

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA BANK BRI UNIT MUARA RUPIT**



**SKRIPSI**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Sarjana  
Terapan (D IV) Di Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri  
Sriwijaya**

**Disusun Oleh:**

**Yuyun Nomari**

**NPM 061740631660**

**KEMENTRIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2021**

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA BANK BRI UNIT MUARA RUPIT



SKRIPSI

Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Sarjana  
Terapan (D IV) Di Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri  
Sriwijaya

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Hendra Sastrawinata, SE.,MM  
NIP 197208182003121002

Keti Purnamasari, S.E.,M.Si  
NIP 198907262019032015

Mengetahui,  
Kajur Administrasi Bisnis

Mengetahui,  
Kaprodik Manajemen Bisnis

Heri Setiawan, SE.,MAB  
NIP 197602222002121001

Dr. Dewi Fadila, SE.,M.M  
NIP 197504212001122001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139  
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918  
Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polisri.ac.id



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yuyun Nomari  
NPM : 061740631660  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Manajemen Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Marketing  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variable Intervening pada Bank BRI Unit Muara Rupit

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi D IV Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis  
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari :  
Tanggal :

TIM PENGUJI

| No. | Nama  | Tanda Tangan | Tanggal   |
|-----|---|--------------|-----------|
| 1.  | Hendra Sastrawinata, SE.,M.M<br>Ketua Penguji |              | _____     |
| 2.  | Alhushori, SE., M.AE.<br>Anggota Penguji      |              | 12/8 2021 |
| 3.  | Dr. Dewi Fadila, SE., M.M<br>Anggota Penguji  |              | _____     |
| 4.  | Ummasyroh, SE., M. Ed.M<br>Anggota Penguji    |              | 07/08-21  |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139  
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918  
Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuyun Nomari  
NIM : 06174063160  
Program Studi : Manajemen Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Marketing  
Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* pada Bank BRI Unit Muara Rupit

Dengan ini Menyatakan:

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Politeknik Negeri Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing Skripsi.
3. Dalam Skripsi ini tidak terdapat Karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali yang secara jelas dicantumkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang sebagaimana tercantum dalam kutipan dan daftar kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini serta sanksi lain sesuai dengan aturan yang berlaku di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan



Yuyun Nomari  
061740631660

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“My way, Believe in yourself, believe in god,work hard, enjoy all the grooves”**

**(Yuyun Nomari)**

**“Mulailah dari tempatmu berada, gunakan yang kau punya, dan lakukan yang kau bisa.”**

**(Arthur Ashe)**

**Skripsi ini kupersembahkan untuk:**

- 1. Ibu dan Ayah Tercinta**
- 2. Saudara dan Keluarga tercinta**
- 3. Dosen Pembimbing**
- 4. Teman – Teman MBA'17**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* pada Bank BRI Unit Muara Rupit”** yang berisikan mengenai *Relationship marketing* yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Muara Rupit. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma IV pada Jurusan Administrasi Bisnis prodi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Penulis melakukan studi kasus pada Bank BRI Unit Muara Rupit Studi kasus ini bertujuan mengetahui *Relationship marketing* yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Muara Rupit dengan menggunakan Uji Jalur.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat memperbaiki kesalahan yang ada sehingga menjadi pembelajaran bagi penulis untuk masa yang akan datang.

Palembang, Juli 2021

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai kendala. Bantuan telah banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan segala kerendahan hati atas tersusunnya skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Heri Setiawan, SE.,MAB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Dr. Marieska Lupikawaty, SE.,M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Dr. Dewi Fadila, SE., M.M selaku Ketua Program Studi DIV Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Hendra Sastrawinata, SE.M.M selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan saran dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi ini
6. Keti Purnamasari, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan saran dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi ini
7. Bapak Muhammad Wahyudin selaku Kepala Unit Bank BRI Muara Rupit.
8. Seluruh Dosen Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis menuntut ilmu di Politeknik Negeri Sriwijaya
9. Ayahku M. Yusuf dan Ibu Yur Nelis serta keluarga besar saya tercinta yang telah memberikan kasih sayang, Doa serta support dan memberikan semangat.
10. Teman – teman seperjuangan di jurusan Administrasi Bisnis khususnya prodi Manajemen Bisnis.
11. Yori, Emil, Nanda, Dinda, Jelvi yang telah menemani saya membuat skripsi ini sampai dengan selesai tepat pada waktunya.

12. Semua pihak yang turut membantu dalam proses menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah Bapak, Ibu, dan rekan-rekan berikan dan semoga kita selalu dalam perlindungan-Nya. Amin.

Palembang, Juli 2021  
Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel *Relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Bank BRI KCP Muara Rupit merupakan bank yang telah berdiri di kawasan Muara Rupit sejak lama pada tahun 1970 hingga sekarang. Penelitian ini termasuk dalam klasifikasi penelitian survei deskriptif, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai media pengumpulan data utama. dan untuk mengetahui variabel apa yang dominan mempengaruhi loyalitas nasabah tersebut. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden. Dengan menggunakan teknik analisis Jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,619, kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan sebesar 0,392 sehingga diketahui diantara kedua variabel tersebut variabel *Relationship marketing* yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank BRI Unit Muara Rupit. besar hubungan antara *Relationship Marketing* dan Kepuasan nasabah (Simultan) dengan Loyalitas nasabah sebesar 87,5%.

Kata Kunci: *Relationship marketing*, loyalitas, dan kepuasan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the partial and simultaneous effect of Relationship marketing variables on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable. Bank BRI KCP Muara Rupit is a bank that has been established in the Muara Rupit area since 1970 until now. This research is included in the classification of descriptive survey research, namely research that takes samples from the population and uses a questionnaire as the main data collection medium. and to find out what the dominant variables affect customer loyalty. The sample in this study were 95 respondents. By using Path analysis technique. The results of this study indicate that Relationship marketing has a positive and significant effect of 0.619, customer satisfaction has a significant positive effect of 0.392 so that it is known that between the two variables it is the Relationship marketing variable which has a dominant influence on customer loyalty at Bank BRI Unit Muara Rupit. the relationship between Relationship Marketing and customer satisfaction (simultaneous) with customer loyalty is 87.5%.*

*Keywords: relationship marketing, loyalty, satisfaction*

## DAFTAR ISI

|   | Halaman     |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                              | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                         | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>                           | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN .....</b>                           | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                      | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                              | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                     | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                               | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                               | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                            | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                |             |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                         | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                | 4           |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....                      | 4           |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....                  | 4           |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian .....                           | 4           |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian.....                           | 5           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                            |             |
| 2.1 Landasan Teori .....                                | 6           |
| 2.1.1 Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....    | 6           |
| 2.1.2 Tujuan <i>Relationship Marketing</i> .....        | 6           |
| 2.1.3 Elemen-elemen <i>Relationship Marketing</i> ..... | 7           |
| 2.2 Pengertian Loyalitas.....                           | 8           |
| 2.2.1 Tahapan Loyalitas .....                           | 8           |
| 2.3 Kepuasan Pelanggan .....                            | 9           |
| 2.3.1 Pengukuran Kepuasan .....                         | 9           |
| 2.3.2 Strategi Kepuasan Pelanggan.....                  | 10          |
| 2.4 Penelitian Terdahulu .....                          | 11          |
| 2.5 Kerangka Pikir Penelitian .....                     | 16          |
| 2.6 Hipotesis.....                                      | 16          |
| <b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>                    |             |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....                      | 13          |

|  |    |
|--|----|
| 3.2 Rancangan Penelitian .....                       | 13 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                      | 13 |
| 3.3.1 Jenis Data.....                                | 13 |
| 3.3.2 Sumber Data .....                              | 13 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                    | 14 |
| 3.5 Populasi dan Sampel .....                        | 15 |
| 3.5.1 Populasi .....                                 | 15 |
| 3.5.2 Sampel .....                                   | 15 |
| 3.6 Teknik Analisis .....                            | 16 |
| 3.6.1 Pengujian Instrumen.....                       | 16 |
| 3.6.1.1 Uji Validitas .....                          | 16 |
| 3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....                       | 17 |
| 3.6.2 Uji Kelayakan Model .....                      | 17 |
| 1 Uji t (Parsial).....                               | 17 |
| 2 Uji F (Simultan) .....                             | 18 |
| 3 Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi $R_2$ ..... | 18 |
| 3.6.3 Analisis Jalur.....                            | 19 |
| 3.7 Definisi Operasional Variabel .....              | 19 |

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Profil Umum Perusahaan .....                     | 22 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....               | 22 |
| 4.1.2 Visi dan Misi.....                             | 23 |
| 4.1.3 Deskripsi Objek Penelitian.....                | 23 |
| 4.2 Kriteria Umum Responden .....                    | 24 |
| 4.2.1 Kreteria Berdasarkan Jenis kelamin .....       | 24 |
| 4.2.2 Kreteria Berdasarkan Usia.....                 | 25 |
| 4.2.3 Kreteria Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..... | 25 |
| 4.1.2 Kreteria Berdasarkan Pekerjaan.....            | 26 |
| 4.3 Hasil .....                                      | 27 |
| 4.3.1 Rekapitulasi Jawaban Responden .....           | 27 |
| 4.4 Uji Instrumen Penelitian.....                    | 43 |
| 4.4.1 Uji Validitas .....                            | 43 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas .....                         | 46 |
| 4.5 Uji Kelayakan Model .....                        | 47 |
| 4.5.1 Uji F (Simultan) .....                         | 47 |
| 4.5.2 Uji T (Parsial) .....                          | 48 |
| 4.5.3 Koefisien Korelasi dan Determinasi $R_2$ ..... | 54 |
| 4.6 Analisis Jalur.....                              | 57 |
| 4.7 Pembahasan .....                                 | 62 |

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 63 |
| 5.2 Saran .....      | 64 |

#### **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian ..... | 16 |
| Gambar 6.1 Diagram Model Jalur .....       | 58 |

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1  | Jumlah Nasabah Bank BRI Unit Muara Rupit.....                         | 3  |
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu.....   | 15 |
| Tabel 3.1  | Definisi Operasional Variabel.....                                    | 20 |
| Tabel 3.2  | Skala Likert .....  | 21 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                | 24 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                        | 25 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....                  | 26 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                   | 26 |
| Tabel 4.5  | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 1 .....  | 27 |
| Tabel 4.6  | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 2 .....  | 28 |
| Tabel 4.7  | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 3 .....  | 28 |
| Tabel 4.8  | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 4 .....  | 29 |
| Tabel 4.9  | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 5 .....  | 30 |
| Tabel 4.10 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 6 .....  | 30 |
| Tabel 4.11 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 7 .....  | 31 |
| Tabel 4.12 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 8 .....  | 32 |
| Tabel 4.13 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 9 .....  | 32 |
| Tabel 4.14 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 10 ..... | 33 |
| Tabel 4.15 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 11 ..... | 34 |
| Tabel 4.16 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 12 ..... | 34 |
| Tabel 4.17 | Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap<br>Pernyataaan Nomor 13 ..... | 35 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.18 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 14 .....                                   | 36 |
| Tabel 4.19 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 15 .....                                   | 36 |
| Tabel 4.20 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 16 .....                                   | 36 |
| Tabel 4.21 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 17 .....                                   | 37 |
| Tabel 4.22 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 18 .....                                   | 38 |
| Tabel 4.23 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 19 .....                                   | 38 |
| Tabel 4.24 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 20 .....                                   | 39 |
| Tabel 4.25 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 21 .....                                   | 40 |
| Tabel 4.26 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 22 .....                                   | 41 |
| Tabel 4.27 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataaan Nomor 23 .....                                   | 42 |
| Tabel 4.28 Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....   | 43 |
| Tabel 4.29 Uji Validitas Variabel Loyalitas nasabah .....   | 44 |
| Tabel 4.30 Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah.....   | 45 |
| Tabel 4.31 Uji Reliabilitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> ,kepuasan nasabah dan Loyalitas Nasabah..... | 46 |
| Tabel 4.32 Uji F (Simultan) .....   | 47 |
| Tabel 4.33 Uji T ( Parsial)persamaan 1 .....  | 49 |
| Tabel 4.34 Uji T ( Parsial)persamaan 2 .....  | 50 |
| Tabel 4.35 Uji Koefisien Korelasi Determinasi 1 .....   | 50 |
| Tabel 4.35 Uji Koefisien Korelasi Determinasi 2 .....   | 51 |
| Tabel 4.36 Uji Koefisien Jalur Relationship Marketing terhadap Kepuasan nasabah.....                            | 52 |
| Tabel 4.36 Uji Koefisien Jalur Loyalitas nasabah .....  | 53 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|               |                                     |
|---------------|-------------------------------------|
| LAMPIRAN I    | Surat izin Pengambilan Data         |
| LAMPIRAN II   | Surat keterangan Selesai Penelitian |
| LAMPIRAN III  | Lembar kunjungan Mahasiswa          |
| LAMPIRAN IV   | Lembar Bimbingan Skripsi            |
| LAMPIRAN V    | Rekomendasi Ujian Skripsi           |
| LAMPIRAN VI   | Revisi Skripsi                      |
| LAMPIRAN VII  | Tanda Persetujuan Revisi Skripsi    |
| LAMPIRAN VIII | Kuesioner Penelitian                |
| LAMPIRAN IX   | Hasil Kuesioner Penelitian          |
| LAMPIRAN X    | Output SPSS                         |



