

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS
PRODUK, DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOBIL DAIHATSU
(Studi Kasus Pada Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad)**

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



Diajukan Oleh:

PUTRI RIZKI HARYANTI

NPM : 14420136

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Rizki Haryanti
NPM : 14420136
Alamat : Perum. Puri Permata Sari Blok E-17 Driyorejo Gresik
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh *Relationship Marketing*, Kualitas Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Daihatsu (Studi Kasus Pada Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad) adalah benar-benar karya saya 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.

Gresik, 16 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



(Putri Rizki Haryanti)

NPM : 14420136

SKRIPSI

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS
PRODUK, DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOBIL DAIHATSU**

(Studi Kasus pada Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad)

Diajukan oleh:

PUTRI RIZKI HARYANTI

NPM : 14420136

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



NI KETUT YULIA AGUSTIN, SE., MM Tanggal, 24 - 8 - 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE, MSi

Tanggal, 24 - 8 - 2018

Skripsi

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS
PRODUK, DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOBIL DAIHATSU
(Studi Kasus pada Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

PUTRI RIZKI HARYANTI

NPM : 14420136

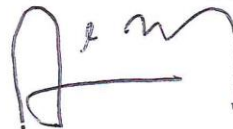
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

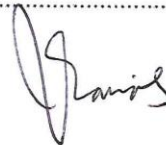


Ni Ketut Yulia A., SE., MM.

Anggota Dewan Penguji Lain



Drs. Ec. Gimanto G., MM., M. Ak.



Evianah, SE., M. Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 29 Agustus 2018



SITI DJAMILAH, SE., M. Si.

Ketua Program Studi

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Relationship Marketing, Product Quality, and After Sales Service to Consumer Satisfaction of Daihatsu Car Users at Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. The population in this study are consumers who have bought and used Daihatsu cars in Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. The sampling technique used in this research is non probability sampling that is purposive sampling. The number of samples used in this study is 100 respondents. The analysis technique used in this research is multiple linear regression with the result of equation $Y = 0,864 + 0,167X_1 + 0,122X_2 + 0,262X_3 + e$. Based on hypothesis test of simultaneous influence (F test) it can be seen that Relationship Marketing (X_1), Product Quality (X_2), and After Sales Service (X_3) simultaneously have significant effect to Consumer Satisfaction (Y) Daihatsu car users in Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. Based on hypothesis test of partial influence (t test) it can be seen that Relationship Marketing (X_1), Product Quality (X_2), and After Sales Service (X_3) partially significant to Consumer Satisfaction (Y) Daihatsu car users in Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. Based on the results of the dominant hypothesis test can be seen that Product Quality (X_2) dominant influence on Consumer Satisfaction (Y) Daihatsu car users in Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad.

Keywords: Relationship Marketing, Product Quality, After Sales Service, and Consumer Satisfaction.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Relationship Marketing*, Kualitas Produk, dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Daihatsu di Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli dan menggunakan mobil Daihatsu di Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan hasil persamaan $Y = 0,864 + 0,167X_1 + 0,122X_2 + 0,262X_3 + e$. Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh simultan (uji F) dapat diketahui bahwa *Relationship Marketing* (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Layanan Purna Jual (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pengguna mobil Daihatsu di Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh parsial (uji t) dapat diketahui bahwa *Relationship Marketing* (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Layanan Purna Jual (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pengguna mobil Daihatsu di Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad. Berdasarkan hasil uji hipotesis dominan dapat diketahui bahwa Kualitas Produk (X_2) berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pengguna mobil Daihatsu di Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad.

Kata Kunci: *Relationship Marketing*, Kualitas Produk, Layanan Purna Jual, dan Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadirat Allaah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, shalawat serta salam kami curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang karenanya penulis dapat merampungkan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Produk, dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Daihatsu (Studi Kasus pada Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad)**”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof H. Sri Harmadji, dr Sp. THT-KL(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, MM, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Hendra Prasetya, SE. M.Ak. selaku dosen wali yang telah membimbing sejak awal perkuliahan sampai dengan akhir perkuliahan.
5. Ibu Ni Ketut Yulia Agustin, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan-masukan yang membantu dalam proses penyusunan skripsi.
6. Pihak-pihak Astra Daihatsu Surabaya HR Muhammad yang telah membantu dan memberikan kesempatan untuk dapat melakukan observasi dan penelitian disana.
7. Bapak, Mama dan adik-adikku Aditya dan Kanaya yang telah memberikan semangat, kepercayaan, nasihat, doa, dan kasih sayang yang tiada henti.

8. Sahabat-sahabatku tersayang Ellynda Dwi Bella P. dan Erina Indriyasari yang selalu memotivasi, saling menguatkan, dan membantu banyak hal dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen C, Asfidiqi, Auliya, Dayana, Ella, Fabrina, Halin, Iqtasia, Riza, Andika, Dicky, Fatchur, dan Syafi'il, serta teman bimbingan Fitri Tania yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.

Demikian kami ucapkan terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan semoga Allaah SWT senantiasa memberikan balasan yang setimpal. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon kritik dan saran yang mambangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Gresik, 2 Juli 2018

Putri Rizki Haryanti

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| Halaman Judul..... | i |
| Surat Pernyataan Bebas Plagiat..... | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Halaman Susunan Dewan Penguji | iv |
| Abstract | v |
| Abstraksi..... | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar..... | xiii |
| Daftar Lampiran | xiv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|-------------------------------|----|
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.5. Sistematika Skripsi..... | 10 |

BAB II TELAAH PUSTAKA

| | |
|----------------------------------|----|
| 2.1. Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1. Manajemen Pemasaran | 11 |
| 2.1.2. Konsep Pemasaran..... | 13 |

| | |
|---|----|
| 2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)..... | 17 |
| 2.1.4. <i>Relationship Marketing</i> | 20 |
| 2.1.5. Kualitas Produk | 28 |
| 2.1.6. Layanan Purna Jual..... | 33 |
| 2.1.7. Kepuasan Konsumen | 38 |
| 2.1.8. Hubungan antara <i>Relationship Marketing</i> dengan Kepuasan Konsumen..... | 45 |
| 2.1.9. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan | 46 |
| 2.1.10. Hubungan antara Layanan Purna Jual dengan Kepuasan Konsumen..... | 47 |
| 2.2. Penelitian Sebelumnya..... | 48 |
| 2.3. Hipotesis dan Model Analisis | 49 |
| 2.3.1. Hipotesis | 49 |
| 2.3.2. Model Analisis..... | 49 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Pendekatan Penelitian | 51 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 51 |
| 3.3. Identifikasi Variabel..... | 52 |
| 3.4. Definisi Operasional Variabel..... | 53 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data..... | 56 |
| 3.6. Prosedur Pengumpulan Data..... | 56 |
| 3.7. Teknik Analisis | 58 |
| 3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 58 |

| | |
|---|----|
| 3.7.1.1. Uji Validitas..... | 58 |
| 3.7.1.2. Uji Reliabilitas..... | 59 |
| 3.7.2. Uji Asumsi Klasik..... | 59 |
| 3.7.2.1. Uji Normalitas | 59 |
| 3.7.2.2. Uji Multikolinieritas | 60 |
| 3.7.2.3. Uji Autokorelasi..... | 60 |
| 3.7.2.4. Uji Heterokedastisitas | 61 |
| 3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 61 |
| 3.7.4. Pengujian Hipotesis | 62 |
| 3.7.4.1. Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji F)..... | 62 |
| 3.7.4.2. Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (Uji t) | 64 |
| 3.7.4.3. Uji Hipotesis Pengaruh Dominan | 65 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian..... | 66 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 66 |
| 4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan | 67 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 68 |
| 4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden | 68 |
| 4.2.1.1. Responden Menurut Jenis Kelamin..... | 69 |
| 4.2.1.2. Responden Menurut Usia | 69 |
| 4.2.1.3. Responden Menurut Pendidikan Terakhir..... | 70 |
| 4.2.1.4. Responden Menurut Produk Daihatsu yang dimiliki..... | 70 |
| 4.2.2. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian | 71 |

| | |
|---|----|
| 4.2.2.1. Penilaian Atas Masing-Masing Variabel | 71 |
| 4.2.2.2. Deskripsi Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X ₁) | 72 |
| 4.2.2.3. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X ₂) | 72 |
| 4.2.2.4. Deskripsi Variabel Layanan Purna Jual (X ₃)..... | 73 |
| 4.2.2.5. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)..... | 74 |
| 4.3. Analisis Model atau Pengujian Hipotesis | 75 |
| 4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 75 |
| 4.3.1.1. Uji Validitas..... | 75 |
| 4.3.1.1.1. Uji Validitas <i>Relationship Marketing</i> (X ₁) | 75 |
| 4.3.1.1.2. Uji Validitas Kualitas Produk (X ₂)..... | 76 |
| 4.3.1.1.3. Uji Validitas Layanan Purna Jual (X ₃) | 77 |
| 4.3.1.1.4. Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)..... | 78 |
| 4.3.1.2. Uji Reliabilitas | 78 |
| 4.3.2. Uji Asumsi Klasik..... | 79 |
| 4.3.2.1. Uji Normalitas | 79 |
| 4.3.2.2. Uji Multikolinieritas..... | 81 |
| 4.3.2.3. Uji Autokorelasi..... | 82 |
| 4.3.2.4. Uji Heterokedastisitas..... | 83 |
| 4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 84 |
| 4.3.4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R ²)..... | 86 |
| 4.3.5. Pengujian Hipotesis..... | 87 |
| 4.3.5.1. Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (F)..... | 87 |
| 4.3.5.2. Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (t)..... | 89 |

| | |
|--|----|
| 4.3.5.3. Uji Hipotesis Pengaruh Dominan..... | 93 |
|--|----|

| | |
|----------------------|----|
| 4.4. Pembahasan..... | 94 |
|----------------------|----|

BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

| | |
|--------------------|----|
| 5.1. Simpulan..... | 97 |
|--------------------|----|

| | |
|-----------------|----|
| 5.2. Saran..... | 98 |
|-----------------|----|

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 5.3. Keterbatasan Penelitian..... | 100 |
|-----------------------------------|-----|

| | |
|----------------------|-----|
| Daftar Pustaka | 101 |
|----------------------|-----|

Lampiran-Lampiran

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor dirinci Menurut Jenisnya Periode 2011 – 2015..... | 1 |
| Tabel 1.2 Data Pangsa Pasar Penjualan Mobil di Indonesia Periode 2014 – 2016..... | 3 |
| Tabel 1.3 Data Penjualan Mobil Daihatsu Periode Januari – Juli 2017..... | 5 |
| Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya..... | 48 |
| Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin..... | 69 |
| Tabel 4.2 Responden Menurut Usia..... | 69 |
| Tabel 4.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir..... | 70 |
| Tabel 4.4 Responden Menurut Produk Daihatsu yang dimiliki..... | 70 |
| Tabel 4.5 Kategori Mean Masing-masing Variabel..... | 71 |
| Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X ₁)..... | 72 |
| Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X ₂)..... | 73 |
| Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Layanan Purna Jual (X ₃)..... | 74 |
| Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)..... | 74 |
| Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Relationship Marketing</i> (X ₁)..... | 76 |
| Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X ₂)..... | 76 |
| Tabel 4.12 Uji Validitas Layanan Purna Jual (X ₃)..... | 77 |
| Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)..... | 78 |
| Tabel 4.14 Uji Reliabilitas..... | 79 |
| Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas..... | 81 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.16 Uji Autokorelasi..... | 82 |
| Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)..... | 86 |
| Tabel 4.18 Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji F)..... | 87 |
| Tabel 4.19 Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (Uji t)..... | 89 |
| Tabel 4.20 Uji Hipotesis Pengaruh Dominan..... | 93 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model Konseptual (Bagan)..... | 50 |
| Gambar 3.1 Kurva Distribusi Uji Simultan (Uji F)..... | 63 |
| Gambar 3.2 Kurva Distribusi Uji Parsial (Uji t)..... | 65 |
| Gambar 4.1 Uji Normalitas | 80 |
| Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas..... | 83 |
| Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji Simultan (Uji F)..... | 88 |
| Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji Parsial (Uji t) Relationship Marketing (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) | 90 |
| Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji Parsial (Uji t) Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)..... | 91 |
| Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji Parsial (Uji t) Layanan Purna Jual (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) | 92 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Tabulasi Responden

Lampiran 3 : Output Olah Data Responden

Lampiran 4 : Tabel Distribusi F dan t

Lampiran 5 : Surat Keterangan

Lampiran 6 : Dokumentasi