

**PENGARUH *DIMENSI RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SIDOARJO**

SKRIPSI

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



Oleh :

Wielda Nanda Putri
Nim: 2009210457

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2013

**PENGARUH *DIMENSI RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SIDOARJO**

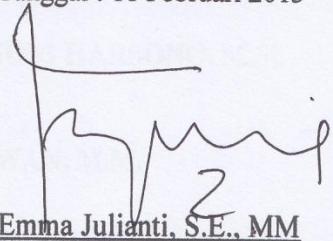
Diajukan oleh :

WIELDA NANDA PUTRI

NIM : 2009210457

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 11 Februari 2013



Emma Julianti, S.E., MM

SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SIDOARJO**

Disusun oleh :

WIELDA NANDA PUTRI

2009210457

Dipertahankan di depan Tim Pengaji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 26 Februari 2013

Tim Pengaji

Ketua : Drs. Drs. SONI HARSONO, M.Si.

Sekretaris : Drs. IRAWAN, M.M.

Anggota : BAGUS SUMINAR, S.E.,S.Psi.,MM.

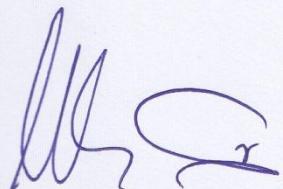
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wielda Nanda Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 08 Juni 1990
N.I.M : 2009210457
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Dimensi Relationship Marketing
Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat
Indonesia Di Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

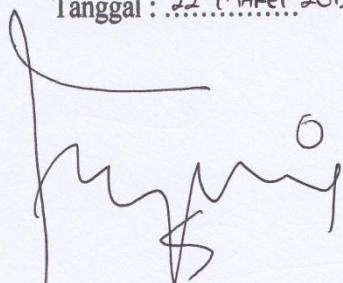
Tanggal : 22 MARET 2013



(Melliza Silvi SE.,M.Si)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 22 MARET 2013



(Emma Julianiti, S.E., MM)

MOTTO

**“Jalan hidup tak selamanya berjalan lurus ada
kalanya hidup kita berliku-liku. Jadi percaya,
optimise dan yakin akan usaha dan doa yang telah
kita lakukan, tak lupa untuk selalu bersyukur
dengan apapun yang kita peroleh dan rasakan.”**

PERSEMBAHAN

Sebuah hasil karya tulis yang telah dislesaikan dan siap dipersembahkan khususnya kepada :

- ❖ *ALLAH Subhanahu Wata'ala pencipta alam semesta yang telah memberikan kemudahan, kesabaran, kesehatan, dan kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.*
- ❖ *Kedua orang tuaku yang tercinta (Slamet S. & D. Rini) dan kakak-kakakku tersayang (sylvia D.N & Richie S.) serta keluarga besarku terima kasih telah memberi semangat, motivasi dan doa sehingga saya dapat menyelesaikanskripsi dan lulus dalam semester ini.*
- ❖ *Dosen pembimbing saya Ibu Emma Julianti, S.E., MM yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran dari awal hingga akhir terselesaiannya skripsi ini, terima kasih Bu Emma.*
- ❖ *Dosen wali saya Bapak Bagus Suminar, S.E., S.Psi., MM. yang telah mengarahkan dan membimbing saya dari awal kuliah hingga lulus kuliah di STIE Perbanas Surabaya.*
- ❖ *Sahabat Autisku(Okik, Debi, Dian, Rani, Lita, Windi) yang aku sayangi, cintai, banggakan, dan yang selalu menemani, memotivasi, memberiku semangat, dan selalu berjuang bersama-sama.... Terima kasih sahabatku, sukses untuk kita bersama.... amin.... ☺*
- ❖ *Serta semua teman-teman seperjuanganku, saya ucapkan terima kasih banyak atas bantuan dan dukungannya selama ini, semoga untuk ke depannya kita bisa bertemu dalam keadaan yang lebih baik dari sekarang ini, sukses untuk kita bersama, amin....*
- ❖ *Tak lupa untuk my boy friend yang selalu membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan yang selalu melengkapi keseharianku sejak 12072009 hingga saat ini dan semoga sampai kedepannya dan mewujudkan apa yang kita inginkan meskipun kita belum tau kepastiannya, tertuju Moh. Dennis Frafanasta, terima kasih banyak.... ☺*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Allah S.W.T yang senantiasa menyertai dan memberi kekuatan kepada penulis dalam pembuatan skripsi yang berjudul “Pengaruh Dimensi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Sidoarjo”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Adapun keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari bantuanserta dukungan dari semua pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Emma Julianti, S.E., MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama proses penyelesaian tugas akhir di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. Selaku ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Meliza Silvi, S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
4. Bagus Suminar, S.E.,S.Psi.,MM.selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studidi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
5. Bapak dan Ibu Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.

6. Seluruh Staf Perpustakaan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Civitas Akademika di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Batasan Penelitian	28
3.3 Identifikasi Variabel	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.5 Instrumen Penelitian.....	33
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
3.9 Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	43
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	43
4.2 Analisis Data	47
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Keterbatasan Penelitian	86
5.3 Saran	86
DAFTAR RUJUKAN	88
JADWAL PENULISAN SKRIPSI	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indonesian Bank Loyalty Index	4
Tabel 2.1 Perbedaan dan Pesamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	12
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Kuesioner.....	34
Tabel 3.3 Kelas Interval	38
Tabel 4.1 INTERVAL KELAS.....	48
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	48
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Komitmen.....	49
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Komunikasi	50
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penanganan Konflik	51
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ikatan.....	51
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai-nilai Bersama .	52
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Empati	53
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Timbal Balik.....	54
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah .	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.12 Hasil Multiple Regression Analysis.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.14 Model Sumery.....	63
Tabel 4.15 Hasil Perolehan tUji t dan Koefisiensi Determinan	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Kurva.....	40
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho uji t.....	42
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	46
Gambar 4.5 Kurva Normal Uji F	62
Gambar 4.6 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Kepercayaan.....	64
Gambar 4.7 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Komitmen	65
Gambar 4.8 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Komunikasi	66
Gambar 4.9 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Penanganan Konflik.....	67
Gambar 4.10 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Ikatan	68
Gambar 4.11 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Nilai-nilai Bersama	69
Gambar 4.12 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Empati	70
Gambar 4.13 Kurva Normal Uji t untuk Variabel Timbal Balik	71

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner
- Lampiran 2: Data Demografi Responden
- Lampiran 3: Data Tabulasi Responden
- Lampiran 4 : Grafik Karakteristik Responden
- Lampiran 5: Regresion
- Lampiran 6: Reliability dan Validitas
- Lampiran 7: Tabel uji F
- Lampiran 8: Tabel uji t

ABSTRACT

*The Impact Of Relationship Marketing Dimension To Customer's Loyalty Of
Bank Rakyat Indonesia In Sidoarjo*

Recently, more than ever before, strong competition, fragmentation of markets, short life cycles of products and increasing customer awareness and complexity, caused companies to use relationship marketing strategy to create, maintain, and enhance strong relationships with their customers to secure their loyalty. This article aimed to empirically investigate the impact of relationship marketing underpinnings (namely trust, commitment, communication, conflict handling, bonding, shared values, empathy, and reciprocity) on customer loyalty in the banking industry. A survey was conducted, collecting data through a questionnaire containing 33 items that was completed by 130 purposive sampling and multiple regression analysis was used for data analysis. In this study not all variables have the significant to customer's loyalty except reciprocity variable. The not significant can be happen because of the used services of bank by the customer is a rule from organization. The research result is only reciprocity has significant influence to the customer loyalty.

*Key word:*Relationship marketing, Customer Loyalty, Banking Industry