



**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HONDA  
BEAT SERIES DI KABUPATEN JEPARA**

Diajukan oleh :

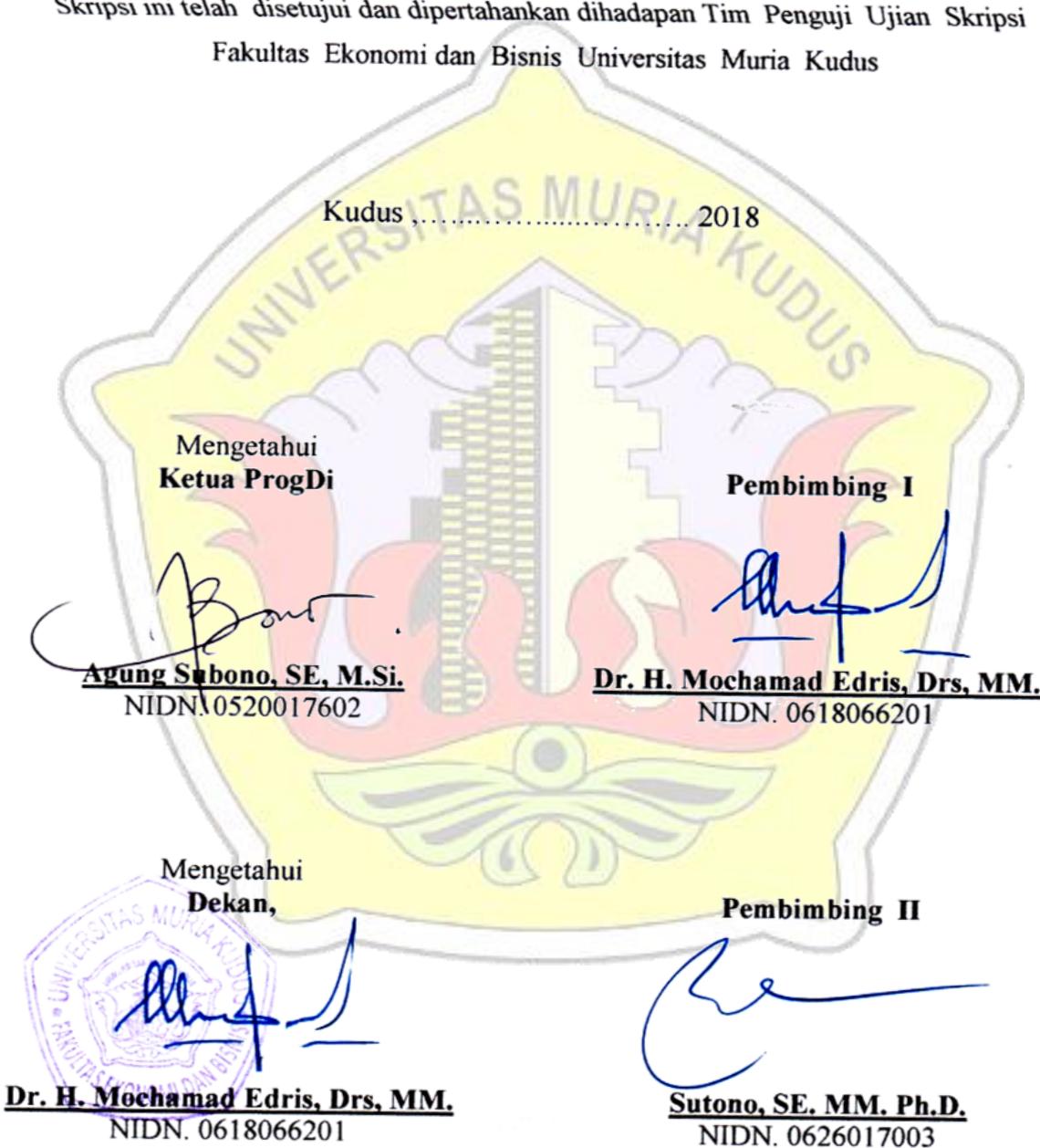
**SYAMSUL ARIFIN**

**NIM. 2014-11-033**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2018**

**ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HONDA BEAT SERIES DI  
KABUPATEN JEPARA**

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



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

“Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya”.

**(QS. Al-Baqoroh :45-46)**

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah”.

**(Imam bin Al Qayim)**

### **Kupersembahkan Skripsi ini kepada :**

1. Bapak dan ibu yang telah membesarkanku dan mendidikku tanpa lelah dan pamrih.
2. Keluargaku semuanya yang telah banyak memberikan dukungan.
3. Sahabat-sahabatku semuanya yang telah meramaikan hari-hariku.
4. Almamaterku Universitas Muria Kudus.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas nikmat Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan karunia-Nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Honda Beat Series Di Kabupaten Jepara. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Saya tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ijin, bimbingan dan pengarahananya dalam penyusunan skripsi ini
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Sutono, SE. MM. Ph.D., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahananya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
5. Seluruh responden yaitu konsumen Beat Series di Dealer Honda yang ada di Kabupaten Jepara.

6. Teman-teman di program studi Manajemen, yang telah memberikan dukungan dan bantuannya.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amiin.



## **ABSTRAKSI**

### **ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HONDA BEAT SERIES DI KABUPATEN JEPARA**

**SYAMSUL ARIFIN  
NIM. 2014-11-033**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.  
2. Sutono, SE. MM. Ph.D.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kepercayaan, kepuasan, komunikasi, dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan Honda Beat Series di Kabupaten Jepara. Dimana diajukan tiga variabel bebas, yaitu kepercayaan, kepuasan, komunikasi dan satu variabel terikat, yaitu loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuisioner, wawancara terhadap pelanggan Honda Beat Series di Kabupaten Jepara dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi kepercayaan, kepuasan dan komunikasi terhadap loyalitas pelanggan Honda Beat Series di Kabupaten Jepara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kepuasan, komunikasi dan komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Honda Beat Series di Kabupaten Jepara. Kualitas kerja dan standar operasional pekerjanya masih perlu ditingkatkan sehingga akan meningkatkan kepercaaan para pelanggan terhadap dealer Honda Beat Series.

**Kata kunci:** kepercayaan, kepuasan, komunikasi, komitmen dan loyalitas pelanggan.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING TO CUSTOMER LOYALTY OF HONDA BEAT SERIES IN JEPARA DISTRICT**

**SYAMSUL ARIFIN  
NIM. 2014-11-033**

*Guidance Lecturer* : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.  
2. Sutono, SE. MM. Ph.D.

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

*This study aims to analyze the influence of trust, satisfaction, communication, and commitment to customer loyalty Honda Beat Series in Jepara District. Where are proposed three independent variables, namely trust, satisfaction, communication and one dependent variable, namely customer loyalty. This research was conducted by using questionnaire method, interviewing customers of Honda Beat Series in Jepara regency and analyzed by regression. The first stage examines the validity and reliability of each variable question. The second stage, regulates trust, satisfaction and communication to customer loyalty Honda Beat Series in Jepara regency.*

*The results showed that the variables of trust, satisfaction, communication and commitment have a significant positive effect on customer loyalty of Honda Beat Series in Jepara regency. The quality of work and operational standards of its workers still needs to be improved so that it will increase customer satisfaction with Honda Beat Series dealers.*

**Keywords:** *trust, satisfaction, communication, commitment and customer loyalty.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	7
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Customer Relationship Marketing (CRM).....	10
2.2. Loyalitas Pelanggan .....	21
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	25
2.4. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	28

2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.6. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	33
3.2. Variabel Penelitian .....	33
3.3. Definisi Operasional.....	34
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	36
3.5. Populasi dan Sampel.....	37
3.6. Teknik Pengolahan Data.....	38
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
3.8. Pengolahan Data.....	42
3.9. Metode Analisa Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	48
4.2. Penyajian Data.....	49
4.3. Analisis Data .....	55
4.4. Pembahasan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran-saran .....	69

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Penjualan Honda Beat Series dibandingkan Yamaha Mio Suzuki Address dan TVS Dazz Tahun 2017.....	4
Tabel 1.2. TOP Brand Award Kategori Sepeda Motor Matic 2013-2017 .....	6
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan .....	39
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan .....	40
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi .....	40
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen.....	41
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	41
Tabel 3.6. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	42
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur.....	49
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	50
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Kepercayaan .....	51
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Kepuasan .....	52
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Komunikasi .....	53
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Komitmen.....	54
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	55
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi.....	56
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Berganda (Signifikansi $\alpha = 5\%$ ) .....	59
Tabel 4.11. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1.Kerangka Pikir Teoritis ..... 31



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil *Try Out*

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 5. Frekuensi Data

Lampiran 6. Hasil Regresi

Lampiran 7. Tabel T, F, R

