

**PENGARUH *RELATIONSHIP ORIENTED PROMOTION*
TERHADAP *SATISFACTION, TRUST, COMMITMENT,*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA MEMBER
MATAHARI CLUB CARD (MCC)
DI SURABAYA**



**OLEH:
LEONARD LEVIN FRANDYONISIUS
3103013018**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

PENGARUH *RELATIONSHIP ORIENTED PROMOTION*
TERHADAP *SATISFACTION, TRUST, COMMITMENT,*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA *MEMBER*
MATAHARI CLUB CARD (MCC)
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
LEONARD LEVIN FRANDYONISIUS
3103013018

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *RELATIONSHIP ORIENTED PROMOTION*
TERHADAP *SATISFACTION, TRUST, COMMITMENT*, DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA *MEMBER MATAHARI CLUB*
CARD (MCC) DI *MATAHARI DEPARTMENT STORE*
SURABAYA

Oleh:

LEONARD LEVIN FRANDYONISIUS

3103013018

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si
Tanggal: 12 Januari 2017

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM.
Tanggal: 12 Januari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Leonard Levin Frandyonius

NRP : 3103013018

Telah diuji pada tanggal 23 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si.
NIK. 311.99.0369



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leonard Levin Frandyonisius
NRP : 3103013018
Judul Skripsi : PENGARUH *RELATIONSHIP ORIENTED PROMOTION* TERHADAP *SATISFACTION, TRUST, COMMITMENT, DAN CUSTOMER LOYALTY* PADA *MEMBER MATAHARI CLUB CARD (MCC)* DI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Januari 2017
Yang menyatakan



(Leonard Levin Frandyonisius)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan penyertaanNya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar telah membagikan ilmu pengetahuan serta membimbing dan memberi pengarahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dari awal hingga akhir.
5. Ibu Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar telah membagikan ilmu pengetahuan serta membimbing dan memberi pengarahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dari awal hingga akhir.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan terlebih Ibu dosen rumpun Manajemen Ritel.

7. Kepada kedua orang tua beserta kedua adik saya yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik terlebih untuk masa studi yang saya tempuh.
8. Kepada pacar saya Novita Sari yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kepada seluruh teman-teman organisasi kemahasiswaan yang telah banyak memberikan referensi baru sehingga sangat membantu penulis untuk menyelesaikan proses skripsi ini menjadi lebih baik lagi.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala doa, dukungan, dan semangat yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 12 Januari 2017

Leonard Levin Frandyonisius

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	10
2.3. Hubungan Antar Variabel	16
2.4. Kerangka Penelitian	20
2.5. Hipotesis.....	20

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Desain Penelitian.....	21
3.2. Identifikasi Variabel.....	21
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	21
3.4. Jenis dan Sumber Data	24
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.6. Pengukuran Variabel	24
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.7. Teknik Analisis Data.....	26
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Karakteristik Responden.....	30
4.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	30
4.3. Deskripsi Data.....	33
4.4. Analisis Data.....	39
4.5. Uji Hipotesis.....	49
4.6. Pembahasan.....	52
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1. Simpulan	58
5.2. Saran	60
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	32
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir	33
Tabel 4.7 Tabel Interval Skala Penelitian.....	33
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Oriented Promotion</i>	34
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Satisfaction</i>	35
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Trust</i>	36
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Commitment</i>	37
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i>	39
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	40
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	41
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Relationship Oriented Promotion</i>	43
Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Satisfaction</i>	44
Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Trust</i>	44

Tabel 4.19	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Commitment.....	45
Tabel 4.20	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	45
Tabel 4.21	Tabel Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	46
Tabel 4.22	Tabel Persamaan Struktural.....	48
Tabel 4.23	Tabel Pengujian Hipotesis.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan	14
Gambar 2.2 Model Penelitian	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Data Deskriptif Responden
- Lampiran 4. Output Normalitas
- Lampiran 5. Hasil Lisrel
- Lampiran 6. Syntax
- Lampiran 7. Path Diagram

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis Ritel di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya. Hal ini mengakibatkan persaingan antar *retailer* yang menjadi semakin sengit. Berbagai macam strategi pun dikembangkan demi mendapatkan konsumen yang memiliki loyalitas tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *relationship oriented promotion* terhadap *satisfaction*, *trust*, *commitment*, dan *customer loyalty* pada konsumen di Matahari *Department Store* Surabaya.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil 150 responden sebagai sampel. Responden yang dipilih adalah responden yang memiliki kartu *member* Matahari *Club Card* (MCC) di Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan menggunakan program LISREL.

Hasil dari penelitian ini adalah *relationship oriented promotion* memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction* dan *trust*, *satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *commitment* dan *customer loyalty*, *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *commitment* dan *customer loyalty*, serta *commitment* memiliki pengaruh positif terhadap *customer loyalty* di Matahari *Department Store* Surabaya.

Kata Kunci: *Relationship Oriented Promotion, Satisfaction, Trust, Commitment, Customer Loyalty*

ABSTRACT

Retail business growth in Indonesia continues to grow each year. This resulted in competition among retailers is becoming increasingly fierce. A wide variety of strategies were developed in order to obtain high consumer loyalty. This study aims to determine the effect of the relationship promotion oriented towards satisfaction, trust, commitment, and customer loyalty for consumers in Matahari Department Store Surabaya.

This research was conducted by taking a sample of 150 respondents. The respondents were Matahari's customers who have a membership card of the Matahari Club Card (MCC) in Surabaya. The sampling technique in this study was using a convenience sampling. Data analysis techniques used SEM (Structural Equation Modeling) and LISREL program.

The results of this study are relationship oriented promotion have a positive influence on satisfaction and trust, satisfaction have a positive influence on commitment and customer loyalty, trust have a positive influence on commitment and customer loyalty, and commitment has a positive influence on customer loyalty in Matahari Department Store Surabaya.

Keywords: ***Relationship Oriented Promotion, Satisfaction, Trust, Commitment, Customer Loyalty***

