

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA AHASS 07505 EKA PRIMA MOTOR**

**SKRIPSI**



**AGIL RACHMANTORO  
NIM: 5.15.02.03.0.008**

**UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
MOJOKERTO  
2019**

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA AHASS 07505 EKA PRIMA MOTOR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
Manajemen**

**AGIL RACHMANTORO  
NIM: 5.15.02.03.0.008**

**UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
MOJOKERTO  
2019**

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA AHASS 07505 EKA PRIMA MOTOR**

Oleh :

**AGIL RACHMANTORO**  
NIM. 5.15.02.03.0.008

Telah Disetujui untuk Diuji

Pembimbing 1



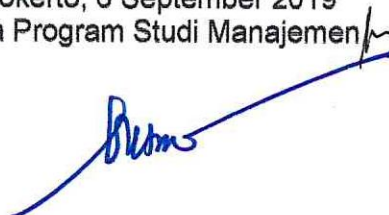
**Budi Utami, SE., MM**  
NIDN. 0719097101

Pembimbing 2



**Eny Setyaningsih, SE., MM**  
NIDN. 0702076901

Mojokerto, 6 September 2019  
Ketua Program Studi Manajemen



**Budi Utami, SE., MM**  
NIDN. 0719097101

## PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi dengan Judul

### **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA AHASS 07505 EKA PRIMA MOTOR**

Oleh :

**AGIL RACHMANTORO**  
NIM. 5.15.02.03.0.008


Telah Diuji di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 17 September 2019

#### Susunan Dewan Penguji


#### Tanda Tangan

1. Rini Armin, SP., SE., MM  
NIDN. 0722047401



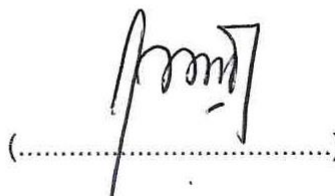
(.....)

2. Budi Utami, SE., MM  
NIDN. 0719097101



(.....)

3. Eny Setyariningsih, SE., MM  
NIDN. 0702076901



(.....)

# **PENGESAHAN**

## **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA AHASS 07505 EKA PRIMA MOTOR**

### **SKRIPSI**

**AGIL RACHMANTORO**  
**NIM. 5.15.02.03.0.008**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)

Pada Tanggal

Ditetapkan di : Mojokerto

Tanggal : 28 November 2019

Yang Menetapkan  
Dekan



**Eny Setyaningsih, SE., MM**  
**NIDN. 0702076901**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : AGIL RACHMANTORO

NIM : 5.15.02.03.0.008

Program Studi: Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AHASS 07505 Eka Prima Motor.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana di atas adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar dan bebas dari unsur plagiarisme sesuai UU RI No 1 Tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Mojokerto, 25 November 2019

  
**AGIL RACHMANTORO**  
**NIM. 5.15.02.03.0.008**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Agil Rachmantoro

NIM : 5.15.02.03.0.008

Program Studi : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit

Menyatakan, memberikan izin kepada Universitas Islam Majapahit (UNIM) untuk menyimpan, mengalih-media/memformat, merawat, dan memublikasikan karya ilmiah yang saya susun berupa Skripsi, baik berupa cetak maupun digital, untuk kepentingan pendidikan pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh dan tanpa ada paksaan.

Mojokerto, 25 November 2019

  
**AGIL RACHMANTORO**  
**NIM. 5.15.02.03.0.008**

## HALAMAN RIWAYAT HIDUP

Agil Rachmantoro, penulis skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AHASS 07505 Eka Prima Motor” dilahirkan di Mojokerto pada tanggal 27 Maret 1996, merupakan putra ketiga dari tiga saudara dari pasangan Bapak Rochman dan Ibu Junaidah.

Pendidikan formal penulis dimulai dari RA Bustanul Ulum Pening Mojokerto lulus pada 2002, kemudian dilanjutkan ke MI Bustanul Ulum Pening Mojokerto lulus pada tahun 2008 dan dilanjutkan ke MTs Al Mushofa Canggung Mojokerto lulus tahun 2011, dilanjutkan ke jenjang berikutnya di SMKN 1 Jetis Mojokert lulus pada tahun 2014, kemudian pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Universitas Islam Majapahit Mojokerto.



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Memberi Untuk Menerima, mengeluarkan Untuk Mendapatkan, Mengurangi Untuk Menambah”**

(Endymion)

**“Jadilah Hitam atau Putih, Jangan Abu”**

(Endymion)

**“Yang Namanya Emas, Mau Ditaruh Kedalam Kotoran pun Tetap Emas”**

(Nazriel Irham)

Dengan kerja keras serta doa akhirnya penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan, semua ini tidak akan ada tanpa dukungan dari semuanya. Saya persembahkan karya pertama ini kepada:

1. *Ayah, Ibu, & Seluruh Keluarga* yang selalu mendoakan dan membimbing saya, mengajarkan agar selalu berbuat kebaikan.
2. Dosen Pembimbing yang selalu memberi bimbingan dan arahan demi terselesaikannya penulisan Skripsi ini.
3. *Para Dosen* yang telah ikhlas membagi ilmunya kepada saya.
4. Responden dan semua yang membantu saya ucapkan terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
5. Almamater S1 Manajemen Universitas Islam Majapahit Mojokerto yang telah memberikan fasilitas sehingga mempermudah pengerjaan Skripsi ini.
6. Teman seangkatan yang telah memberi semangat, motivasi dan juga membantu dalam penulisan skripsi ini.

## ABSTRAK

**Rachmantoro, Agil, 2015. Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AHASS 07505 Eka Prima Motor. Skripsi, Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit (UNIM).**

**Pembimbing I : Budi Utami, SE., MM.**

**Pembimbing II : Eny Setyariningsih, SE., MM.**

Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini berkaitan dengan tingkat persaingan di berbagai bidang usaha yang semakin ketat tak terkecuali pada dunia otomotif yang semakin pesat khususnya otomotif roda dua. Dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan diharuskan terlebih dahulu mempelajari keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan masa mendatang. Dalam perkembangannya, pelaku usaha telah menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk mendapatkan pelanggan yang loyal sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Salah satunya adalah dengan menerapkan sistem pemasaran *customer relationship marketing*. Tidak hanya itu, pelaku usaha juga harus memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasakan tingkat kepuasan maksimal hingga membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Customer Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berlangganan servis atau perbaikan motor pada AHASS 07505 Eka Prima Motor. Teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner. Data yang didapatkan kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *Customer Relationship Marketing* (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai t hitung  $-0.449 < t \text{ tabel } 1.984$  dengan tingkat signifikansi 0.654. Kepuasan Pelanggan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai t hitung  $3.089 > t \text{ tabel } 1.984$  dengan tingkat signifikansi 0.003. *Customer Relationship Marketing* (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai  $F_{\text{hitung}} (4.838) > F_{\text{tabel}} (3.090)$  dengan tingkat signifikansi 0.010.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

## ABSTRACT

**Rachmantoro, Agil, 2015. The Influence of Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in AHASS 07505 Eka Prima Motor. Essay, Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, Islamic University of Majapahit (UNIM).**

**Advisor I : Budi Utami, SE., MM.**

**Advisor II : Eny Setyariningsih, SE., MM.**

Every business actor in each business category is required to be sensitive to any changes that occur and to place customer orientation as the main goal. This is related to the level of competition in various business fields that are getting tougher, not least in the automotive world which is growing rapidly, especially two-wheeled automotive. In providing satisfaction to customers, companies must first learn the wants and needs of consumers at present and in the future. In its development, businesses have implemented various marketing strategies to get loyal customers so that they can generate profits for the company in the long run. One way is to implement a customer relationship marketing marketing system. Not only that, businesses must also provide good services so that consumers feel the maximum level of satisfaction to make customers become loyal to the company. This study aims to determine whether Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction Influence Customer Loyalty. The population in this study were all people who subscribed to service or repair motorcycles on AHASS 07505 Eka Prima Motor. Data collection techniques using purposive sampling. Data collection was obtained by observation, interviews and questionnaires. The data obtained were then analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that Customer Relationship Marketing (X1) partially had no effect on Customer Loyalty (Y) with a calculated value of  $-0.449 < t_{table} 1.984$  with a significance level of 0.654. Customer Satisfaction (X2) partially influences Customer Loyalty (Y) with a t value of  $3.089 > t_{table} 1.984$  with a significance level of 0.003. Customer Relationship Marketing (X1) and Customer Satisfaction (X2) simultaneously affect Customer Loyalty (Y) with a value of  $F_{count} (4.838) > F_{table} (3.090)$  with a significance level of 0.010.

Keywords: Customer Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

## KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Penyayang, puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AHASS 07505 Eka Prima Motor ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit Mojokerto.

Penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Rachman Sidharta Arisandi, S.IP., M.Si selaku rektor Universitas Islam Majapahit.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Ibu Eny Setyariningsih, SE., MM. sekaligus selaku Pembimbing II yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun program Proposal ini.
3. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Budi Utami, SE., MM. sekaligus selaku Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan pada penulisan skripsi ini.
4. Segenap terima kasih kepada Pimpinan AHASS 07505 Eka Prima Motor Mojokerto yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
5. Kepada orang tua saya yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu memberikan doa kepada saya.

6. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun, demi lebih kesempurnaan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Mojokerto, 13 Agustus 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

Cover.....	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Persetujuan Penguji.....	iii
Lembar Pengesahan .....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	v
Daftar Riwayat Hidup.....	vi
Pernyataan Persetujuan Publikasi .....	vii
Motto dan Persembahan.....	viii
Abstrak .....	ix
Abstract .....	x
Kata Pengantar.....	xi
Daftar Isi .....	xiii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar .....	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A . Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	10

B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	38
D. Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Desain Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel.....	42
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	43
D. Instrumen Penelitian.....	49
E. Analisis Data.....	52
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran umum Obyek Penelitian .....	57
1. Tinjauan Umum Perusahaan .....	57
2. Visi dan Misi AHASS 07505 Eka Prima Motor .....	58
3. Struktur Organisasi .....	58
4. Deskripsi Kerja .....	59
B. Karakteristik Responden.....	61
C. Hasil Penelitian.....	65
1. Penyajian Data .....	65
2. Hasil Uji Instrumen.....	68
D. Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	70
1. Uji Asumsi Klasik .....	70
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	75
3. Pengujian Hipotesis .....	76
E. Pembahasan.....	79

**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan.....	82
B. Saran.....	82

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor Tahun 2005 - 2018.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	48
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	63
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pelanggan .....	64
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Customer Relationship Marketing</i> (X1) .....	65
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (X2).....	66
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) ...	67
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Customer Relationship Marketing</i> (X <sub>1</sub> ) .....	68
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X <sub>2</sub> ).....	68
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	68
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Relationship Marketing</i> (X <sub>1</sub> ) .....	69
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (X <sub>2</sub> ).....	69
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y) .....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Linieritas.....	74
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	75

Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji F .....	78
Tabel 2.21 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses <i>Relationship Marketing</i> .....	20
Gambar 2.2 Skema Kerangka Penelitian .....	38
Gambar 3.1 Struktur Organisasi AHASS 07505 Eka Prima Motor .....	59
Gambar 3.2 Gambar Hasil Uji Normalitas P Plot.....	71
Gambar 3.3 Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	73

## Daftar Lampiran

Lembar Kuesioner

Tabulasi Data

Hasil Analisis SPSS

Tabel Distribusi t

Tabel Distribusi F

Tabel Distribusi r

Tabel Distribusi Durbin Watson