

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL PLAZA
TOYOTA BANDUNG**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen**



**PUTRI YULIASTUTI
2171021009**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN
2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Putri Yuliasuti

NIM : 2171021009

Tanda Tangan :



.....
Tanggal : 18 February 2020

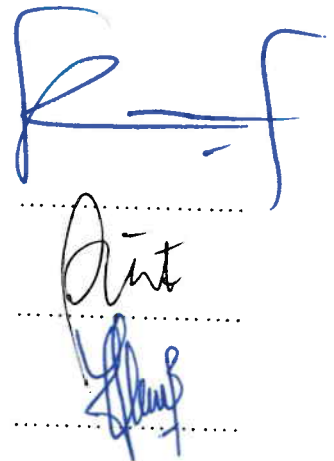
HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Putri Yulastuti
NIM : 2171021009
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap
Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Plaza
Toyota Bandung

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si.
Penguji I : B.P Kusumo Bintoro Ir., MBA., Dr.
Penguji II : Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M.



The image shows three handwritten signatures in blue ink. The top signature is the largest and most stylized, corresponding to the Pembimbing I. Below it are two smaller signatures, corresponding to the Penguji I and Penguji II. Each signature is written on a set of horizontal dotted lines.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 19 Februari 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Sekolah Pascasarjana (S2) Program Studi Ilmu Manajemen Universitas Bakrie. Selama menyelesaikan tesis ini maupun selama mengikuti program studi banyak pihak yang turut memberikan bantuan baik secara moril maupun material. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Prof.Ir.Sofia W Alisyahbana,Ph.D Selaku Rektor Universitas Bakrie
2. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE., MSi, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie dan Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan saran dalam penulisan tesis ini
3. Bapak Arif B Suharko, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Keluargaku Mama, Ayah, Mba Tutut, Dimasky, Haikal yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun turut membantu kelancaran studi penulis hingga penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini tidak luput dari kesalahan, baik dalam penyajian, materi, pembahasan dan lainnya. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan tesis ini.

Jakarta, 24 Januari 2020

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Yuliasuti
NIM : 2171021009
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis : Riset Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non – Exclusive Royalty – Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Plaza Toyota Bandung.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti non – eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Februari 2020

Yang menyatakan,



Putri Yuliasuti

Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Plaza Toyota Bandung.

Disusun oleh:

Putri Yuliasuti – 2171021009

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji tentang hubungan *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan sebagai salah satu bentuk dari konsistensi pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Plaza Toyota Bandung kepada para pelanggannya. Penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel bebas (kepercayaan pelanggan, komitmen pelayanan, komunikasi pelayanan dan penanganan masalah) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan). Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan Bengkel Plaza Toyota Bandung yang rutin menggunakan jasa *service* kendaraan pada bengkel tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang ingin diteliti serta pengaruh antar satu variabel dengan variabel lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan komitmen pelayanan, komunikasi pelayanan, dan penanganan masalah memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis yang didasarkan pada hasil perhitungan indeks rata – rata, pelanggan sudah tidak meragukan indikator yang membentuk kepercayaan pelanggan di Bengkel Plaza Toyota. Sedangkan ketiga variabel lainnya memiliki pengaruh dan indikator dari ketiga variabel tersebut dapat membuktikan dari hasil *ranking item* pertanyaan. Berdasarkan hasil tersebut, Bengkel Plaza Toyota harus lebih focus mengembangkan ketiga variabel tersebut demi terciptanya loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Relationship Marketing* dan Loyalitas Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Bengkel Plaza Toyota Bandung

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| UNGKAPAN TERIMA KASIH | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| 1. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| 2. DESKRIPSI PERUSAHAAN | 7 |
| 2.1 Profil Perusahaan | 7 |
| 2.2 Visi dan Misi Perusahaan..... | 9 |
| 2.3 Struktur Organisasi | 10 |
| 2.4 Deskripsi Jabatan | 11 |
| 2.5 Makna Logo | 15 |
| 2.6 Pengamatan Praktek Manajemen | 16 |
| 3. KAJIAN PUSTAKA | 19 |
| 3.1 Pengertian Pemasaran | 19 |
| 3.2 <i>Relationship Marketing</i> | 20 |
| 3.3 Loyalitas Pelanggan | 26 |
| 3.4 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dengan Loyalitas Pelanggan | 27 |
| 3.5 Penelitian Terdahulu | 28 |
| 3.6 Kerangka Pemikiran..... | 36 |
| 3.7 Hipotesis..... | 38 |

| | |
|--|-----------|
| 4. METODE PENELITIAN | 39 |
| 4.1 Desain Penelitian..... | 39 |
| 4.2 Objek Penelitian..... | 39 |
| 4.3 Metode Pengumpulan Data..... | 39 |
| 4.4 Metode Penelitian..... | 40 |
| 4.5 Populasi dan Sampel..... | 40 |
| 4.6 Operasional Variabel..... | 42 |
| 4.7 Skala Pengukuran..... | 43 |
| 4.8 Analisis Data..... | 48 |
| 4.9 Uji Instrumen..... | 49 |
| 4.10 Uji Asumsi Klasik..... | 50 |
| 4.11 Pengujian Hipotesis..... | 51 |
| 5. HASIL PENELITIAN | 53 |
| 5.1 Profil Responden..... | 53 |
| 5.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 58 |
| 5.3 Hasil Uji Klasik..... | 62 |
| 5.4 Pembahasan Menurut Indeks Rata – Rata..... | 75 |
| 6. KESIMPULAN DAN SARAN | 78 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 78 |
| 6.2 Saran..... | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | xi |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Bengkel Plaza Toyota Bandung..... | 10 |
| Gambar 2.2 Logo Toyota | 15 |
| Gambar 5.1 Gambar Profil Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin ... | 54 |
| Gambar 5.2 Diagram Profil Responden Penelitian Berdasarkan Usia Responden | 54 |
| Gambar 5.3 Diagram Profil Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan | 55 |
| Gambar 5.4 Diagram Profil Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kendaraan Toyota yang dilakukan Perawatan Rutin Kendaraan | 56 |
| Gambar 5.5 Diagram Profil Responden Penelitian Berdasarkan Perawatan | 57 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Data Penjualan Otomotif Periode Januari 2019..... | 1 |
| Tabel 1.2 Tabel Pencapaian Penjualan dan Bengkel <i>Dealer</i> Resmi Toyota..... | 2 |
| Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu | 37 |
| Tabel 4.1 Tabel Skala Pengukuran | 48 |
| Tabel 5.1 Tabel Hasil Uji Validitas 30 Reponden | 60 |
| Tabel 5.2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden..... | 61 |
| Tabel 5.3 Tabel Hasil Uji Normalitas | 62 |
| Tabel 5.4 Tabel Hasil Uji Linearitas Variabel Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan | 64 |
| Tabel 5.5 Tabel Hasil Uji Linearitas Variabel Komitmen Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan | 64 |
| Tabel 5.6 Tabel Hasil Uji Linearitas Variabel Komunikasi Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 65 |
| Tabel 5.7 Tabel Hasil Uji Linearitas Variabel Penanganan Masalah terhadap Loyalitas Pelanggan | 66 |
| Tabel 5.8 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas | 67 |
| Tabel 5.9 Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 68 |
| Tabel 5.10 Tabel Hasil Uji F Simultan | 69 |
| Tabel 5.11 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 71 |
| Tabel 5.12 Tabel Hasil Uji T Parsial..... | 72 |
| Tabel 5.13 Tabel Hasil Perhitungan Nilai Minimum - Maksimum | 76 |