

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
SPECIAL PRICE PADA
CUSTOMER RETENTION
(Sebagai Kajian Pada *Convenience Store* Circle K Di
Wilayah Bintaro)**

TUGAS AKHIR



RANGGA DASA CIPTA NOOR

1071001089

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2011**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
SPECIAL PRICE PADA
CUSTOMER RETENTION
(Sebagai Kajian Pada *Convenience Store Circle K* Di
Wilayah Bintaro)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi



RANGGA DASA CIPTA NOOR

1071001089

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2011**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : RANGGA DASA CIPTA NOOR

NIM : 1071001089

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Agustus 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : RANGGA DASA CIPTA NOOR
NIM : 1071001089
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
Judul Skripsi : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
SPECIAL PRICE PADA *CUSTOMER RETENTION*
(Sebagai Kajian Pada *Convenience Store* Circle K Region
Bintaro)

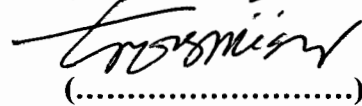

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, Ph.D

Penguji 1 : Tri Wismiarsi, Ph.D

Penguji 2 : Krisfarah Syarfuan, BA, M.M


(.....)
(.....)
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2011

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas semua rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Relationship Marketing Dan Special Price Pada Customer Retention (Sebagai Kajian Pada Convenience Store Circle K Di Wilayah Bintaro)”**. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Deddy Herdiansjah, Ph.D, selaku ketua program studi manajemen yang telah memberikan pedoman pembelajaran program studi manajemen dan mendorong penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Muchsin Saggaf Shihab, Ph.D, selaku pembimbing tugas akhir yang telah banyak memberikan saran dan masukan selama proses bimbingan dari awal sampai terselesaikannya tugas akhir ini.
3. Tri Wismiarso, Ph.D dan Krisfarah Syarfuan, BA, MM, yang telah bersedia menjadi penguji pada sidang skripsi dan memberikan waktu kepada penulis untuk melakukan konsultasi.
4. Segenap dosen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama proses pembelajaran.
5. Bapak Aurino, Bapak Heriyanto, Bapak Erhan, dan seluruh staf karyawan Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
6. Mama dan kakak tercinta, Jumiati dan Citra Primadini serta keluarga besar di rumah yang telah memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan baik materil maupun moril kepada penulis sehingga bisa terselesaikannya penyusunan tugas akhir ini.

7. Seluruh teman-teman Universitas Bakrie angkatan 2007 yang telah banyak sedikitnya memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sampai terselesaikannya penyusunan tugas akhir ini.
8. Firman, Khell, Desrina, Ellya, Widya (tete endut,,hehe), Echa, Rizki, teman-teman terdekat di Universitas Bakrie yang paling banyak membantu baik dalam hal penyusunan maupun dalam hal memberikan motivasi secara penuh kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta, di Whaver & Nero, a Saka, mas Didit, Panzul, uda Gyan, Kimsky, Altsky, Qq, Tenyom, mamas ILo, Agung, Haryo, Tyo, Eci, Lina, teh Ipeh, dinda yang sudah menemani penulis dalam susah, senang, selalu bersama sehingga penulis selalu termotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh responden *convenience store* Circle K baik yang penulis temui di lapangan maupun melalui jejaring sosial yang telah bersedia menjawab kuesioner yang disusun penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis berharap tugas akhir dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi salah satu referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2011

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : RANGGA DASA CIPTA NOOR
NIM : 1071001089
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
Jenis Tugas Akhir : DISAIN RISET

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

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *SPECIAL PRICE* PADA
CUSTOMER RETENTION (Sebagai Kajian Pada *Convenience Store Circle K*
Di Wilayah Bintaro)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Agustus 2011

Yang menyatakan



RANGGA DASA CIPTA NOOR

**THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING AND SPECIAL PRICE
ON CUSTOMER RETENTION**

(As Study Of Convenience Store Circle K at Bintaro Region)

Rangga Dasa Cipta Noor¹, Muchsin S. Shihab, Ph.D²

ABSTRACT

This research aims to test the effect of relationship marketing and special price on customer retention. The data were collected from 150 customers of Circle K at Bintaro through a survey with purposive sampling technique and used structured questionnaires. Multiple regression analysis was employed to analysed the data. The result showed that relationship marketing and special price have positive and significant impact on customer retention.

Keywords: *relationship marketing, special price, customer retention.*

¹ Student of Bakrie University, Management Major

² Lecturer in Management Major Bakrie University

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *SPECIAL PRICE* PADA
*CUSTOMER RETENTION***

(Sebagai Kajian Pada *Convenience Store Circle K* Di Wilayah Bintaro)

Rangga Dasa Cipta Noor¹, Muchsin S. Shihab, Ph.D²

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh *relationship marketing* dan *special price* pada *customer retention*. Data dikumpulkan dari 150 pelanggan Circle K di Bintaro melalui survey dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan kuesioner terstruktur. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa *relationship marketing* dan *special price* berpengaruh secara positif dan signifikan pada *customer retention*.

Kata kunci: *relationship marketing, special price, customer retention.*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

² Dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual	18
-------------	---------------------------	----

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERTANYAAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah	5
1.3.Rumusan Masalah	5
1.4.Tujuan Penelitian	6
1.5.Batasan Masalah.....	6
1.6.Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. <i>Relationship Marketing</i>	7
2.2. <i>Special Price</i>	9
2.3. <i>Customer Retention</i>	12
2.4.Penelitian Terdahulu	15
2.5.Kerangka Konseptual Dan Pengembangan Hipotesis.....	17
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1.Jenis Penelitian.....	19
3.2.Populasi	19
3.3.Sampel.....	19
3.4.Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.5.Pengumpulan Data	20
3.5.1. Sumber Data	20
3.5.2. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.6.Variabel Penelitian Dan Pengukurannya	22
3.6.1. Identifikasi Variabel Penelitian	22
3.6.2. Operasionalisasi Konstruk	23
3.6.3. Skala Pengukuran	24
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	24
3.7.1. Uji Validitas	24
3.7.2. Uji Reliabilitas	25
3.8 Teknik Analisis Data	26
3.8.1. Regresi Linier Berganda	26
3.8.1.1. Koefisien Determinasi (R^2)	26
3.8.1.2. Nilai F.....	27

3.8.1.3. Nilai t	27
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Profil Minimarket Circle K	28
4.2. Analisis Statistik	31
4.2.1. Uji Validitas	31
4.2.2. Uji Reliabilitas	33
4.3. Karakteristik Responden	34
4.4. Analisis Deskriptif	35
4.4.1. Variabel <i>Relationship Marketing</i>	35
4.4.2. Variabel <i>Special Price</i>	37
4.4.3. Variabel <i>Customer Retention</i>	38
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4.6. Pembahasan	40
BAB 5 PENUTUP	41
5.1. Kesimpulan	41
5.2. Keterbatasan Penelitian Dan Saran	41
5.3. Ringkasan Temuan Dan Implikasi Penelitian	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	48
Lampiran 2	Karakteristik Responden	51
Lampiran 3	Analisis Deskriptif	52
Lampiran 4	Analisis Reliabilitas <i>Relationship Marketing</i>	60
Lampiran 5	Analisis Reliabilitas <i>Special Price</i>	62
Lampiran 6	Analisis Reliabilitas <i>Customer Retention</i>	64
Lampiran 7	Analisis Uji Validitas Dengan Korelasi <i>Product Moment</i>	66
Lampiran 8	Analisis Regresi Linier Berganda	72
Lampiran 9	Tabel R	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Konstruk	23
Tabel 4.1.	Uji Validitas	32
Tabel 4.2.	Hasil Pengukuran VIF	33
Tabel 4.3.	Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden	34
Tabel 4.5.	Variabel <i>Relationship Marketing</i>	35
Tabel 4.6.	Variabel <i>Special Price</i>	37
Tabel 4.7.	Variabel <i>Customer Retention</i>	38
Tabel 4.8.	Hasil Regresi Linier Regresi	39
Tabel 5.1.	Temuan Penelitian Dan Implikasi	43

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas semua rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh *Relationship Marketing Dan Special Price Pada Customer Retention (Sebagai Kajian Pada Convenience Store Circle K Di Wilayah Bintaro)*”**. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Deddy Herdiansjah, Ph.D, selaku ketua program studi manajemen yang telah memberikan pedoman pembelajaran program studi manajemen dan mendorong penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Muchsin Saggaf Shihab, Ph.D, selaku pembimbing tugas akhir yang telah banyak memberikan saran dan masukan selama proses bimbingan dari awal sampai terselesaikannya tugas akhir ini.
3. Tri Wismiarso, Ph.D dan Krisfarah Syarfuan, BA, MM, yang telah bersedia menjadi penguji pada sidang skripsi dan memberikan waktu kepada penulis untuk melakukan konsultasi.
4. Segenap dosen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama proses pembelajaran.
5. Bapak Aurino, Bapak Heriyanto, Bapak Erhan, dan seluruh staf karyawan Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
6. Mama dan kakak tercinta, Jumiati dan Citra Primadini serta keluarga besar di rumah yang telah memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan baik materil maupun moril kepada penulis sehingga bisa terselesaikannya penyusunan tugas akhir ini.

7. Seluruh teman-teman Universitas Bakrie angkatan 2007 yang telah banyak sedikitnya memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sampai terselesaikannya penyusunan tugas akhir ini.
8. Firman, Khell, Desrina, Ellya, Widya (tete endut,,hehe), Echa, Rizki, teman-teman terdekat di Universitas Bakrie yang paling banyak membantu baik dalam hal penyusunan maupun dalam hal memberikan motivasi secara penuh kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta, di Whaver & Nero, a Saka, mas Didit, Panzul, uda Gyan, Kimsky, Altsky, Qq, Tenyom, mamas ILo, Agung, Haryo, Tyo, Eci, Lina, teh Ipeh, dinda yang sudah menemani penulis dalam susah, senang, selalu bersama sehingga penulis selalu termotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh responden *convenience store* Circle K baik yang penulis temui di lapangan maupun melalui jejaring sosial yang telah bersedia menjawab kuesioner yang disusun penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis berharap tugas akhir dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi salah satu referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2011

Penulis