hasil variabel *Understanding Customer Expectation* (X_1), *Building Service Partnership* (X_2), *Total Quality* (X_3), *Empowering Employees* (X_4) berpengaruh secara bersama-sama terhadap *Customer Loyalty* pada Carrefour Kartasura.

Keywords : *Understanding Customer Expectation*, *Building Service Partnership*, *Total Quality*, *Empowering Employees* dan *Customer Loyalty*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan suka rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Kepada Bapak Prof. Dr. H. Bambang Setiaji, Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Edi Priyono, MM selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

6. Ayahanda tercinta dan ibuku tersayang terima kasih atas dukungannya dan selalu mendoakan juga kasih sayangnya selama ini.
7. Mama Endang tersayang terimakasih atas doa, dukungan dan juga kasih sayangnya selama ini.
8. Adik-adikku tersayang
9. Terima kasih seluruh teman-teman Fatah dan Alirsyad yang selalu berkumpul bersama baik pada saat susah ataupun bahagia
10. Seluruh pihak yang tidak sempat ditulis dan yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran penulisan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, 2012

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iii |
| HALAMAN MOTTO..... | iv |
| ABSTRAKSI..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| E. Sistematika Skripsi..... | 6 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| A. Pengertian Pemasaran | 9 |
| B. Manajemen Pemasaran..... | 12 |
| C. Pengertian Relationship Marketing..... | 12 |
| 1. Bagian Relationship Marketing..... | 15 |
| 2. Relationship Marketing Inputs..... | 15 |

| | |
|--|----|
| 3. Relationship Marketing Outcomes..... | 19 |
| D. Hasil Penelitian Terdahulu | 25 |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN..... | 27 |
| A. Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| B. Hipotesis | 28 |
| C. Lokasi Penelitian..... | 28 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 29 |
| E. Metode Pengumpulan Data | 30 |
| F. Populasi dan Sampel..... | 30 |
| G. Alat Analisis | 32 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas | 32 |
| 2. Uji Regresi Linear Berganda | 33 |
| 3. Uji t-statistik..... | 34 |
| 4. Uji F (Uji Ketepatan Model)..... | 35 |
| 5. Koefisien Determinasi (R^2) | 37 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 39 |
| A. Deskripsi Responden..... | 39 |
| B. Pengujian Instrumen Penelitian..... | 41 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas | 41 |
| 2. Uji Hipotesis..... | 45 |
| C. Pembahasan | 55 |
| BAB V. PENUTUP..... | 56 |
| A. Kesimpulan | 57 |
| B. Keterbatasan Penelitian..... | 57 |

| | |
|---------------------|----|
| C. Saran-saran..... | 57 |
|---------------------|----|

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Hubungan 6 O dan 4 P | 11 |
| Gambar 2.2 Model Relationship Marketing..... | 14 |
| Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran | 27 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur | 39 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 40 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 40 |
| Tabel 4.4 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Understanding Customer Expectation</i> (X ₁) | 41 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Building Service Partnership</i> (X ₂) | 42 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Total Quality</i> (X ₃) | 42 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Empowering Employees</i> (X ₄)..... | 43 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)..... | 43 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Reliabilitas | 44 |