

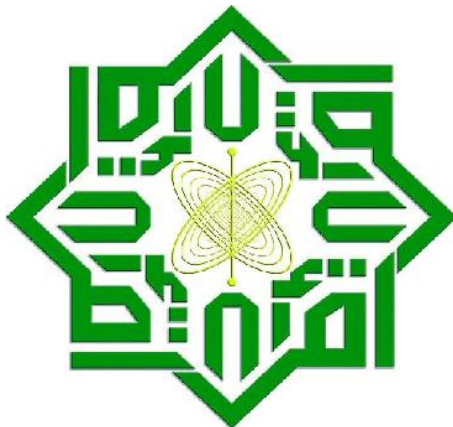
**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BRI.
CABANG BAGAN SIAPI-API KECAMATAN BANGKO
KABUPATEN ROKAN HILIR**

SKRIPSI

OLEH

SUPRIANDI

10971008463



PROGRAM S.1

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2014

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BRI.
CABANG BAGAN SIAPI-API KECAMATAN BANGKO
KABUPATEN ROKAN HILIR**

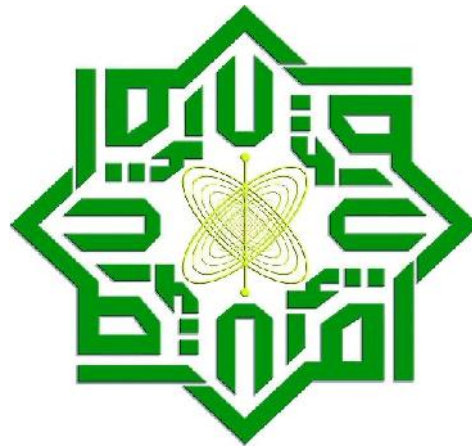
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian
oral comprehensive strata 1 pada fakultas ekonomi dan
ilmu sosial universitas islam negeri sultan syarif kasim riau

OLEH

SUPRIANDI

10971008463



PROGRAM S.1

JURUSAN MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2014

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SUPRIANDI

NIM : 10971008463

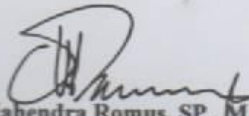
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN

JUDUL :ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BRI.
CABANG BAGANSIAPI-API KECAMATAN BANGKO
KABUPATEN ROKAN HILIR

PANITIA PENGUJI

KETUA



Dr. Mahendra Romus, SP., M.Ec
NIP. 19711119 20050 1 1004

SEKRETARIS



Muhammad Agri, SH, MLHUM
NIK. 130 712 072

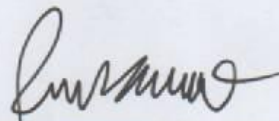
MENGETAHUI

PENGUJI I



Fakhurrozi, SE, MM
NIP. 19670725 200003 1 002

PENGUJI II



Ferzal Rachmad, SE, MM
NIK. 130 707 010

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BRI. CABANG BAGAN SIAPI-API KECAMATAN BANGKO KABUPATEN ROKAN HILIR

Oleh :

Supriandi

Penelitian ini dilakukan pada Bank BRI. Cabang Bagan Siapi-api yang berada di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. Penelitian dimulai sejak bulan Desember 2012 hingga selesai. Adapun Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan data sekunder dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Slovin. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan analisa Regresi Linear Berganda dengan bantuan perangkat SPSS versi 17.0.

Berdasarkan hasil uji Regresi Linear Berganda di peroleh persamaan: $Y = 13.638 + 1.483 X_1 - 0.462X_2 + 0.417 X_3 + 0.775 X_4$. Kemudian dari hasil Uji Parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel kepercayaan, komunikasi dan timbal balik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BRI. Cabang Bagan Siapi-api Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. Sedangkan berdasarkan hasil Uji secara Simultan (Uji F) diketahui bahwa variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi dan timbal balik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BRI. Cabang Bagan Siapi-api Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir

Sedangkan berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai Square 0.659, kemudian nilai ini akan dirubah kebentuk persen. Ini artinya persentase sumbangan pengaruh variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi dan timbal balik terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BRI. Cabang Bagan Siapi-api Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir sebesar 65,9 %, sedangkan sisanya 34,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah : Relationship Marketing (Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Timbal Balik)

KATA PENGANTAR

Asslammualaikum.Wr.Wb

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan hidayah dan petunjuk-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan nasabah pada bank bri . cabang bagansiapi-api kecamatan bangko kabupaten rokan hilir”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Shalawat dan salam, penulis haturkan kepada sang tokoh teladan sepanjang zaman Rasulullah Muhammad SAW, berkat perjuangan beliau kita dapat merasakan alam yang menempatkan manusia untuk berpikir rasional dan objektif sehingga membuka tabir kebutaan jahiliyah dengan lembaran ilmu pengetahuan dan teknologi yang serta membawa kesejahteraan dan menempatkan manusia sesuai dengan fitrah dan ikhtiarnya semoga di akhirat kelak kita mendapatkan syafaatnya dan tergolong orang-orang beruntung.

Penulis menyadari karya sederhana ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Prof. Dr.H.M. Nazir, M.A** selaku Rector UIN SUSKA RIAU. Yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di kampus kebanggaan ini.
2. Bapak **Dr. Mahendra Romus, SP., M.Ec.** Selaku Dekan fakultas ekonomi dan ilmu sosial.
3. Bapak **M. Rachmadi, SE.,MM** selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan nasihat dan tunjuk ajar, motivasi, pengarahan saran serta koreksi yang mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
4. Pimpinan dan seluruh karyawan BANK BRI Cabaang bagansiapi-api Kec. Bangko Kab. Rokan Hilir yang telah bersedia membantu melengkapi data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff karyawan/ I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pendidikan serta bantuannya yang sangat bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan terutama dala penulisan skripsi ini.
6. Ayahanda **Suprianto** dan ibunda **Sumiati** terima kasih telah memberikan do'a yang tak pernah henti serta tunjuk ajar dalam kehidupan ini. Setiap do'a yang engkau lantunkan adalah ketulusan yang tiada pernah ternilai dengan apapun jua dan semoga ALLAH SWT selalu meridhoi setiap langkah kita di dunia dan akhirat.....amin.
7. adinda **Mila Rosa** dan adik-adik ku tercinta **Susi susanti, Zulpiya Hidayat,Normaliana dan M.Noval Hakim** . Dan om beserta tante ku **Rafi dan Leni marlina** . terima kasih atas perhatian dan dukungannya untuk

kesuksesan dalam mencapai mimpi-mimpi yang telah lama terukir di hati dan pikiran ini.

8. Untuk kawan Kosku **parman,fauzi,wibowo, Roby,Rahmat**, Terimakasih atas semangat yang di tularkan.
9. Untuk **Pemasaran B** yang tak tertandingi terima kasih untuk bantuannya menghadapi sidang skripsi.

Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan untuk membalas semua bantuan dan pengorbanan semua pihak. Kecuali Allah SWT jualah yang akan membalasnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan kita semua. Amin.....

Penulis

SUPRIANDI

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan masalah	7
C. Tujuan dan manfaat penelitian	8
D. Sistematika penulisan	8
BAB II : TELAAH PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	10
B. Kepuasan pelanggan	14
C. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	26
D. Penelitian terdahulu.....	34
E. Kerangka pemikiran	37
F. Hipotesis	38
G. Variabel penelitian	38
H. Konsep operasional	38
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Lokasi penelitian	40
B. Jenis dan sumber data	40
C. Populasi dan sampel.....	41
D. Teknik pengumpulan data.....	42
E. Uji kualitas data	42
F. Uji asumsi klasik	44
G. Regresi linear berganda.....	46
H. Uji hipotesis	47
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah umum.....	50
B. Visi dan misi.....	51
C. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia	52
D. Strategi bisnis	55

BAB V	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Identitasresponden	59
	B. DeskripsiVariabel.....	61
	C. Ujikualitas data	71
	D. Model regresi linear berganda.....	78
	E.Uji asumsi klasik	71
	F.Uji hipotesis.....	79
BAB VI	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	83
	B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Target dan Realisasi Pencapaian Jumlah Nasabah Dalam Menabung di Bank BRI. Cabang Bagan Siapi-api Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Dari tahun 2008 Sampai Dengan Tahun 2012.....	6
Tabel II.1	<i>Relationship Marketing Versus Transactional Marketing</i>	24
Tabel II.2	Definisi Operasional Variabel	38
Tabel V.1	Respondenberdasarkantingkatusia.....	59
Tabel V.2	Responden Menurutpendidikan	60
Tabel V.3	Responden menurutjeniskelamin.....	61
Tabel V.4	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y)	63
Tabel V.5	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan (X ₁).....	65
Tabel V.6	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Komitmen (X ₂)	67
Tabel V.7	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel komunikasi (X ₃).....	68
Tabel V.8	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Timbal Balik (X ₄).....	70
Tabel V.9	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap Relationship Marketing.....	71
Tabel V.10	Rekapitulasi Uji Validitas untuk setiap pernyataan Kepercayaan (X ₁₁ -X ₁₄), Komitmen(X ₂₁ -X ₂₄), Komunikasi (X ₃₁ -X ₃₄), Timbal Balik (X ₄₁ -X ₄₄) Kepuasan Nasabah (Y ₅₁ -Y ₅₅)	
Tabel V.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel V.12	Rekapitulasi Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel V.13	Rekapitulasi Uji Autokorelasi.....	76
Tabel V.14	Rekapitulasi Regresi Linear Berganda	78

Tabel V.15	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	80
Tabel V.16	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	81
Tabel V.17	Rekapitulasi Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Jenis Pasar	19
Gambar II.2	Proses PengembanganKonsumen.....	21
Gambar II.3	KerangkaBerpikir	37
Gambar IV.1	StrukturOrganisasi Bank Rakyat Indonesia	54
Gambar V.1	UjiNormalitas	74
Gambar V.2	UjiHeterokedastisitas	77