

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
DI STASIUN TUGU YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON CONSUMER
LOYALTY PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
AT THE TUGU STATION YOGYAKARTA***



Disusun Oleh:

Siti Komariah

20150410131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
DI STASIUN TUGU YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON CONSUMER
LOYALTY PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
AT THE TUGU STATION YOGYAKARTA***
SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:
Siti Komariah
20150410131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

SKRIPSI

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
DI STASIUN TUGU YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON CONSUMER
LOYALTY PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
AT THE TUGU STATION YOGYAKARTA***



Telah disetujui dosen pembimbing

Pembimbing

Misbahul Anwar, S.E., M.Si

NIK19670916199202143014

Yogyakarta, 4 Maret 2019

SKRIPSI

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
DI STASIUN TUGU YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON CONSUMER
LOYALTY PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
AT THE TUGU STATION YOGYAKARTA***

Diajukan oleh

**SITI KOMARIAH
20150410131**


Skrripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 14 Maret 2019


Yang terdiri dari



Hasnah Rinyati, Dra., M.Si.
Ketua Tim Penguji



Misbahul Arwar, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji



Sutrisno Wibowo, SE., MM
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA
NIK. 19731218199904 143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Siti Komariah

Nomor Mahasiswa : 20150410131

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DI STASIUN TUGU YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 14 Maret 2019



Siti Komariah

MOTTO

“ Dan jika kamu menghitung-hitung nikmat Allah, niscaya kamu tak dapat menentukan jumlahnya. Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

(QS.An Nahl: 18)

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri.”

(QS. AL-Isra': 7)

“Ingatlah kepada-ku, Aku juga akan ingat kepada kalian. Dan bersyukurlah kepada-ku, janganlah kalian kufur.”

(QS. AL Baqarah: 152)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur dan Alhamdulillah yang setulus-tulusnya dan setinggi-tingginya kepada **Allah SWT**, dan menghaturkan Shalawat beserta Salam Kepada **Nabi Muhammad SAW** beserta Keluarganya dan Para Sahabatnya. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ayah dan Ibunda Tercinta

(Bpk Poniman & Ibu Sulasih)

Sebagai tanda bukti dan bakti saya terhadap keduanya, yang selalu mendo'akan dan berjuang sekuat tenaga untuk menyayangi, mencintai, membimbing, menasehati, dan membiayai saya sampai saat ini.

Kakak dan adik Tercinta

(Novi Rustiana Dewi & Mochammad Heriyanto)

Yang selalu membuat keceriaan dan yang tidak pernah bosan selalu memberi dukungan kapanpun dan dimanapun untuk segera menyelesaikan studi.

Teman-teman Tersayang

yang selalu memberikan motivasi, mendengarkan semua keluh kesah, mendoakan yang terbaik untuk kelancaran menyelesaikan studi dan selalu ada dikala suka maupun duka.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh komitmen terhadap loyalitas konsumen, (4) pengaruh komunikasi terhadap loyalitas konsumen, dan (5) pengaruh penanganan konflik terhadap loyalitas konsumen. Desain penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Stasiun Tugu Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 130. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan uji *R square*, uji-F, dan uji-t. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan nilai *R square* adalah sebesar 51,7%, sedangkan sisanya adalah 48,3% dipengaruhi variabel lain. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan secara parsial kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the influence of trust, commitment, communication, and handling conflict on consumer loyalty, (2) the influence of trust in consumer loyalty, (3) the influence of commitment to consumer loyalty, (4) the influence of communication on consumer loyalty, and (5) the influence of conflict handling on consumer loyalty. The design of this study is survey research. The population in this study were consumers of PT Kereta Api Indonesia (Persero) Big Station in Yogyakarta. The sampling technique in this study used purposive sampling with a total sample of 130. Data collection techniques used a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The statistical test in this study used the R square test, F-test, and t-test. From the results of the study, it is known that the variables of trust, commitment, communication, and handling conflict affect consumer loyalty. Based on the research that has been done, the R square value is 51.7%, while the rest is 48.3% influenced by other variables. This study shows that the variables of trust, commitment, communication, and handling conflict have a simultaneous effect on consumer loyalty. While partially trust, commitment, communication, and conflict handling significantly influence consumer loyalty.

Keywords: Trust, Commitment, Communication, Conflict Management and Consumer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DI STASIUN TUGU YOGYAKARTA”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Bapak Misbahul Anwar, M.Si. selaku pembimbing yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Dr. Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan rasa sayang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen khususnya di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulis skripsi ini.

Banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 5 Maret 2019

Penulis

B. Sampel Penelitian.....	32
C. Metode Pengumpulan Data.....	33
D. Identifikasi Variabel.....	34
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Uji Kualitas Instrumen	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis	41
1. Regresi Linear Berganda	41
2. Uji Hipotesis.....	41
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Objek Penelitian	44
B. Karakteristik Responden dan Subjek Penelitian	45
C. Uji Kualitas Instrumen	46
D. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	49
E. Rekapitulasi Hasil Penelitian	60
F. Pembahasan.....	61
BAB V.....	66
SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kuantitas Pemakaian Kelas Eksekutif	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.7 Kategori Penil	49
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	52
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	50
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Komitmen	50
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Komunikasi	51
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Penanganan Konflik	52
Tabel 4.13 Persamaan Regresi	53
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)	55
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Penelitian	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model	31
------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Alasan Penumpang Memilih Kereta Api Untuk Melakukan Perjalanan	5
Grafik 1.2 Perbandingan Total Volume Penumpang	6