

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN**

**TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN**

**NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**( Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Sentani Jayapura )**

**Diajukan Untuk Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Jurusan Manajemen**



**RIJKIAWAN MAULANA**

**18420131**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

**Saya yang bertanda tangan dibawah ini:**

Nama : Rijkiawan Maulana

NPM : 18420131

Alamat : Rayan Regency B12

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi**” bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, ... Juli 2022

Yang membuat pernyataan

Rijkiawan Maulana

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN  
NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

( Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Sentani Jayapura )


Diajukan Oleh:

RIJKIAWAN MAULANA

18420131

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Titik Inayati SE., MM

Tanggal, 22-8-2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih SE., M.Si

Tanggal, 22-8-2022

**HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**SKRIPSI**

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN  
NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**( Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Sentani Jayapura )**

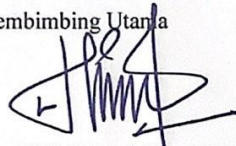
**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**Rijkiawan Maulana**

NPM : 18420131

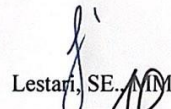
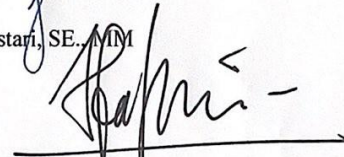
**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing Utama



Dr. Titik Inayati, SE., MM

Anggota Dewan Penguji

Tri Tjahjo Poernomo, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal.....



Dr. Kristiningsih., SE., Msi  
Ketua Program Studi

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya maka skripsi yang berjudul “PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA BANK BRI KCP SENTANI JAYAPURA” dapat saya selesaikan dengan baik. Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS 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 Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dr. Titik Inayati, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberi pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Maqbula Arochman, SE., M.Ak selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama kuliah berlangsung.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan banyak ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa restu dan dukungan kepada penulis selama menyusun skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah memberi dukungan dan motivasi satu sama lain dalam penyusunan skripsi ini.

Surabaya, 20 Juli 2022

Penulis

Rijkiawan Maulana

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| KATA PENGANTAR .....   | iv   |
| DAFTAR ISI.....  | iii  |
| DAFTAR TABEL.....  | vi   |
| ABSTRAK.....   | viii |
| BAB I.....   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....  | 1    |
| 1.2 RUMUSAN MASALAH.....   | 5    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 6    |
| 1.4 MANFAAT PENELITIAN.....  | 7    |
| BAB II.....  | 2    |
| 2.1 LANDASAN TEORI PEMASARAN .....   | 2    |
| 2.1.1 RELATIONSHIP MARKETING .....   | 2    |
| 2.1.2 KUALITAS PELAYANAN .....   | 12   |
| 2.1.3 LOYALITAS PELANGGAN.....   | 14   |
| 2.1.4 KEPUASAN PELANGGAN .....   | 16   |
| 2.2 PENELITIAN TERDAHULU .....   | 19   |
| 2.3 HIPOTESIS DAN MODEL ANALISIS.....  | 23   |
| 2.3.1. Pengaruh Relationship Terhadap Loyalitas nasabah.....   | 23   |
| 2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah .....   | 23   |
| 2.3.3. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah .....                                       | 24   |
| 2.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah .....   | 24   |
| 2.3.5. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas.....   | 25   |
| 2.3.6. pengaruh Relationship marketing yang dimediasi oleh kepuasan nasabah terhadap loyalitas Nasabah ..... | 25   |



|  |           |
|--|-----------|
| 2.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan yang dimediasi oleh kepuasan nasabah terhadap loyalitas Nasabah .....            | 26        |
| 2.3.7 Model Analisis .....   | 26        |
| <b>BAB III .....</b>   | <b>28</b> |
| 3.1 Pendekatan Penelitian .....  | 28        |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....  | 28        |
| 3.3 Identifikasi Variabel.....   | 30        |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel.....   | 31        |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data.....   | 34        |
| 3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....   | 34        |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....  | 35        |
| 3.7.1 Pengujian Kualitas instrument .....  | 35        |
| 3.7.2 Analisis Jalur.....  | 36        |
| 3.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....   | 37        |
| 3.7.4 Uji Hipotesis .....  | 37        |
| 3.7.5 Pengujian Efek Mediasi (Uji Sobel).....  | 38        |
| <b>BAB IV .....</b>  | <b>40</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>40</b> |
| 4.1. Gambaran Umum.....  | 40        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....   | 44        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden .....  | 44        |
| 4.2.2 Analisa Deskriptif .....   | 47        |
| 4.3 Analisis Data.....   | 52        |
| 4.4 Analisis jalur ( <i>path analysis</i> ) .....  | 54        |
| 4.4.2 <i>Relationship Marketing</i> , Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas.....                        | 56        |
| 4.5 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....   | 58        |
| 4.5.1 Koefisien Determinasi <i>Relationship Marketing</i> , Kualitas Layanan dan Loyalitas terhadap Kepuasan ..... | 58        |
| <b>BAB V .....</b>   | <b>65</b> |



|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| SIMPULAN DAN SARAN .....         | 65 |
| 5.1 SIMPULAN .....               | 65 |
| 5.2 SARAN .....                  | 66 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA .....             | 68 |
| LAMPIRAN 1 .....                 | 70 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                      | 44 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....                                | 46 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                          | 46 |
| Tabel 4.4 Kriteria Skor Tanggapan Responden .....                        | 48 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Relationship Marketing (X1) ..... | 48 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan (X2).....        | 49 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan (Z).....                 | 50 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Customer Loyalty (Y) .....        | 51 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....                                       | 52 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....                                   | 54 |
| Tabel 4.11 Model summary Variabel X1 dan X2 terhadap Z.....              | 54 |
| Tabel 4.12 Coefficients variable X1 dan X2 terhadap Z.....               | 55 |
| Tabel 4.13 MODEL SUMMARY Variabel X1, X2 Z Terhadap Y .....              | 56 |
| Tabel 4.14 Coefficients Variabel X1, X2, Z Terhadap Y .....              | 57 |
| Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....                 | 58 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Gambar 4.4 1 Uji Sobel 2 ..... | 59 |
|--------------------------------|----|

## ABSTRAK

Jasa perbankan merupakan salah satu sektor penting dalam proses perekonomian suatu negara, bertugas menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan maupun menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat. Salah satu penunjang kesuksesan sebuah bank dapat dilihat dari bagaimana seorang nasabah mendapatkan suatu kepuasan saat bertransaksi di bank tersebut. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel Mediasi. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 105 responden yang diambil dari nasabah Bank BRI KCP Sentani Jayapura. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis) yang diolah menggunakan IBM SPSS versi 20. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. *Relationship marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Relationship Marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan, Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan.

**Kata Kunci : *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah, Kepuasan Nasabah**

## **ABSTRACT**

*Banking services are one of the important sectors in the economic process of a country, tasked with collecting public funds in the form of savings and distributing funds in the form of loans to the public. One of the supports for the success of a company can be seen from how a customer gets a satisfaction when transacting at the bank. This study aims to determine whether Relationship Marketing and Service Quality have an effect on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediation variable. This study uses non-probability sampling with purposive sampling technique. The number of samples used as many as 105 respondents taken from Bank BRI customers KCP Sentani Jayapura. Analysis of the data used is path analysis which is processed using IBM SPSS version 20. The results can be concluded that Relationship Marketing and Service Quality have no significant effect on Customer Loyalty. Relationship marketing and service quality have a significant effect on Customer Satisfaction, Customer Loyalty has a significant effect on Customer Satisfaction, Relationship Marketing has a significant influence on Loyalty through Satisfaction, Service Quality has a significant influence on Loyalty through Satisfaction.*

***Keywords: Relationship Marketing, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction***