

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN INDIHOME PADA PT. TELKOM  
DATEL SINGARAJA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh  
Putu Dibia Atmaja  
NIM 1617041060**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

**2020**

# SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN  
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK UJIAN  
SKRIPSI**



Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M  
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II.



Ni Nyoman Dini Andiani, S.St.Par., M.Par  
NIP. 198304052008122001

Skripsi oleh Putu Dibia Atmaja ini  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 11 September 2020

Dewan Penguji



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M  
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Ni Nyoman Dini Andiani, S.St.Par., M.Par  
NIP. 198304052008122001

(Anggota)



Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, S.E., M.Si.  
NIP. 197611102014042001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 2 Oktober 2020

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si  
NIP. 196810291993032001



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M  
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul **“Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pada PT. Telkom Datel Singaraja”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 5 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan,



Putu Dibia Atmaja  
NIM 1617041060



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pada PT. Telkom Datel Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I segala ketulusan membimbing dan motivasi selama penyelesaian skripsi.
6. Ni Nyoman Dini Andiani, S.St.Par., M.Par., selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesainya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Pihak PT. Telkom Datel Singaraja yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian, sehingga dapat memperlancar penyelesaian skripsi ini.

9. Kepada Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang perkuliahan.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 5 Oktober 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1 <i>Relationship Marketing</i> .....	10
2.1.1 Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	10
2.1.2 Dimensi <i>Relationship Marketing</i> .....	11
2.1.3 Tokoh <i>Relationship Marketing</i> .....	12
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	15
2.3 Loyalitas Pelanggan .....	17
2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	17
2.3.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	18



2.3.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	19
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan .....	19
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.5.1 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	25
2.5.2 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	27
2.5.3 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	28
2.5.4 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	30
2.6 Kerangka Pemikiran .....	31
2.7 Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
3.2 Rancangan Penelitian.....	34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	35
3.4 Sampel Penelitian .....	35
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	35
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	39
3.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.6.2 Pengujian Instrumen Penelitian .....	40
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data .....	44
3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Data.....	51
4.2 Hasil Penelitian .....	52
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
4.4 Implikasi .....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>63</b>

5.1 Rangkuman .....	63
5.2 Simpulan .....	64
5.3 Saran .....	65
DAFTAR RUJUKAN .....	67
LAMPIRAN .....	71



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Top Brands Index kategori ISP Fixed.....	2
Tabel 1.2 Tingkat Pengguna Indihome Tahun 2019.....	4
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional, Indikator, Satuan dan Skala Ukur.....	35
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	42
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	43
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	44
Tabel 3.6 Sumbangan Pengaruh $X_1$ dan $X_2$ Terhadap Y.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.4 Output SPSS Analisis Jalur Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
Tabel 4.5 Sumbangan Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 3.1 Sub Struktur Keseluruhan Pengaruh $X_1$ Terhadap Y .....	46
Gambar 3.2 Sub Struktur Keseluruhan Pengaruh $X_2$ Terhadap Y .....	47
Gambar 3.3 Sub Struktur Pengaruh $X_1$ Terhadap $X_2$ .....	48
Gambar 3.4 Sub Struktur Pengaruh $X_1$ Terhadap Y Melalui $X_2$ .....	49
Gambar 4.1 Struktur Keseluruhan <i>Relationship Marketing</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2: Hasil Data Ordinal Pernyataan Responden Sampel Kecil.....	76
Lampiran 3: Hasil Data Interval Pernyataan Responden Sampel Kecil .....	80
Lampiran 4: Hasil Data Ordinal Pernyataan Responden Sampel Besar .....	84
Lampiran 5: Hasil Data Interval Pernyataan Responden Sampel Besar .....	94
Lampiran 6: Deskripsi Data Responden .....	104
Lampiran 7: Hasil Output Perhitungan SPSS 22 for Windows, <i>Relationship Marketing</i> , Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan .....	105
Lampiran 8: Ouput Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	115

