

**PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN, KUALITAS
LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PT. MASTHA MEDICALINDO INTERNASIONAL DI
SURABAYA
SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :
DINI HARI ZULFIANI
NIM : 20171221106**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURABAYA**

2021

**PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN, KUALITAS
LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PT MASTHA MEDICALINDO INTERNASIONAL
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi

OLEH :

DINI HARI ZULFIANI

NIM : 20171221106

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

2021

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dini Hari Zulfiani
NIM : 20171221106
Program Studi : S1 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 saksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 16 Juni 2021

Yang membuat Pernyataan


BA382AJX196761227 Dini Hari Zulfiani

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. MASTHA
MEDICALINDO INTERNASIONAL DI SURABAYA

Oleh:

Dini Hari Zulfiani

NIM : 20171221106

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 27 Juli 2021

Dosen Pembimbing I,



Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM.

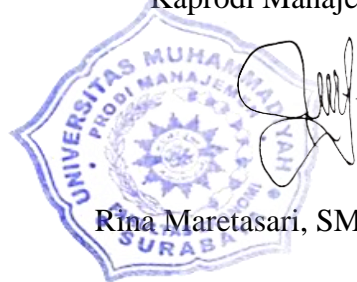
Dosen Pembimbing II



Marista Oktaviani, SE, MM.

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Rina Maretasari, SM. M.SM.

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

Skripsi ini telah diajukan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Judul : PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. MASTHA MEDICALINDO INTERNASIONAL DI SURABAYA

Nama : DINI HARI ZULFIANI

NIM : 20171221106

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Kamis 15

Juli 2021 Pukul 09.30 Sampai

dengan 11.00 Komisi Penguji

terdiri dari :

Ketua Penguji,



Dr. Siti Maroah, M. Pd.

Anggota I



Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM.

Anggota II



Marista Oktaviani, SE, MM.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM

Kaprodi Manajemen



Rina Maretasari, SM. M.SM.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan , Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Mastha Medicalindo Internasional Di Surabaya”. Penulisan skripsi bertujuan untuk memenuhi persyaratan tugas akhir untuk menempuh gelar S1 program studi manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penulisan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa bantuan dari pembimbing dan dorongan serta do’a dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini secara khusus penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Rina Maretasari, S.M., M.S.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM selaku Dosen pembimbing I dan Marista Oktaviani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, nasehat, dan motivasi dengan penuh sabar sehingga berkat bimbingan beliau saya dapat

menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga rahmat dan hidayah Allah selalu tercurah kepada-Nya.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu serta nasehat selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh staff dan karyawan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan informasi yang saya perlukan.
7. Keluarga tercinta saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Bapak Sarpani, Ibu Supenowati, serta adik Ahmad Syaifuddin Ma'Anif dan adik Hitta Alin Nur Faqih yang sudah memberikan cinta, doa serta dukungannya kepada saya selama ini.
8. Kepada sahabat dan teman-teman mahasiswa seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan dan peduli kepada saya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.
9. Terimakasih kepada pimpinan dan rekan-rekan PT Mastha Medicalindo Internasional yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta sudah mendukung saya dalam penyusunan skripsi ini.
10. Terimakasih semua pihak yang telah banyak membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung, dan mungkin tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini dan menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis tidak menutup diri untuk menerima kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini dan karya ilmiah di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca, dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi khususnya Manajemen Pemasaran. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan permintaan maaf sebesar-besarnya apabila ada kesalahan yang disengaja atau tidak disengaja.

Surabaya, 27 Juli 2021

Penulis



Dini Hari Zulfiani

DAFTAR ISI

Halaman Cover.....	i
Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat.....	ii
Lembar Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	viii
Abstract	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Sistematika Penulisan	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Landasan Teori	17
B. Hubungan Antar Variable	28
C. Penelitian Terdahulu.....	31
D. Kerangka Konseptual	36
E. Model Analisis	38
F. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan Penelitian	40
B. Identifikasi Variabel.....	40
C. Definisi Operasional Variabel.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Populasi Dan Sampel	49
F. Teknik Pengolahan Data	51
G. Uji Instrumen	51
H. Uji Asumsi Klasik	52
I. Uji Hipotesis	56
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
1. Visi dan Misi.....	59
2. Struktur Organisasi	59

B. Diskripsi Hasil Penelitian.....	61
1. Karakteristik Responden	61
2. Analisa Diskriptif	68
C. Pengujian Hipotesis.....	78
1. Uji Instrumen	78
a. Uji Validitas	78
b. Uji Reliabilitas	80
2. Uji Asumsi Klasik	81
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	85
4. Pengujian Hipotesis.....	87
a. Uji T	87
b. Uji F	89
5. Uji Koefisien Determinasi.....	90
D. Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	101
A. Simpulan	101
B. Saran.....	102
Daftar Rujukan	105

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Linkert	48
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan.....	66
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jumlah Melakukan Pembelian..	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Manajemen Hubungan Pelanggan.	68
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan	71
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	73
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji Linier Berganda	86
Tabel 4.15 Hasil Uji T	88
Tabel 4.16 Hasil Uji F	90
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda	91
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	92

DAFTAR GAMBAR

1.1. Daftar List Member PT Mastha Medicalindo Internasional.....	5
1.2. Ulasan Pada Google Bisnis PT Mastha Medicalindo Internasioanal	7
1.3. Ulasan Pada Aku Shopee PT Mastha Medicalindo Internasional	10
1.4. Tren Pencapaian Target Penjualan PT Mastha Medica 2020-2021.....	11
2.1 Kerangka Konseptual	36
2.2 Model Analisis.	38
4.1 Struktur Organisasi PT Mastha Medicalindo Internasional	60
4.2 Hasil Uji Normalitas	82
4.3 Hasil Uji Heterosdastisitas	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	110
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner	116
Lampiran 3 Hasil Frekuensi Karakteristik Responden	126
Lampiran 4 Hasil Uji Kualitas Data.....	131
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 6 Hasil Uji Keseuaian Model	139
Lampiran 7 Hasil Uji Uji Analisis Linier Berganda	140
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	141
Lampiran 9 SK Bimbingan Skripsi	142
Lampiran 10 Permohonan Izin Penelitian Skripsi	143
Lampiran 11 Surat Balasan Ijin Penelitian	144
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi	145
Lampiran 13 Kartu Bebas Plagiasi.....	146
Lampiran 14 Endorsmen Letter	147
Lampiran 15 Lembar Persetujuan Revisi	148

Daftar Rujukan

- Adam Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (cetakan pe). Alfabeta.
- Alma, B. (2010). *Pengantar Bisnis*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Amelia, S. L. (2019). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Pt . Nasmoco Pemuda Semarang Bagian. *Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Amstrong, P. K. and G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Erlangga (Ed.); Edisi 12).
- Anggraeni, D. P. (2016). PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 171–177.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1445/1824>
- Bahari, A. F., & Basalamah, J. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management Serta Dampaknya pada Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 11–21.
<https://doi.org/10.33096/jmb.v6i1.155>
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management : Manajemen Hubungan Pelanggan Concept and Tools* (A. Subiyanto (Ed.)). PT Bayumedia.
- Cristea, I. G., & Mocuta, D. (2018). Pegaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk. *Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018: Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020*, 10(3), 2557–2565. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/51/21>

- Dewi 2012. (2012). *PELANGGAN PENGGUNA JASA WARUNG INTERNET DI KOTA SINGARAJA TAHUN 2012*.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (A. Offset (Ed.); Edisi Kedu).
- Fatihudin, D. (2015). *Metodelogi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Zifatama Publisher.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2006). *No TiAplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20tle*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*. BP UNDIP.
- Griffin. (2006). *Customer Loyalty : Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Imasari, K., & Nursalin, K. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pda PT BCA Tbk. *Fokus Ekonomi*, 10(3), 183–192.
- Kalalo, R. (2013). Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Matahari Dept. Store, Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1553–1561.

<https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2960>

Kotler, Philip,. Keller, K. L. (2009). *Marketing Management 13th ed* (Pearson Educational International (Ed.)). Prentice Hall.

Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2006). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi XII*. PT Indeks.

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Jilid kedu). Prehanllindo.

Kotler, P., & Gary, A. (2008). *Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.

Kotler Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. (Selemba Empat (Ed.); Edisi Pert). Prentice Hall.

Kumar dan Reinartz. (2012). *The Customer Relationship Manajement : Concept* (Strategy T). Spinger.

Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek* (Edisi Kedu). Salemba Empat.

Made Caesar, N. W. E. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 255365.

Maylina, D., & Mulazid, A. S. (2018). Analisis Pengaruh Service Quality , Customer Relationship Management Dan Keunggulan Produk Tabungan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI Syariah. *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 19, N(1), 89–106.

Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Kencana.

Morissan. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Kencana.

Munandar, D. (2011). “*Relationship Marketing*” *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Ekuilibra.

Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,

- Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 6(2), 777-67.
- Oktariana, Fauzi, and K. (2012). Faktor-Faktor Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Dalam Mewujudkan Kepuasan Anggota Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Anggota. *Jurnal Profit*, 6(2), 149–162.
- Philip Kotler and Garry Armstrong. (2004). *Princile of Marketing* (N. J. : prentice Hall (Ed.); 10th Editio ed.).
- PT Mastha Medicalindo Internasional*. (n.d.). <https://app.beecloud.id/#>
- Putro, S., Samuel, H., & Brahmana, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Elex Media Komputindo.
- Sapitri dkk. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.150>
- Saputra, L. H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhaap Loyalitas Pelangan (Studi Kasus pada Hotel Ratu Mayang Garen Pekanbaru). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhaap Loyalitas Pelangan (Studi Kasus Pada Hotel Ratu Mayang Garen Pekanbaru)*, 4, 1–10.
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonaldâs MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.

- Setyaleksana, B. Y., Suharyono, & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relation Ship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(1), 45–51.
- Sofjan Assauri. (2001). *Manajemen Produksi dan Operasi* (Edisi Revi).
- Sufyandi, S., Firmansyah, M. A., & Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Konsumen Serambi Dana Koperasi Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2), 178–185. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3136>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiani, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Produk Hydro Coco PT Kalbe Farma. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, ISSN:2502 - 5406, 2(1), 18–28.
- Tjiptono. (2014). *Loyalitas Pelanggan*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2005a). *Pemasaran Jasa* (Edisi pert). Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2005b). *Pemasaran Jasa* (Edisi keti). Bayumedia Publishing