



Pengaruh relationship marketing pada kinerja pemasaran PT Telkomsel Cabang Yogyakarta
MANARE, Carolina Jennifer, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://ejd.repository.ugm.ac.id/>

THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON THE MARKETING PERFORMANCE AT TELKOMSEL BRANCH OFFICE OF YOGYAKARTA

PENGARUH *RELATIONSHIP* MARKETING PADA KINERJA PEMASARAN PT TELKOMSEL CABANG YOGYAKARTA

Oleh : Carolina Jennifer Manare
Program Studi : Magister Manajemen
Instansi Asal : PT. Telkomsel.
Pembimbing : Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA.
Tanggal Wisuda : 24 Juli 2008

Abstract

Relationship marketing is an important factor in supporting company's goal and life. This research model basically has similarity with the one conducted by Izquierdo et al. (2005) research which aimed to analyze and know the impact relationship marketing in Telkomsel Yogyakarta. Research scopes include relationship marketing activity, economic and market performance of Telkomsel Yogyakarta.

Data collection are survey method, using questionnaires given to the customer, limited to attraction activities, loyalty and interaction program, market position, customer' perceptions, customers' loyalty and economic performance of Telkomsel Yogyakarta. Sampling method that used is sampling purposive method. The respondents in this research are the employees in Telkomsel Yogyakarta. Questionnaires in this research are adopted from Izquierdo et al. (2005).

From validity test which is confirmatory factor analysis and reliability test with cronbach alpha, it is found that all question items and variables are valid and reliable. Data analysis conducted using structural equation modelling (SEM) found that economic performance of Telkomsel Yogyakarta was significantly influenced by market position, customer perceptions, customers loyalty and indirectly influenced by relationship marketing activity.

Keywords: *Relationship marketing, market performance, customers loyalty, confirmatory factor analysis, structural equation modelling.*

THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON THE MARKETING PERFORMANCE AT TELKOMSEL BRANCH OFFICE OF YOGYAKARTA

Oleh : Carolina Jennifer Manare
Program Studi : Magister Manajemen
Instansi Asal : PT. Telkomsel.
Pembimbing : Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA.
Tanggal Wisuda : 24 Juli 2008

Intisari

Relationship marketing merupakan faktor penting dalam mendukung pencapaian tujuan dan kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini merupakan model penelitian yang pernah dilakukan oleh Izquierdo dkk. (2005) yang bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh relationship marketing pada kinerja pemasaran PT Telkomsel Cabang Yogyakarta. Lingkup yang diteliti meliputi aktivitas relationship marketing, kinerja pasar dan kinerja ekonomi PT Telkomsel Cabang Yogyakarta.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan mengenai aktivitas menarik pelanggan, program loyalitas dan interaksi, posisi pasar, persepsi pelanggan, loyalitas pelanggan dan kinerja ekonomi PT. Telkomsel Cabang Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan *purposive* sampling dan responden dalam penelitian ini adalah karyawan PT Telkomsel Cabang Yogyakarta. Kuesioner yang digunakan di dalam penelitian ini merupakan replikasi terhadap kuisisioner yang telah disusun oleh Izquierdo dkk. (2005).

Berdasarkan uji validitas kuesioner yang dilakukan dengan *confirmatory factor analysis* (CFA) dan uji reliabilitas yang dilakukan dengan *alpha cronbach*, seluruh butir pertanyaan dan variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan analisis *structural equation modelling* (SEM), penelitian ini terbukti secara empiris bahwa kinerja ekonomi PT. Telkomsel Yogyakarta secara signifikan dipengaruhi langsung oleh posisi pasar, persepsi pelanggan, loyalitas pelanggan dan dipengaruhi tak langsung oleh aktivitas relationship marketing.

Kata kunci: Relationship marketing, kinerja pemasaran, loyalitas pelanggan, *confirmatory factor analysis*, *structural equation modelling*.