

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HUBUNGAN
PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK DKI JAKARTA**

HELBA KALBU ZAKIAH

1705617108



**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND
RELATIONSHIP MARKETING TOWARD CUSTOMERS
SATISFACTION AND LOYALTY IN BANK DKI JAKARTA***

HELBA KALBU ZAKIAH

1705617108

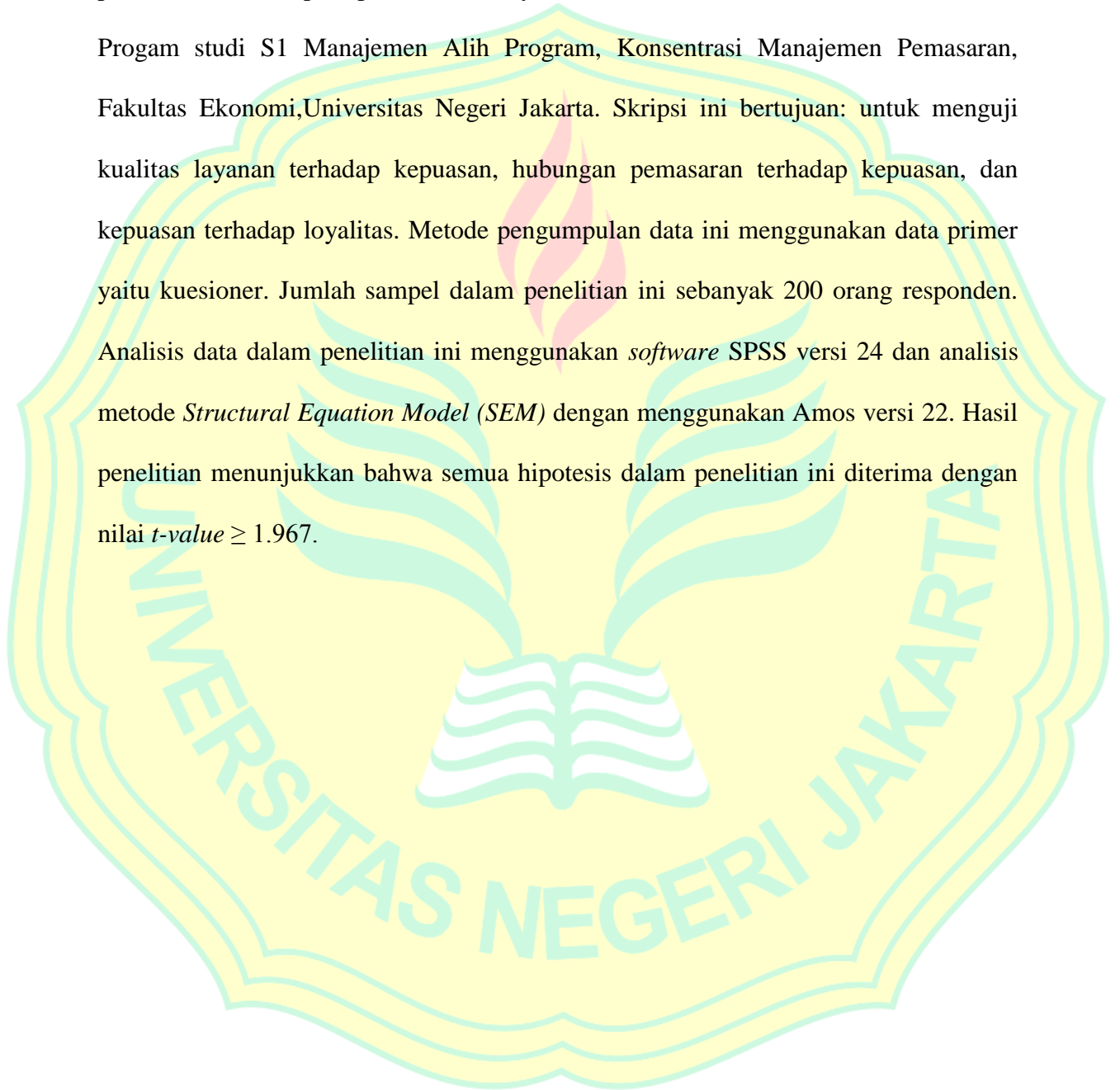


Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2020**

ABSTRAK

Helba Kalbu Zakiah. 2019. 1705617108. Pengaruh kualitas layanan dan hubungan pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank DKI Jakarta. Jakarta: Progam studi S1 Manajemen Alih Program, Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini bertujuan: untuk menguji kualitas layanan terhadap kepuasan, hubungan pemasaran terhadap kepuasan, dan kepuasan terhadap loyalitas. Metode pengumpulan data ini menggunakan data primer yaitu kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 orang responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 24 dan analisis metode *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan Amos versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima dengan nilai *t-value* ≥ 1.967 .



ABSTRACT

Helba Kalbu Zakiah. 2019. 1705617108. The influence of service quality and relationship marketing toward customer satisfaction and loyalty in Bank DKI Jakarta. Jakarta: Program S1 Management Study Program Transfer, Marketing Management Concentration, Faculty of Economics, State University of Jakarta. This thesis aims: to examine the effect of service quality to customer satisfaction, the effect of relationship marketing on customer satisfaction, the effect of customer satisfaction on customer loyalty. This data collection method uses primary data that is questionnaire. The number of samples in this study were 200 respondents. Data analysis in this study used SPSS software version 24 and Structural Equation Model (SEM) analysis using Amos version 22. The results showed that all hypotheses in this study were accepted with a t-value ≥ 1.967 .



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Helba kalbu zakiah
NIM : 1705617108
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen
Alamat email : kalbuhelba@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul : Pengaruh kualitas layanan dan hubungan pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas Nasabah Bank DKI Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

(Helba kalbu zakiah)
nama dan tanda tangan

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana. Baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran. Maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Februari 2020

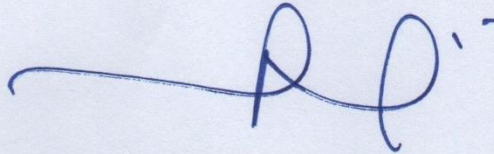


Helba Kalbu Zakiah
No. Reg. 1705617108

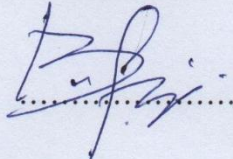
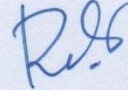
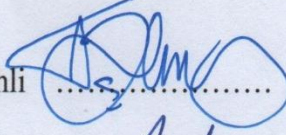
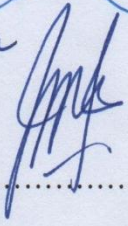
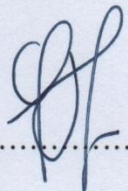
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 19720715 200112 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 1992032 001	Ketua	
2. <u>Rahmi, SE., M.S.M</u> NIP. 19830501 2018032 001	Sekretaris	
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE.M.Si</u> NIP. 19720617 1999031 001	Penguji Ahli	 aa
4. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 19850924 2014041 002	Pembimbing I	
5. <u>Ika Febrilia, SE, MM</u> NIP. 198702092015042 001	Pembimbing II	

Tanggal Lulus : 28 Januari 2020 .

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank DKI Jakarta.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran serta motivasi selama penyusunan tugas akhir ini, baik secara materil maupun non materil. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada :

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Andrian Haro S.Si, M.M., sebagai Pembimbing Pertama, atas segala perhatian, petunjuk, dan pengarahan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi.
4. Ika Febrilia, S.E., M.M, sebagai Pembimbing Kedua, atas segala perhatian, petunjuk, dan pengarahan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Terimakasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, suami, dan keluarga yang memberikan dukungan terbesarnya kepada penulis.

7. Semua sahabat dan rekan-rekan di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2017.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, bantuan, dan dukungan dalam penulisan skripsi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Wabillahit Taufiq Wal Hidayah,

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, Januari 2020

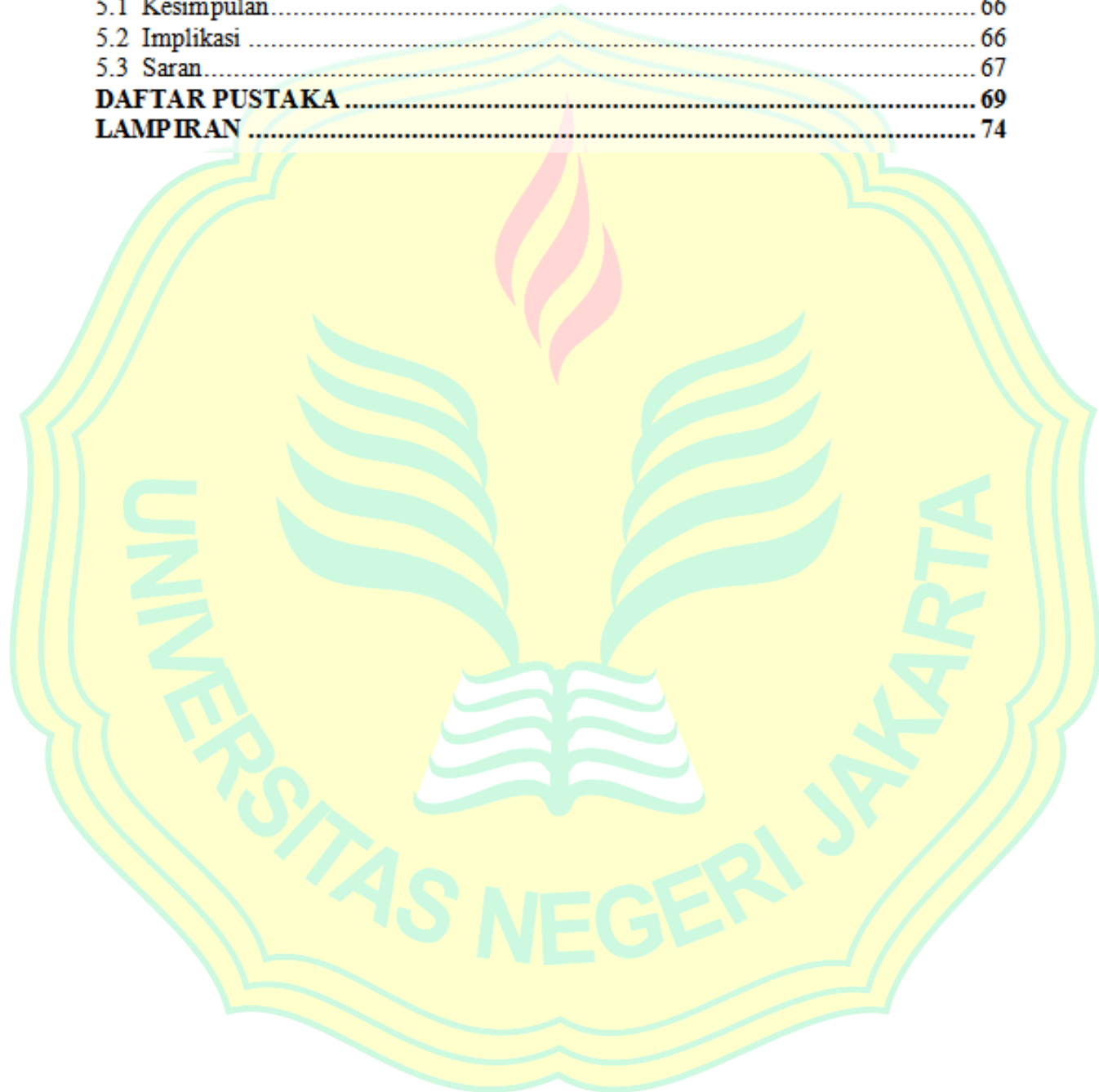
Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	III
PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORETIK	10
2.1 Deskripsi Konseptual	10
2.1.1 Loyalitas Konsumen	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen	13
2.1.3 Kualitas Layanan	17
2.1.4 Hubungan Pemasaran	19
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	22
2.3 Kerangka Berpikir	25
2.4 Perumusan Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.1.1 Objek Penelitian	28
3.1.2 Periode Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Operasional Variabel Penelitian	28
3.3.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	29
3.3.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	32
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Analisis Deskriptif	35
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.6.3 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Data	42
4.2 Hasil Analisis	44
4.3 Teknik analisis data	47
4.3.1 Hasil Uji Validitas	47
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	51

4.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	53
4.5 <i>Full Model SEM</i>	59
4.6 Fit Model SEM.....	61
4.7 Uji Hipotesis.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Implikasi.....	66
5.3 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Ikhtisar Bisnis Bank DKI.....	4
Tabel II. 1	Tabel Penelitian terdahulu.....	22
Tabel III.1	Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel III.2	Skala Pengukuran	34
Tabel III.3	<i>Goodness of Fit Indices</i>	41
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	43
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	44
Tabel IV.5	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	45
Tabel IV.6	Analisis Deskriptif Variabel Hubungan Pemasaran	46
Tabel IV.7	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan.....	46
Tabel IV.8	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas	47
Tabel IV.9	Uji Validitas Kualitas Layanan <i>KMO and Bartlett's Test</i>	48
Tabel IV.10	<i>Component Matrix^a</i> Uji Validitas Kualitas Layanan	48
Tabel IV.11	Uji Validitas Variabel Hubungan Pemasaran <i>KMO and Bartlett's Test</i>	49
Tabel IV.12	<i>Component Matrix^a</i> Uji Validitas Variabel Hubungan Pemasaran	49
Tabel IV.13	Uji Validitas Variabel Kepuasan <i>KMO and Bartlett's Test</i>	50
Tabel IV.14	<i>Component Matrix^a</i> Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	50
Tabel IV.15	Uji Validitas Variabel Loyalitas <i>KMO and Bartlett's Test</i>	51
Tabel IV.16	<i>Component Matrix^a</i> Uji Validitas Variabel Loyalitas	51
Tabel IV.17	Tabel Uji Reliabilitas	52
Tabel IV.18	<i>First Order</i> Kualitas Layanan.....	54
Tabel IV.19	<i>First Order</i> Hubungan Pemasaran	55
Tabel IV.20	<i>First order</i> Kepuasan Nasabah	57
Tabel IV.21	<i>First order</i> Loyalitas	58
Tabel IV.22	<i>Full Model SEM</i>	60
Tabel IV.23	<i>Fit Model SEM</i>	62
Tabel IV.24	Indikator <i>Fit Model</i>	63
Tabel IV.25	Estimasi Hubungan Fit Full Model.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Dana Pihak Ketiga.....	3
Gambar II. 1	Kerangka berfikir.....	26
Gambar IV.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	53
Gambar IV. 2	<i>First Order</i> Hubungan Pemasaran	55
Gambar IV.3	<i>First order</i> Kepuasan Nasabah.....	56
Gambar IV. 4	<i>First order</i> Loyalitas	58
Gambar IV.5	<i>Full Model SEM</i>	60
Gambar IV.6	<i>Fit Model SEM</i>	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 <i>Exploratory Factor Analysis</i>	80
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	85
Lampiran 4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	88

