

KOLABORASI RISET

**PENGARUH MANFAAT RELASIONAL DAN KETERGANTUNGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN INFORMASI
LISAN DI CIRCLE-K SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

BAGUS DWI KRISDIANTO

2008210326

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2013

**PENGARUH MANFAAT RELASIONAL DAN KETERGANTUNGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN INFORMASI
LISAN DI CIRCLE-K**

Diajukan oleh :

BAGUS DWI KRISDIANTO

2008210326

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal : ..19-2-2013



(Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M)

**PENGARUH MANFAAT RELASIONAL DAN KETERGANTUNGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN INFORMASI
LISAN DI CIRCLE-K**

Disusun oleh :

BAGUS DWI KRISDIANTO

2008210326

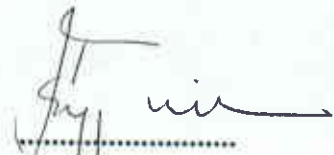
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal ...19...2...2013

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr.Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM

Anggota : Dr. Soni Harsono, SE., M.Si



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bagus Dwi Krisdianto
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 15-08-1989
NIM : 2008210326
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Manfaat Relasional Dan Ketergantungan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Informasi Lisan Di Circle-K

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal :15.....3.....2013.....



(Meliza Silvi, SE, M.Si)

Dosen Pembimbing

Tanggal :15.....03.....2013.....



(Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.)

MOTTO

"Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan."

(QS.Al-Mujadalah:11)

Dari semua hal, PENGETAHUAN adalah yang PALING BAIK, karena tidak kena tanggung jawab dan tidak bisa dicuri, karena tidak dapat dibeli ataupun dihancurkan
(Hipotadesa)

SLOW BUT SURE

(SLANK)

Pelan tapi Pasti

Skripsi PELAN – PELAN, tapi PASTI Wisuda

!!!!!!

Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang !!!!

**menantu IDEAL adalah SARJANA EKONOMI
lulusan PERBANAS**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini khusus ku persembahkan untuk orang-orang yang sangat berarti dan telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku.

1. Untuk kedua orang tuaku dan seluruh keluarga besarku. Karena kalian telah mengajari bagaimana arti hidup sebenarnya. kalian semua adalah motivator dan penyemangat hidupku. Terima kasih atas doa yang selalu kalian panjatkan untukku sampai akhirnya aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Pak Basuki Rachmat, selaku dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan dengan sabar mulai awal sampai akhir penyelesaian skripsi ini, serta memberikan masukan yang sangat baik buat skripsi ini.
3. Para dosen S1 Manajemen Pemasaran yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala ilmu pemasaran yang telah diberikan.
4. Pak Lutfi selaku dosen wali, terima kasih atas bimbingannya selama semester awal sampai akhir ini bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Buat tim tutorial AMOS sampai titik darah penghabisan, disusul oleh sohib satu bimbingan skripsi. Serta untuk semua teman-temanku yang ada di jurusan Manajemen Pemasaran yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semuanya.
6. Yang terakhir buat Ajeng yang selalu memberi support, dukungan, do'a hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sukses.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan segala puji dan Rasa Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh Manfaat Relasional Dan Ketergantungan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Informasi Lisan Di Circle-K”**, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dengan selesainya Skripsi ini kiranya banyak pula kekurangan-kekurangannya. Sehingga merupakan suatu kebanggan tersendiri bagi penulis, apabila mendapatkan saran dan kritik yang bersifat konstruktif.

Penulis juga menyadari bahwa selesainya penulisan ini tidak lain adalah berkat bantuan dari berbagai pihak. Dan kesempatan ini penulisan menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Orang Tua yang telah memberikan banyak dorongan, semangat serta doa restu, baik secara moril maupun materiil.
2. Prof. DR. Dra. Psi. Tatik Suryani, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Meliza Silvi, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

4. Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan tulus ikhlas lahir dan batin memberikan petunjuk dan bimbingannya mengenai cara-cara yang benar dan baik dalam penulisan Skripsi ini.
5. Seluruh keluarga, yang tidak henti-hentinya memberikan dorongan moral dan semangat serta memanjatkan do'a demi keberhasilan studi ini.
6. Seluruh staf pengajar dan karyawan, khususnya segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membekali penulis pengetahuan yang sangat berguna dan berharga selama menempuh perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan, yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan Skripsi ini.

Menyadari akan segala keterbatasan yang ada pada penulis, dalam penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, peneliti sangat berterima kasih kepada pihak yang berkepentingan serta dapat memberikan sumbangan yang berguna bagi almamater tercinta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK/RINGKASAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	9
1.5 Sistematika penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1 Manfaat Perlakuan Khusus	16
2.2.2 Manfaat Sosial	18
2.2.3 Manfaat keyakinan.....	19
2.2.4 Ketergantungan.....	20
2.2.5 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.2.6 Informasi Lisan.....	23
2.2.7 Pengaruh antara Manfaat Perlakuan Khusus dengan Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.8 Pengaruh antara Manfaat Sosial dengan Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.9 Pengaruh antar Manfaat Keyakinan dengan Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.10 Pengaruh antara Ketergantungan dengan kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.11 Pengaruh antara Kepuasan pelanggan dengan Informasi Lisan.....	28
2.3. Kerangka pemikiran	29
2.4. Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Batasan Penelitian	32
3.3 Identifikasi Variabel	32
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.4.1. Definisi Operasional.....	33
3.4.1.1. Variabel Eksogen (Manfaat Sosial)	33
3.4.1.2. Variabel Eksogen (Manfaat Keyakinan).....	34
3.4.1.3. Variabel Eksogen (Ketergantungan).....	34
3.4.1.4. Variabel Endogen (Kepuasan Pelanggan).....	35
3.4.1.5. Variabel Endogen (Komunikasi Lisan).....	35
3.4.2. Pengukuran Variabel	36
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5.1. Populasi	37
3.5.2. Sampel	38
3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel	38
3.6. Instrumen Penelitian.....	39
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data	40
3.7.1 Data	40
3.7.2 Metode Pengumpulan Data	41
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	41
3.8.2 Uji Validitas	41
3.8.2. Uji Reliabilitas	42
3.9 Teknik Analisa Data.....	43
3.9.1. Analisis Deskriptif.....	43
3.9.2. Teknik Analisis Statistik.....	43
 BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.	 52
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	52
4.1.1. Identitas Responden	52
4.2. Tanggapan Responden Tentang manfaat perlakuan khusus, manfaat sosial, manfaat keyakinan, ketergantungan terhadap kepuasan pelanggan dan informasi lisan	53
4.2.1. Tanggapan Responden Tentang Manfaat Perlakuan Khusus	53
4.2.2. Tanggapan Responden Tentang Manfaat Sosil.....	52
4.2.3. Tanggapan Responden Tentang Manfaat Keyakinan	56
4.2.4. Tanggapan Responden Tentang Ketergantungan	58
4.2.5. Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan....	59
4.2.6. Tanggapan Responden Tentang Komunikasi Lisan.....	60
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
4.3.1. Uji Validitas.....	42
4.3.2. Uji Reliabilitas	65
4.4. Pengujian Hipotesis Model Persaman Struktural	86

4.5. Pembahasan	90
4.5.1. Pengaruh antara Manfaat Perlakuan Khusus dengan Kepuasan Pelanggan	90
4.5.2. Pengaruh antara Manfaat Sosial dengan Kepuasan Pelanggan	90
4.5.3. Pengaruh antar Manfaat Keyakinan dengan Kepuasan Pelanggan	91
4.5.4. Pengaruh antara Ketergantungan dengan kepuasan Pelanggan	91
4.5.5. Pengaruh antara Kepuasan pelanggan dengan Informasi Lisan	92
 BAB V PENUTUP	 93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	94
 DAFTAR RUJUKAN.....	 95
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. : Penurunan Omset Circle K dari 2007 sampai 2010	5
Tabel 2.1. : Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 3.1. : Interval Kelas.....	37
Tabel 3.2. : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	39
Tabel 3.3. : Kriteria Goodness Of Fit	48
Tabel 4.1. : Klasifikasi Responden	52
Tabel 4.2. : Tanggapan Responden Tentang Manfaat Perlakuan Khusus ...	53
Tabel 4.3. : Tanggapan Responden Tentang Manfaat Sosial	55
Tabel 4.4. : Tanggapan Responden Tentang Manfaat Keyakinan.....	57
Tabel 4.5. : Tanggapan Responden Tentang Ketergantungan.....	58
Tabel 4.6. : Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 4.7. : Tanggapan Responden Tentang Komunikasi Lisan.....	61
Tabel 4.8. : Uji Validitas Manfaat Perlakuan Khusus	63
Tabel 4.9. : Uji Validitas Manfaat Sosial	63
Tabel 4.10. : Uji Validitas Manfaat Keyakinan.....	63
Tabel 4.11. : Uji Validitas Ketergantungan	64
Tabel 4.12. : Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4.13. : Uji Validitas Informasi Lisan	64
Tabel 4.14. : Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.15. : Goodness of Fit Index Analisis Faktor Konfirmatori	67

Tabel 4.16. :	Nilai Korelasi antar Konstruk.....	68
Tabel 4.17. :	Uji Unidimensionalitas Manfaat Perlakuan Khusus (MPK)	71
Tabel 4.18. :	Reliabilitas Konstruk Manfaat Perlakuan Khusus (MPK)	73
Tabel 4.19. :	Uji Unidimensionalitas Manfaat Sosial (MS)	74
Tabel 4.20 :	Reliabilitas Konstruk Manfaat Sosial (MS)	76
Tabel 4.21 :	Uji Unidimensionalitas Manfaat Keyakinan (MK)	76
Tabel 4.22 :	Reliabilitas Konstruk Manfaat Sosial (MS)	78
Tabel 4.23. :	Uji Unidimensionalitas Ketergantungan (KT)	78
Tabel 4.24. :	Reliabilitas Konstruk Ketergantungan (KT)	80
Tabel 4.25. :	Uji Unidimensionalitas Kepuasan Pelanggan (KP).....	81
Tabel 4.26 :	Reliabilitas Konstruk Kepuasan Pelanggan (KP).....	83
Tabel 4.27 :	Uji Unidimensionalitas Informasi Lisan (IL).....	83
Tabel 4.28 :	Reliabilitas Konstruk Informasi Lisan (IL)	85
Tabel 4.29 :	Goodness of Fit Index Model Persamaan Struktural.....	87
Tabel 4.30. :	Hasil Pengujian Hipotesis Model Persamaan Struktural.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.: Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3.1: Model Diagram Jalur	45
Gambar 4.1: Analisis Faktor Konfirmatori	66
Gambar 4.2: Model Persamaan Struktural	87

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tanggapan Responden
- Lampiran 3 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Confirmatory Factor Analisis
- Lampiran 5 : Hasil Structural Equation Modelling

ABSTRACT

Competitive maps of companies in Indonesia shows the straight competition. In competition, the loyalty is the target to be achieved of each company as a key business continues to grow. To get a loyal customer, then the critical edges that are the focus of attention customers deserve major attention. One strategy that is often taken to maintain customer satisfaction and loyalty is by applying the relationship marketing concept by optimizing their relational benefits application that include confidence benefits, social benefits, and special treatment benefits. Circle - K as retail company in Surabaya also apply this strategy for retain existing customers and attract new customer. This study aims to determine affect of relational benefits on Circle - K customer satisfaction, and reliance with the verbal information.

There were 200 respondents in this research within their criteria are customers of Circle – K in Semolo Waru Surabaya. The sample deciding method are non probability sampling by convenience sampling and convenience sampling. To gain the result as the research goal, Structural Equation Modelling (SEM).

Both of relational benefits are confidence benefits and social benefits have positive and significant affect on customer satisfaction. And the hypothesis that customer satisfaction has positive and significant affect on benefit of trust customer is supported in this research. There is no effect between customer satisfaction with the verbal information.

Keywords : Special Treatment Benefits. Social Benefits. Confidence benefits. Dependence. Customer Satisfaction and Oral Information.