



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Café Monokopi Jepara)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

AFIF NUR WAHID

NIM. 201711396

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Café Monokopi Jepara)**

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

Oleh :

AFIF NUR WAHID

NIM. 201711396

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

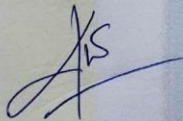
**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Café Monokopi Jepara)**

Nama : Afif Nur Wahid
NIM : 201711396
Program Studi : Manajemen

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

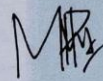
Kudus,.....

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Mira Meilia Marka, SE. MM.)
NIDN. 0606058801

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, SE, M.M.)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Café Monokopi Jepara)**

Nama : Afif Nur Wahid
NIM : 201711396
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, SE, M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Mira Meilia Marka, SE. MM.
NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

-Al Insyira 5-6-

“Seseorang yang bertindak tanpa ilmu ibarat berpergian tanpa petunjuk. Dan sudah banyak yang tahu kalau orang seperti itu sekiranya akan hancur bukan selamat”.

-Ali Bin Abi Thalib-

“If I give up now, I’m going to regret it”
“Jika aku menyerah sekarang aku akan menyesal”.

Monkey D. Luffy

Kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tersayang, serta keluargaku yang telah memberikan do’a dan dukungan.
2. Partner hidupku, istriku tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan sepanjang prosesku.
3. Almamater UMK tercinta.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Mira Meilia Marka, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
7. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 19 Agustus 2024

Penulis

AFIF NUR WAHID
NIM. 201711396

ABSTRAKSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Café Monokopi Jepara)

**AFIF NUR WAHID
NIM. 201711396**

Dosen Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Mira Meilia Marka, SE. MM.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *relationship marketing*, *product quality* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan studi pada pelanggan monokopi Jepara. Analisis penelitian ini menggunakan uji SEM menggunakan AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari food quality terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan dari *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan dari *product quality* terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh *relationship marketing* dan *product quality* terhadap loyalitas pelanggan masing-masing memiliki pengaruh tidak langsung yang positif, dan kepuasan pelanggan mampu menimbulkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan pengaruh *relationship marketing* dan *product quality* terhadap loyalitas pelanggan secara langsung.

Kata kunci: *relationship marketing*, *product quality*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION

(Study on Cafe Monokopi Jepara Customers)

**AFIF NUR WAHID
NIM. 201711396**

Guidance Lecturer : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Mira Meilia Marka, SE. MM.

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

This study aims to analyze the effect of relationship marketing, product quality on customer loyalty through customer satisfaction studies on Jepara monopoly customers. Analyzed by SEM test using AMOS 24.

The results showed that there is a positive and significant effect of relationship marketing on customer satisfaction, there is a positive and significant effect of product quality on customer satisfaction, there is a negative and insignificant effect of relationship marketing on customer loyalty, there is a positive but insignificant effect of product quality on customer loyalty, there is a positive and significant effect of customer satisfaction on customer loyalty, the effect of relationship marketing and product quality on customer loyalty each have a positive indirect effect, and customer satisfaction is able to cause a greater influence than the effect of relationship marketing and product quality on customer loyalty directly.

Keywords: *relationship marketing, product quality, customer satisfaction and customer loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. <i>Relationship Marketing</i>	10
2.2. <i>Product Quality</i>	20
2.3. Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4. Loyalitas Pelanggan	27
2.5. Pengaruh Antar variabel	31

2.6. Penelitian Terdahulu.....	35
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.8. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Rancangan Penelitian	41
3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	45
3.4. Populasi dan Sampel.....	46
3.5. Pengumpulan Data.....	47
3.6. Pengolahan Data.....	48
3.7. Uji Instrumen	49
3.8. Metode Analisa Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.2. Deskripsi Data	60
4.3. Uji Instrumen Data	70
4.4. Analisis Data	74
4.5. Pembahasan	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Daftar Keluhan Konsumen Cafe Monokopi	4
Tabel 3.1. Kriteria Goodness of Fit.....	57
Tabel 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel <i>Relationship Marketing</i>	64
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel <i>product Quality</i>	65
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	67
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan	69
Tabel 4.8. Standarized Regression Weights.....	71
Tabel 4.9. Korelasi	73
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.11. Hasil Uji Goodness of Fit	77
Tabel 4.12. Hasil Uji Goodness of Fit	79
Tabel 4.13. Hasil Uji Goodness of Fit	81
Tabel 4.14. Hasil Uji Goodness of Fit	83
Tabel 4.15. Hasil Uji Goodness of Fit	85
Tabel 4.16. Hasil Uji Goodness of Fit	86
Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas Data.....	88
Tabel 4.18. Hasil Analisis Univariat Outliers	89
Tabel 4.19. Hasil Regression Weight.....	91

Tabel 4.20. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	
---	--

95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 4.1. Peta Lokasi Cafe Monokopi.....	60
Gambar 4.2. Konstruk Variabel Eksogen	77
Gambar 4.3. Konstruk Variabel Eksogen Setelah Modifikasi.....	79
Gambar 4.4. Konstruk Variabel Endogen.....	81
Gambar 4.5. Konstruk Variabel Endogen Setelah Modifikasi	83
Gambar 4.6. Konstruk Full Model.....	85
Gambar 4.7. Konstruk Full Model setelah Modifikasi	86
Gambar 4.8 Pengaruh Antar Variabel dalam Diagram Jalur	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Output AMOS

