

SKRIPSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
SKY BEAUTY CARE SURABAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

BRIGITTA CORNELIA AMANDA

NPM : 21420017

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI *SKY BEAUTY CARE* SURABAYA

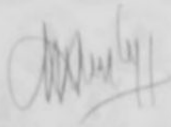
Diajukan oleh :

BRIGITTA CORNELIA AMANDA

NPM : 21420017

TELAH DISETUJUI DAN DI TERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE, MM

Tanggal, 30 Juli 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM

Tanggal, 11 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI SKY BEAUTY CARE SURABAYA

Diajukan oleh :

BRIGITTA CORNELIA AMANDA

NPM : 21420017

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain



Wiwik Herawati, SE., MM



Dr. Dana Aditva, SE, MBA



Kharis Marpurdianto, M.Hum., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 11 Agustus 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM

Ketua Program Studi

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : BRIGITTA CORNELIA AMANDA

NPM : 21420017

Alamat: Simo Katrungan Baru 49

Kec. Sawahan Kota Surabaya

Program Studi : Manajemen Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul **“PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI SKY BEAUTY CARE SURABAYA”** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

(Brigitta Cornelia Amanda)

NPM : 21420017

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI SKY BEAUTY CARE SURABAYA”** dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis, namun berkat kehendak-Nyalah penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Selain itu penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati patutlah kiranya penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Adrianto Trimarjono, SE., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen yang telah banyak meluangkan waktu serta dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta bantuan saran bagi penulis selama skripsi ini dibuat sehingga dapat terselesaikan dengan baik
5. Ibu Wiwik Herawati, SE.MM selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta bantuan saran bagi penulis selama skripsi ini dibuat sehingga dapat terselesaikan dengan baik

6. Orangtua tercinta Bapak Hendra dan Ibu Dian yang telah menyayangi dan mencintai dengan tulus serta memberikan banyak dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi.

Penulis sangat berterimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang sumber daya manusia.

Surabaya,

2025

Penulis

Brigitta Cornelia Amanda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di Sky Beauty Care Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan yang pernah menggunakan layanan di Sky Beauty Care. Hasil analisis menunjukkan bahwa relationship marketing, yang terdiri dari kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang penting bagi Sky Beauty Care dalam merumuskan strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui penerapan relationship marketing yang lebih baik.

Kata Kunci: Relationship Marketing, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Sky Beauty Care Surabaya, Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Keluhan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of relationship marketing on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable at Sky Beauty Care Surabaya. The research uses a quantitative approach with a survey method, where data is collected through questionnaires distributed to customers who have used the services at Sky Beauty Care. The results of the analysis show that relationship marketing, which includes trust, commitment, communication, and conflict handling, significantly affects customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction also significantly affects customer loyalty. This study provides valuable insights for Sky Beauty Care in formulating marketing strategies to enhance customer satisfaction and loyalty through the effective implementation of relationship marketing.

Keywords: Relationship Marketing, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Sky Beauty Care Surabaya, Trust, Commitment, Communication, Conflict Handling.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Skripsi.....	3
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pemasaran	5
2.1.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	5
2.1.2 Relationship Marketing.....	6
2.1.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Relationship Marketing	8
2.1.2.2 Konsep Relationship Marketing.....	8
2.1.2.3 Indikator Relationship Marketing	9
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	9
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	11
2.1.4.1 Tahapan Perjalanan Pelanggan Menuju Loyalitas	11
2.1.4.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13

2.3	Pengembangan Hipotesis	17
2.4	Kerangka Konseptual	18
BAB III METODE PENELITIAN		19
3.1	Pendekatan Penelitian	19
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.2.1	Populasi	19
3.2.2	Sampel	19
3.3	Identifikasi Variabel	19
3.3.1	Variabel Independen (X)	19
3.3.2	Variabel Mediasi (Z)	19
3.3.3	Variabel Dependen (Y)	19
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
3.5	Jenis dan Sumber Data Penelitian	21
3.5.1	Jenis Data	21
3.5.2	Sumber Data	21
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	21
3.7	Teknik Analisis Data	21
3.7.1	Uji Instrumen	21
3.7.1.1	Uji Validitas	21
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	21
3.7.2	Statistik Deskriptif	21
3.7.2.1	Uji Autokorelasi	21
3.7.2.2	Uji Analisis Jalur (Path Analysis)	21
3.7.2.3	Koefisien Determinasi (R^2)	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		22
4.1	Hasil Pembahasan	22
4.1.1	Gambaran Obyek Penelitian	22
4.1.2	Karakteristik Responden	23
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	23
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	23
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	24

4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	25
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian	25
4.1.3.1	Deskripsi Variabel Relationship Marketing (X).....	26
4.1.3.2	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	27
4.1.3.3	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	27
4.1.4	Hasil Analisis Data	28
4.1.4.1	Hasil Uji Instrumen	28
4.1.4.1.1	Uji Validitas	28
4.1.4.1.2	Uji Reliabilitas	30
4.1.5	Statistik Deskriptif	30
4.1.5.1	Uji Autokorelasi	30
4.1.5.2	Uji Analisis Jalur (Path Analysis)	32
4.2	Pembahasan.....	35
4.2.1	Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Sky Beauty Care Surabaya.....	35
4.2.2	Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Sky Beauty Care Surabaya.....	36
4.2.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Sky Beauty Care Surabaya.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		39
5.1	Simpulan Penelitian	39
5.2	Saran Penelitian.....	39
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....		42
LAMPIRAN.....		45
KUESIONER PENELITIAN.....		47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	13
Tabel 3.1	21
Tabel 4.1	23
Tabel 4.2	24
Tabel 4.3	24
Tabel 4.4	24
Tabel 4.5	25
Tabel 4.6	26
Tabel 4.7	27
Tabel 4.8	28
Tabel 4.9	29
Tabel 4.10	30
Tabel 4.11.....	31
Tabel 4.12	32
Tabel 4.13	33
Tabel 4.14	33
Tabel 4.15	34
Tabel 4.16	34
Tabel 4.17	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	1
Gambar 2.1 Kerangka Model Analisis	18

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	46
LAMPIRAN 2.....	53
LAMPIRAN 3.....	60