



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI KANTOR UNIT KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

NUR AFIFAH

NIM. 2017-11-401

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2021

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI KANTOR UNIT KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

Drs. H. M. Masruri, MM.
NIDN. 0601085601

Mengetahui,
Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Mira Meilia Marka, SE. MM.
NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Sukses tampaknya terkait dengan tindakan. Orang sukses terus bergerak.

Mereka membuat kesalahan, tetapi mereka tidak berhenti.

(Conrad Hilton)

Jika seorang mencari ilmu, maka itu akan tampak di wajah, tangan, dan

lidahnya serta dalam kerendahan hatinya kepada Allah.

(Hasan Al-Basri)

Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu.

Orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan.

(Mario Teguh)

Persembahan :

1. Alm. Ibu Mulikah dan Bapak Mustamin tercinta dan kakak-kakak yang selalu mendukung penuh adiknya.
2. Untuk Kekasih
3. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Drs. H. M. Masruri, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Mira Meilia Marka, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.
7. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI KANTOR UNIT KUDUS)

NUR AFIFAH
NIM. 201711401

Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, MM.
2. Mira Meilia Marka, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Pengaruh *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening dengan objek penelitian pada Bank Mandiri Kantor Unit Kudus. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 161 responden dengan teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structual Equatuation Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan *relationship marketing*, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.

Kata kunci: *relationship marketing*, kualitas pelayanan, promosi, kepuasan, loyalitas.

ABSTRACTION

THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING, QUALITY OF SERVICE AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY WITH SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY ON BANK MANDIRI OFFICE UNIT KUDUS)

**NUR AFIFAH
NIM. 201711401**

Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, MM.
2. Mira Meilia Marka, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT**

This study aims to analyze the effect of relationship marketing, service quality and promotion on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable with the object of research at Bank Mandiri Kudus Unit Office. In this study using a sample consisting of 161 respondents with purposive sampling technique. Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuation Modeling which is operated through the AMOS program. The results show that relationship marketing, service quality and promotion have a positive and significant effect on loyalty through customer satisfaction kepuasan.

Keywords: *relationship marketing, service quality, promotion, satisfaction, loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	7
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Loyalitas Nasabah	11
2.2. Kepuasan Nasabah	15
2.3. <i>Relationship Marketing</i>	21
2.4. Kualitas Pelayanan	32
2.5. Promosi.....	34
2.6. Pengaruh Antar Variabel	40
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	45
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	48
2.9. Hipotesis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Rancangan Penelitian	52

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	52
3.3. Jenis Data dan Sumber Data.....	56
3.4. Populasi dan Sampel	57
3.5. Metode Pengumpulan Data	58
3.6. Pengolahan Data	59
3.7. Uji Instrumen.....	60
3.8. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	71
4.2. Penyajian Data	73
4.3. Uji Instrumen.....	78
4.4. Analisis Data	79
4.5. Pembahasan	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Nasabah	4
Tabel 1.2. Penilaian Promosi Bank Mandiri Kudus	5
Tabel 2.1 Jenis-jenis Media Utama Periklanan	38
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i>	69
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Lama Nasabah	74
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Relationship Marketing</i>	75
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	75
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Promosi	76
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel kepuasan	77
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel loyaliatas	77
Tabel 4.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Tabel 4.10 Uji Normalitas Data.....	79
Tabel 4.11 Uji <i>Outliers</i>	81
Tabel 4.12. Standardized Regression Weights Variabel Eksogen	83
Tabel 4.13. Standardized Regression Weights Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model	84
Tabel 4.14 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen	85
Tabel 4.15 <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Eksogen	86
Tabel 4.16. Standardized Regression Weights Variabel Endogen.....	87
Tabel 4.17. Standardized Regression Weights Variabel Endogen setelah Perbaikan Model	89
Tabel 4.18 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y)	89
Tabel 4.19 <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Endogen (Y)	90
Tabel 4.20 Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	92

Tabel 4.21	Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i> Parameter <i>Direct Effect</i>	93
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi (R^2).....	94
Tabel 4.23	Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM.....	95
Tabel 4.24.	Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	98
Tabel 4.25.	Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	99
Tabel 4.26	Besarnya Pengaruh Total	100



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	50
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	82
Gambar 4.2 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	84
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Endogen	87
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model	88
Gambar 4.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner

Lampiran 3. Tanggapan Responden

Lampiran 4. Frekuensi Data

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6. Analisis Data

