

**ANALISIS STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. LINTAS NUSANTARA ABADI TRANSINDO SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

MIFTAKHUL NURMALIA ROMADHONA

NIM: 20141221045

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2018

**ANALISIS STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. LINTAS NUSANTARA ABADI TRANSINDO SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

OLEH :

MIFTAKHUL NURMALIA ROMADHONA

NIM: 20141221045

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

2018

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftakhul Nurmalia Romadhona

NIM : 20141221045

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 30 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Miftakhul Nurmalia Romadhona

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. LINTAS NUSANTARA ABADI TRANSINDO SURABAYA**

Oleh:

MIFTAHUL NURMALIA ROMADHONA

NIM.20141221045

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan


Surabaya, 30 Agustus 2018

Dosen Pembimbing I,



Dahruji, SE.,M.EI

Dosen Pembimbing II,



Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM.

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

**JUDUL: ANALISIS STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. LINTAS NUSANTARA ABADI TRANSINDO SURABAYA**

Nama: MIFTAHUL NURMALIA ROMADHONA

NIM: 20141221045

Program Studi: Manajemen

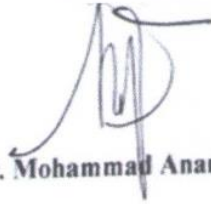
Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/ Tanggal: 31 Agustus 2016

Pukul: 15.00 WIB sampai dengan 16.20 WIB

**Komisi Penguji terdiri dari:
Ketua Penguji:**



Dr. Mohammad Anang F., MM

Anggota



Dahruji, SE., M.EI

Anggota



Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM.

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**



Dr. Anna Marigna, SE., M.Si., Ak., CA

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kelancaran dalam pengerjaan Skripsi yang berjudul Analisis Strategi *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo Surabaya sehingga dapat terselesaikan dan dapat diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelas Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Tak lupa juga sholawat dan salam tetap kita haturkan kepada revolusioner akbar kita yakni Nabi Muhammad Sallallahu Alaihi Wassalam yang telah menjadi suri tauladan yang baik untuk umatnya khususnya bagi penulis.

Penulisan Skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada kedua orangtua penulis yang tiada hentinya memberikan semangat dan do'a serta kasih sayangnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat waktu.
2. Bapak Dr. dr, Sukadiono, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Anita Roosmawarni, S.E, M.SE selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah

memeberikan pembekalan kepada penulis sebelum dan sesudah penulisan skripsi.

5. Bapak Dahruji, SE, M.EI selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan semangat, dan membantu segala kesulitan penulis serta membagi ilmunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Budi Wahyu Mahardhika, SE, ST, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta membagi ilmunya kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam memperbaiki penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memeberikan banyak ilmu, pengalaman, dan mengajar dengan sepenuh hati kepada penulis mualai awal semester hingga akhir semester.
9. Seluruh staff dan karyawan Universitas Muhamaadiyah Surabaya khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dan memeperlancar segala administrasi dan kegiatan perkuliahan penulis hingga awal dan akhir semester.
10. Bapak Judo Wibowo, SE selaku Direktur PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
11. Adikku tersayang yang telah memberikan ku semangat setiap waktu.

12. Teman-teman dan sahabat kelas Manajemen Sore angkatan 2014 yang selama ini menemani dan membantu penulis dalam proses belajar di Universitas Muhammadiyah Surabaya dimana penulis menemukan dan mempelajari banyak ilmu dan mendapat banyak pengalaman.
13. Teman-teman dan sahabat serta berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proses skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap kritik dan saran yang dapat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini sehingga dapat membantu pembaca dalam mengembangkan wawasan dan pengetahuan khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 30 Agustus 2018

Penulis

MOTTO

Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka

(QS. Ar-Ra'ad : 11)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	7
1. Pemasaran	7
2. Manajemen Pemaaran	8
3. Strategi Pemasaran	9
4. Jasa	15
5. Strategi Pemasaran Jasa	17
6. Relationship Marketing.....	18
7. Loyalitas Pelanggan	22
8. Jasa Angkutan Pengiriman Barang	23

B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	33
B. Keterlibatan Peneliti	34
C. Jenis dan Sumber Data.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Pengolahan Data dan Teknik Analisis	38
F. Keabsahan Temuan	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
1. Profil Perusahaan	41
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	41
3. Struktur Organisasi Perusahaan	42
B. Deskripsi Hasil Penelitian	45
1. Relationship Marketing PT.Lintas Nusantara Abadi transindo ..	45
2. Hubungan Baik PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo.....	47
3. Empati PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo	49
4. Timbal Balik PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo.....	52
5. Kepercayaan PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo	54
C. Pembahasan.....	57
1. Relationship Marketing PT.Lintas Nusantara Abadi transindo ..	57
2. Hubungan Baik PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo.....	58

3. Empati PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo	59
4. Timbal Balik PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo.....	60
5. Kepercayaan PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA65

LAMPIRAN.....67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	42

DAFTAR PUSTAKA

- A, Syawir dan Erina I. 2007. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Value Pada Tosca Salon & Spa di Supermall Pakuwon Indah Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.1, hal 52-64
- Achmad, T. A. (2010). Pengaruh Customer Relationship Marketing (Crm) Terhadap Loyalitas Pengguna Matahari Club Card (MCC) Pada Matahari Department Store Mal Ska Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, 18(04).
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari, 1982, *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon, Inc.: Boston London.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel., 2001, *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Christoper Lovelock & Lauren K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia
- Didin Fatihudin. 2015. *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Sidoarjo. Zifatama Publisher
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia Publishing.
- Fatoni, M. (2013). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Titipan Kilat Pekanbaru. *Jurnal. Universitas Riau Pekanbaru*.
- Firmansyah, MA & Mahardhika, B, Pengantar Manajemen, Yogyakarta, Penerbit: Deepublish.
- Gwinner, K.P., Gremler, D.D. dan Bitner, M.J. (1998). *Relational benefits in services industries: the customer's perspective*. Journal of the Academy of Marketing Science. 26(2): 101-114.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- , 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.

- Maria, W. (2012). Pengaruh Kualitas Relationship Marketing-Oriented Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Surabaya Dan Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 1*(1).
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler. 1994. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*. Penerbit Salemba Empat
- . 2002 *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta. PT Prenhallindo.
- Rahmawati, N. Y. (2016). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Malang. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang*.
- Robert W. Palmatier. 2008. ***Relationship Marketing***. Cambridge. Marketing Science Intitute.
- Sheth, Jagdish N and Mittal, Banwari. 2004. *Customer Behaviour: Managerial Perspective*. Second Edition. Singapore: Thomson.
- Sofjan Assauri. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep &Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Stanton, William J. 1981. ***Fundamentals of Marketing***. United States: McGrow Hill.
- Zeithaml,Valarie A and Bitner. (2000). ***Service Marketing 2nd edition : Integrating Customer Focus***. New York.McGraw-Hill Inc.