

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA KLINIK KECANTIKAN DI KOTA SOLO**



**SKRIPSI :**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh :**

**ANNISA FIKA KURNIA**

**B100100118**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Di Kota Solo”.**

Yang disusun oleh :

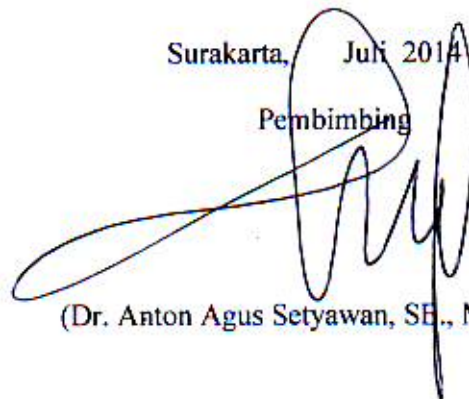
**ANNISA FIKA KURNIA**

**B100100118**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juli 2014

Pembimbing

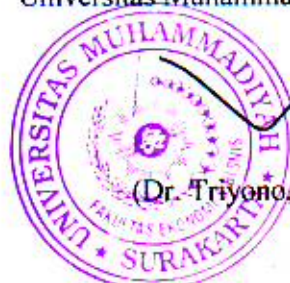



(Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani tromol pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANNISA FIKA KURNIA  
NIRM : 10.6.106.0201416.5000118  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING  
: TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
: KLINIK KECANTIKAN DI KOTA 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, .....Juli 2014  
Yang Membuat Pernyataan,

ANNISA FIKA KURNIA

## **MOTTO**

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

***(Q.S. Al Insyarah : 6-8)***

Memiliki sedikit pengetahuan namun digunakan untuk berkarya jauh lebih berarti daripada memiliki pengetahuan luas namun mati tidak berfungsi.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak dan ibu tercinta, terima kasih atas cinta, kasih sayang, bimbingan dan doanya yang selalu menyertaiku.
2. Pembimbing terima kasih atas bimbingannya semua ini.
3. Teman-temanku semua, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan motivasinya selama ini.
4. Almamaterku.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : 1) pengaruh secara parsial antara *relationship marketing* yang terdiri dari *kepercayaan pada merek* dan *komitmen pada merek* terhadap loyalitas pelanggan. 2) pengaruh secara simultan antara *relationship marketing* yang terdiri dari *kepercayaan pada merek* dan *komitmen pada merek* terhadap loyalitas pelanggan. 3) variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dan pelanggan klinik kecantikan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik *accident sampling* dan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini respondennya adalah mereka yang berusia 17 tahun keatas yang pernah membeli produk perawatan wajah di klinik kecantikan di kota solo. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, data diuji dengan menggunakan uji instrument data (validitas dan realibilitas). Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji statistik (uji t, uji F, dan koefisien determinasi).

Berdasarkan analisis data, variabel *kepercayaan pada merek* dan *komitmen pada merek* mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial variabel *kepercayaan pada merek* dan *komitmen pada merek* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji F bahwa secara simultan variabel *kepercayaan pada merek* dan *komitmen pada merek* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan *kepercayaan pada merek* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci :** *Relationship Marketing*, kepercayaan pada merek, komitmen pada merek, loyalitas pelanggan.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat dan salam semoga tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari 'at Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat Allah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Di Kota Solo”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen dan sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses belajar dalam menempuh perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Kusdiyanto, SE, M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingannya kepada penulis, selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

5. Bapak dan Ibu yang telah memberikan doa serta bimbing selama ini.
6. Adinta Agung Pambudi terima kasih atas doa, dukungan dan nasehat selama ini.
7. Teman-teman: Sinta, Rina, Giftrin, Pungki dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung hingga selesainya skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis selanjutnya. Masukan baik kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, Juli 2014

ANNISA FIKA KURNIA



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
A. Pemasaran .....	7
B. Relationship Marketing.....	8
C. Loyalitas Pelanggan .....	11
D. Customer Relationship Marketing .....	18
E. Penelitian Terdahulu .....	18
F. Kerangka Pemikiran.....	19
G. Hipotesis.....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	21
B. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
C. Definisi Operasional Variabel.....	23
D. Metode Analisis Data.....	25
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
A. Karakteristik Responden .....	32
B. Analisis Data .....	35
C. Pembahasan.....	43
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>46</b>
A. Kesimpulan .....	46
B. Saran.....	46

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	32
Tabel IV. 2 Karakteristik Tingkat Pendidikan Terakhir .....	33
Tabel IV. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas dengan CFA.....	35
Tabel IV. 5 Hasil Uji Realibilitas.....	36
Tabel IV. 6 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	37

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I. 1 Kerangka Pemikiran.....	20