

**ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TOKO BUKU TOGAMAS SOLO**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

ANDI CAHYO BIROWO
B 100 090 192

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul
**:ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGANTOKO BUKU
TOGAMAS SOLO**

Yang ditulis oleh :

ANDI CAHYO BIROWO

B 100 090 192

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Juni 2013

Pembimbing



(Dra. Mabruroh, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Priyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andi Cahyo Birowo
NIRM
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP
MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN TOKO BUKU TOGAMAS
SOLO**

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, Juni 2013

Yang membuat pernyataan

Andi Cahyo Birowo

MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

Allah mengangkat orang-orang beriman di antara kamu dan juga orang-orang yang dikaruniai ilmu pengetahuan hingga beberapa derajat.

(al-Mujadalah : 11)

Belajar adalah sikap berani menantang segala ketidakmungkinan bahwa ilmu yang tak dikuasai akan menjelma di dalam diri manusia menjadi sebuah ketakutan, belajar dengan keras hanya bisa dilakukan oleh seseorang yang bukan penakut.

(Anwar Fuadi)

Jangan risau!!! Walaupun bunda harus merangkak lantaran kepayahan dalam mendukung pembelajaranmu di Universitas, bunda tetap bahagia. Jadilah sarjana yang tak hanya pandai otaknya saja, namun juga pandai budi pekertinya.

(Bunda Sukatmi)

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT dan terimakasih atas segala rahmat-Nya yang tak ada sesuatupun yang mampu menahan jika Ia sudah berkehendak. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ❖ Ibuku, Ibuku, Ibuku, dan bapakku yang kasih sayang dan Do'anya telah membuat banyak keajaiban dalam hidupku.
- ❖ My Hero, Nenekku yang membentuk karakterku.
- ❖ Ibu Wuryaningsih D.L sang inspirator dunia dan akherat.
- ❖ Santika Rahayu, yang selalu setia menunggu.
- ❖ Keluarga besar panitia 9 OSIS 271
- ❖ Keluarga besar Golden triangle, IMM, Mentoring Ekonomi dan Mentoring Pusat
- ❖ Almamaterku FEB UMS

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamiin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT, Rabb semesta alam. Atas ijin-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGANTOKO BUKU TOGAMAS SOLO”** sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorrobin, MM, selaku Ketua Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta beserta staff.
3. Ibu Dra. Mabruroh, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan, dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Zulfa Irawati, SE,M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan kepada penulis dalam menempuh perkuliahan.
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

6. Seluruh staff dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Ibu dan bapak tercinta yang telah memberikan do'a serta bantuan baik materil dan moril.
8. Keluarga Bapak Syakuri LC, Ibu Ismi, dan Ibu Iwan yang telah mendukung perkuliahaan penulis.
9. Panitia Sembilan (Azka, Meta, Wedha, Deris, Kharis, Bayu, Vika, dan Aini), impian telah terukir sejak kita masih di OSIS SMA NEGERI 1 PACITAN.
10. Golden Triangle (Ajhi, Totok, Ventry, Fikri, Tedy Magician, Fathony dan kawan-kawan), event besar dan tantangan hebat pernah kita lewati bersama.
11. LPM Balans, LPM Figur, KOPMA, ACEC, HEMa Manajemen, IMM, Mentoring, HMP PGSD, HMP PAUD, HMP PBSID, dan semua mitra penulis yang telah bekerjasama dengan baik.
12. Ustadz (Khoiri, Abu Bakri, Najamudin, Irwan Tutrisno, dan Irwan Lele)
13. Bunda yaroh, Bunda Saras, Ibu Yusuf Kalimantan, Agung Nugroho, Bapak Khumaidi, Bunda Gunarsih, Dhyta, Bu Anik, Bu Tri dan Bapak Pujo, yang telah menjadi bagian keluarga penulis.
14. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi pada khususnya dan disiplin ilmu yang lain pada umumnya.

Penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi memperluas wawasan dan proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Hasil Penelitian Terdahulu	7
B. Manajemen Pemasaran.....	8
a. Pengertian Manajemen.....	8
b. Pengertian Pemasaran	9
c. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
C. Relationship Marketing	11
a. Pengertian Relationship Marketing	11
b. Konsep Relationship Marketing	11
D. Manfaat Relationship Marketing	14
E. Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
F. Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan	17

	G. Kerangka Pemikiran.....	17
	H. Hipotesis.....	18
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Jenis dan Lokasi Penelitian	19
	B. Populasi dan Sampel penelitian	19
	C. Data dan Sumber Data	21
	D. Metode Pengumpulan Data	22
	E. Definisi Operasional Variabel	23
	F. Teknik Pengumpulan Data.....	26
	G. Teknik Analisis Data	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan	34
	B. Analisis Data	39
	C. Pembahasan	51
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	53
	B. Keterbatasan Penelitian	55
	C. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Penilaian Variabel <i>Financial Benefits</i>	39
Tabel IV.2 Penilaian Variabel <i>Social Benefits</i>	40
Tabel IV.3 Penilaian Variabel <i>Struktural Ties</i>	41
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas	42
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel IV.8 Uji Analisis Regresi Berganda	48
Tabel IV.9 Hasil Uji t	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Diagram Kerangka Berpikir antar Variabel.....	17

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan toko buku Togamas Solo. Penelitian ini didasarkan pada penelitian sebelumnya oleh Kaharuddin (2012), yang menyatakan Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus pada AIA Financial PT. Eka Agency Management Malang).

Penelitian yang dilakukan dengan cara survey dan pembagian questioner kepada para pelanggan toko buku Togamas Solo. Subjek penelitian ini adalah seluruh masyarakat Solo yang menjadi pelanggan toko buku Togamas Solo. Seluruh masyarakat Solo yang menjadi pelanggan toko buku Togamas Solo memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian ini, namun dikarenakan waktu, tenaga, biaya, dan jumlah yang banyak sehingga menyebabkan kesulitan bagi peneliti. Maka penelitian ini mengambil sampel sebanyak 50 responden.

Hasil penelitian menunjukkan, variabel *Financial Benefits* (X_1) mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,017 ($< 5\%$) sehingga variabel *Financial Benefits* (X_1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Untuk variabel *Social Benefits* (X_2) mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,027 dibawah 0,05 artinya *Social Benefits* (X_2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), sedangkan untuk variabel *Structural Ties* (X_3) nilai probabilitas diatas 0,05 yaitu 0,611 sehingga variabel *Structural Ties* (X_3) tidak cukup untuk menjelaskan variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

Kata Kunci : *Financial Benefits, Social Benefits, Structural Ties, LoyalitasPelanggan.*