

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI PT GENESIA DWI MITRA**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Diploma IV

Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara

Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

RATU FIA ZULFIA HENDRITA

2020306049

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI & ACARA
JURUSAN PERJALANAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT GENESIA DWI MITRA

NAMA : RATU FIA ZULFIA HENDRITA
NIM : 2020306049
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP. 19721019 200502 1 001



Wisnu Prahadianto, S.E., M.Sc.
NIP. 19730315 200605 1 002

Bandung, 16 Juni 2024

Mengetahui:

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



The image shows a circular official stamp of Politeknik Parwasa Negeri Bandung. The text around the border reads 'KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RELEVAN SAINS DAN TEKNOLOGI' and 'POLITEKNIK PARWASA NEGERI BANDUNG'. A blue ink signature is written over the stamp.

Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT GENESIA DWI MITRA

NAMA : RATU FIA ZULFIA HENDRITA
NIM : 2020306049
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,


Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP. 19721019 200502 1 001

Pembimbing Pendamping,


Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc.
NIP. 19730315 200605 1 002

Penguji I


Dendy Sundayana, S.Si., MM.Par.
NIP. 19731001 200502 1 001

Penguji II


Bagus Githa Adhitya M. MM.Par., CEP., CEM., CEE
NIP. 19851124 202321 1 010

Bandung, 14 Agustus 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE

NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung





Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE

NIP. 19750415 200212 1 001

MOTTO

Life is short and unpredictable, eat the dessert first!

-Helen Adams Keller-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

Ibu Tercinta,

Karena telah mendidik, mendoakan, serta memberikan dukungan penuh yang tiada henti-hentinya baik dukungan moril maupun materil. Serta terima kasih atas kasih sayang dan semangat yang selalu mengalir sehingga saya dapat bertahan hingga titik ini.

Keluarga Terkasih,

Terima kasih segala bentuk kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang diberikan kepada saya, sehingga saya bisa berada pada momen ini.

Sahabat-Sahabat Saya,

Teruntuk Je, Miwa, Piti, Anya, Dito, Tami, Farhan, Faiz, Niko, dan Aril terima kasih telah hadir sebagai pemanis masa-masa perkuliahan ini. Terima kasih untuk selalu hadir memberi semangat dan menjadi atap untuk berteduh.

Rekan-Rekan Perkuliahan,

Teruntuk Sea Monkeys, terima kasih telah sama-sama berjuang hingga saat ini, memberikan banyak support, dan banyak melalui suka duka bersama. Semoga semua perjuangan yang telah dilalui senantiasa berbuah manis nantinya.

“Semoga senantiasa Dilimpahkan Kebahagiaan”

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ratu Fia Zulfia Hendrita
Tempat/Tanggal Lahir : Ciamis / 22 September 2000
NIM : 2020306049
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
“PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT GENESIA DWI MITRA” ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 16 Juni 2024
Yang membuat pernyataan,



Ratu Fia Zulfia Hendrita
NIM. 2020306049

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan di PT Genesis Dwi Mitra menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. *Relationship marketing* merupakan strategi pemasaran yang berfokus pada pemeliharaan serta peningkatan hubungan perusahaan dengan pelanggan yang telah terjalin sebelumnya dengan harapan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 21 pelanggan PT Genesis Dwi Mitra. Teknik analisis yang digunakan adalah pengujian Regresi Linear Sederhana untuk mengukur hubungan antara variabel *relationship marketing* dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan yang positif antara *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan. Komponen-komponen *relationship marketing* seperti *trust*, *commitment*, dan *communication* memiliki kontribusi yang berarti terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, ditemukan beberapa rekomendasi untuk PT Genesis Dwi Mitra untuk meningkatkan strategi *relationship marketing* guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan antara lain: 1) program jaminan kepuasan, 2) survey kepuasan pelanggan, 3) serta memberikan penawaran menarik bagi pelanggan lama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT Genesis Dwi Mitra dalam mengoptimalkan penerapan *relationship marketing* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: pengaruh, *relationship marketing*, loyalitas pelanggan, penelitian kuantitatif, regresi linear sederhana.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence between relationship marketing on customer loyalty at PT Genesia Dwi Mitra using a descriptive method with a quantitative approach. Relationship marketing is a marketing strategy that focused on maintaining and enhancing the company's relationships with existing customers with the hope of increasing customer loyalty. Data for this study were collected through the distribution of questionnaires to 21 customers of PT Genesia Dwi Mitra. The analysis technique used is the Linear Regression test to measure the relationship between each variables. The result of this study indicate that there is a significant positive relationship between relationship marketing and customer loyalty. Components of relationship marketing such as trust, commitment, and communication have meaningful contribution to the increase in customer loyalty. Based on the result, several recommendations were made for PT Genesia Dwi Mitra to enhance their relationship marketing strategies to maintain and increase customer loyalty, including: 1) satisfaction guarantee programs, 2) customer satisfaction surveys, and 3) offering attractive deals for long-term customers. This study expected to provide input for PT Genesia Dwi Mitra in optimizing the implementation of relationship marketing to improve customer loyalty.

Keywords: influence, relationship marketing, customer loyalty, quantitative research, linear regression.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan baik serta sesuai waktu yang telah ditentukan.

Proyek Akhir berjudul **“PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT GENESIA DWI MITRA”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Diploma IV, Jurusan Perjalanan, Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih atas dukungan dan bantuan dari pihak-pihak yang telah terlibat dalam penyusunan proyek akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip., S.Sos., MM. Par., CEE selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M. Par selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par., MM.Par, CEE selaku Ketua Jurusan Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung
4. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc., CHE selaku ketua Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara di Politeknik Pariwisata NHI Bandung

5. Bapak Syaeful Muslim, S.Pd., MM. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membantu serta memberi banyak saran dalam penyusunan usulan penelitian.
6. Bapak Wisnu Prahadianto, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan masukan dan bimbingan dalam penyusunan usulan penelitian.
7. Dosen dan Staff Kependidikan Politeknik Pariwisata NHI Bandung khususnya Dosen dan Staff Kependidikan Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
8. PT Genesia Dwi Mitra yang memberikan izin serta bantuan berupa data dan informasi lain dalam penyusunan usulan penelitian.
9. Keluarga penulis yang memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan tepat waktu.
10. Sahabat serta rekan seperjuangan penulis yang memiliki tujuan sama dalam menyelesaikan proyek akhir.
11. Pihak terkait lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan dalam membantu penulis untuk menyusun usulan penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan proyek akhir ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam penyampaian materi maupun dalam penyajian data terkait kegiatan penelitian. Oleh karena itu, kritik serta saran penulis harapkan guna menyempurnakan isi proyek akhir ini. Besar harapan, bahwa proyek akhir yang penulis susun ini dapat memberikan informasi tambahan serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait.

Bandung, 16 Juni 2024

Ratu Fia Zulfia Hendrita

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Batasan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II	10

A. Kajian Teori.....	10
B. Kerangka Pemikiran	19
C. Hipotesis	20
BAB III.....	21
A. Pendekatan Penelitian	21
B. Objek Penelitian	21
C. Populasi Dan Sampel.....	23
D. Metode Pengumpulan Data	24
E. Uji Instrumen	27
F. Definisi Operasional Variabel.....	33
G. Analisis Data	35
H. Jadwal Penelitian.....	41
BAB IV	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan	67
BAB V.....	74
A. Simpulan.....	74
B. Rekomendasi	75
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 KERANGKA PEMIKIRAN.....	19
GAMBAR 2 LOGO PT GENESIA DWI MITRA.....	22
GAMBAR 3 STRUKTUR ORGANISASI PT GENESIA DWI MITRA	23
GAMBAR 4 GARIS KONTINUM	32
GAMBAR 5 DIAGRAM PENGETAHUAN INFORMASI PELANGGAN	42
GAMBAR 6 DIAGRAM RENTANG WAKTU MENJADI PELANGGAN	43
GAMBAR 7 DIAGRAM JUMLAH EVENT TERSELENGGARA.....	43
GAMBAR 8 GARIS KONTINUM DIMENSI <i>TRUST</i>	45
GAMBAR 9 GARIS KONTINUM DIMENSI <i>COMMITMENT</i>	49
GAMBAR 10 GARIS KONTINUM DIMENSI <i>COMMUNICATION</i>	51
GAMBAR 11 GARIS KONTINUM DIMENSI <i>WORD OF MOUTH</i>	56
GAMBAR 12 GARIS KONTINUM DIMENSI <i>REJECT ANOTHER</i>	58
GAMBAR 13 GARIS KONTINUM DIMENSI <i>REPEAT PURCHASING</i>	60
GAMBAR 14 UJI HETEROKEDASTISITAS.....	61
GAMBAR 15 FORMULIR PENGAJUAN KLAIM GARANSI	77
GAMBAR 16 PROSEDUR PENGAJUAN KLAIM GARANSI.....	77
GAMBAR 17 KONTEN FAQ	80
GAMBAR 18 PORTOFOLIO EVENT PADA FEEDS INSTAGRAM.....	82
GAMBAR 19 KONTEN TESTIMONI PELANGGAN PADA PROFIL INSTAGRAM	82

DAFTAR TABEL

TABEL 1 DAFTAR PELANGGAN PT GENESIA DWI MITRA TAHUN 2021 - 2023.....	4
TABEL 2 DAFTAR PENYELENGGARAAN <i>EVENT</i> PELANGGAN TAHUN 2021-2023	6
TABEL 3 SKOR SKALA LIKERT.....	26
TABEL 4 HASIL UJI VALIDITAS RELATIONSHIP MARKETING	28
TABEL 5 PEROLEHAN UJI VALIDITAS LOYALITAS PELANGGAN	28
TABEL 6 HASIL UJI RELIABILITAS	31
TABEL 7 PENENTUAN NILAI GARIS KONTINUM.....	32
TABEL 8 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL	34
TABEL 9 JADWAL PENELITIAN	41
TABEL 10 PERHITUNGAN BOBOT FREKUENSI DAN DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI <i>TRUST</i>	44
TABEL 11 BOBOT FREKUENSI DAN DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI <i>COMMITMENT</i>	46
TABEL 12 DISTRIBUSI FREKUENSI DAN BOBOT FREKUENSI DIMENSI <i>COMMUNICATION</i>	49
TABEL 13 DISTRIBUSI FREKUENSI DAN BOBOT FREKUENSI DIMENSI <i>WORD OF MOUTH</i>	52
TABEL 14 DISTRIBUSI FREKUENSI DAN BOBOT FREKUENSI DIMENSI <i>REJECT ANOTHER</i>	56
TABEL 15 DISTRIBUSI FREKUENSI DAN BOBOT FREKUENSI DIMENSI <i>REPEAT PURCHASING</i>	59

TABEL 16 UJI MULTIKOLINEARITAS	61
TABEL 17 UJI NORMALITAS.....	62
TABEL 18 UJI AUTOKORELASI.....	63
TABEL 19 UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA	63
TABEL 20 UJI KOEFISIEN KORELASI	65
TABEL 21 UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	65
TABEL 22 UJI F (UJI SIMULTAN).....	66
TABEL 23 UJI T (UJI PARSIAL)	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 HASIL TURNITIN	87
LAMPIRAN 2 SURAT IZIN PENELITIAN.....	89
LAMPIRAN 3 SURAT TANDA TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	90
LAMPIRAN 4 SURAT PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING.....	91
LAMPIRAN 5 DAFTAR HADIR TELAH MELAKUKAN BIMBINGAN.....	92
LAMPIRAN 6 INSTRUMEN PENELITIAN: KUESIONER	93
LAMPIRAN 7 TABULASI DATA <i>RELATIONSHIP MARKETING</i>	98
LAMPIRAN 8 TABULASI DATA LOYALITAS PELANGGAN	99
LAMPIRAN 9 INSTRUMEN PENELITIAN: PEDOMAN WAWANCARA ...	100
LAMPIRAN 10 TRANSKRIP WAWANCARA.....	103
LAMPIRAN 11 BIODATA PENULIS.....	108

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Prof. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Aghara, V., & Christian, O. O. (2017). *EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING AND RELATIONSHIP MARKETING PROGRAMS ON CUSTOMER LOYALTY*. 5, 58–71.
- Baron, S., Conway, T., & Warnaby, G. (2010). *Relationship Marketing A Consumer Experience Approach*. SAGE Publication Ltd.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How To Earn It How To Keep It*. Erlangga.
- Gronroos, C. (2004). The relationship marketing process: Communication, interaction, dialogue, value. *Emerald Group Publishing Limited*.
- Hollensen, S. (2015). *Marketing management: A relationship approach* (3. ed). Pearson.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. UMSU Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of marketing* (12. ed). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (Fifteenth edition, Global edition). Pearson Education.
- Lubis, A., Dalimunthe, R., Absah, Y., & Fawzee, B. K. (2020). *The Influence of Customer Relationship Management (CRM) Indicators on Customer Loyalty of Sharia Based Banking System*.
- Malik, M. S., Ali, H., & Ibraheem, T. (2017). CONSEQUENCES OF RELATIONSHIP MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 5(2), 180–190. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v5.i2.2017.1722>
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Gava Media.
- Priyono, Dr. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Pulishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Velnampy, Dr. T., & Sivesan, S. (2012). Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction: A Study on Mobile Service Providing Companies in Srilanka. *Global Journals Inc.*, 12.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (Seventh edition). McGraw-Hill Education.