UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

PERNYATAAN iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR LAMPIRAN xvi

ABSTRAK xvii

BAB I Pendahuluan 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Pertanyaan Penelitian 8

1.4 Tujuan Penelitian 9

1.5 Manfaat Penelitian 10

1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 11

1.7 Sistematika Penulisan 11

BAB II Landasan Teori 13

2.1 Tinjauan Pustaka 13

2.2 Landasan Teori 15

2.2.1 *Relationship Marketing* 15

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.2 *Relationship Marketing Tactics* 18

2.2.2.1 Kualitas layanan 19

2.2.2.2 Persepsi Harga 22

2.2.2.3 Citra Merek 23

2.2.2.4 *Value Offers* 25

2.2.3 *Relationship Quality* 26

2.2.3.1 Kepercayaan Pelanggan 27

2.2.3.2 Kepuasan Pelanggan 29

2.2.3.3 Komitmen Pelanggan 31

2.2.4 Loyalitas Pelanggan 33

2.3 Hipotesis 37

2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan 37

2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 38

2.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Komitmen Pelanggan 38

2.3.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepercayaan Pelanggan 39

2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 40

2.3.6 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Komitmen Pelanggan .. 40

2.3.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan ... 41

2.3.8 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan 41

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.3.9 Pengaruh Citra Merek Terhadap Komitmen Pelanggan 42
2.3.10 Pengaruh *Value Offers* Terhadap KepercayaanPelanggan ... 42
2.3.11 Pengaruh *Value Offers* Terhadap Kepuasan Pelanggan 43
2.3.12 Pengaruh *Value Offers* Terhadap Komitmen Pelanggan 44
2.3.13 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Komitmen Pelanggan 44
2.3.14 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. 45
2.3.15 Pengaruh Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan 45
2.4 Kerangka Pemikiran 46
BAB III Metode Penelitian 47
3.1 Rancangan Penelitian 47
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 48
3.3 Populasi Dan Sampel 48
3.4 Variabel Penelitian 50
3.5 Operasionalisasi Variabel 50
3.6 Data dan Sumber Data 56
3.7 Metode Pengumpulan Data 57
3.8 Metode Analisis Data 62
3.8.1 Analisis Deskriptif 62
3.8.2 Uji Beda Rata-Rata 63
3.8.3 Analisis *Partial Least Square* (PLS) 64

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.8.3.1 Model Pengukuran *(Outer Model)* 65
3.8.3.1.1 Uji Validitas 65
3.8.3.1.2 Uji Reliabilitas 67
3.8.3.2 Model Struktural *(Inner Model)* 68
3.9 Metode Pengujian Hipotesis 69

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan 78
4.1 Deskripsi Responden 78
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 84
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian 92
4.4 Uji Beda Rata-Rata Variabel Penelitian 101
4.5 Analisis *Partial Least Square* (PLS) 107
4.5.1 Model Pengukuran *(Outer Model)* 107
4.5.1.1 Uji Validitas 107
4.5.1.2 Uji Reliabilitas 117
4.5.2 Model Struktural *(Inner Model)* 118
4.5.2.1 R-Square Model Struktural *(Inner Model)* 118
4.5.2.2 Pengujian Hipotesis 120
4.6 Pembahasan 139
4.6.1 Pengaruh *Relationship Marketing Tactics* Terhadap *Relationship Quality* 139
4.6.2 Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan 143
4.6.3 Efektifitas Pengaruh *Relationship Marketing Tactics* dan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Relationship Quality 144

BAB V Simpulan dan Saran..... 148

5.1 Kesimpulan 148

5.2 Keterbatasan Penelitian 150

5.3 Implikasi 150

5.4 Saran 152

DAFTAR PUSTAKA 155

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 *Market Share* Industri Telekomunikasi 1

Gambar 2.1 Piramida *Brand Loyalty* 34

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 46

Gambar 4.1 Nilai *Loading Factor* Model Pengukuran Kartu Halo..... 111

Gambar 4.2 Nilai *Loading Factor* Model Pengukuran Non Kartu Halo 112

Gambar 4.3 Nilai *T-Statistic* Model Struktural Kartu Halo 121

Gambar 4.4 Nilai *T-Statistic* Model Struktural Non Kartu Halo..... 122

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Pelanggan *Postpaid* dan *Prepaid* PT Telkomsel 4

Tabel 2.1 *The Impact of Customer Relationship Marketing Tactics On Customer Loyalty* 13

Tabel 2.2 *Impact of Relationship Marketing Tactics on Relationship Quality and Customer loyalty : A Case Study of Telecom Sector of Pakistan* 14

Tabel 2.3 Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan..... 14

Tabel 2.4 Perbandingan *Relationship Marketing Tactics* dan *Traditional Marketing* 16

Tabel 3.1 Skor Penilaian Jawaban 62

Tabel 3.2 Interval Kategori Skor Variabel 63

Tabel 3.3 Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Pengukuran 68

Tabel 4.1 Merek Operator Seluler Yang Digunakan 78

Tabel 4.2 Pemanfaatan Layanan Operator Seluler 79

Tabel 4.3 Lama Menggunakan Merek Operator Seluler..... 81

Tabel 4.4 Prioritas Merek Operator Seluler 82

Tabel 4.5 Rata-Rata Konsumsi Pulsa Per Bulan 83

Tabel 4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kualitas Layanan 85

Tabel 4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Persepsi Harga 86

Tabel 4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Citra Merek..... 87

Tabel 4.9 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner *Value Offers*..... 88

Tabel 4.10 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kepercayaan 89

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.11 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kepuasan 90

Tabel 4.12 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Komitmen 91

Tabel 4.13 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Loyalitas 92

Tabel 4.14 Skor Variabel Kualitas Layanan 93

Tabel 4.15 Skor Variabel Persepsi Harga 94

Tabel 4.16 Skor Variabel Citra Merek 95

Tabel 4.17 Skor Variabel *Value Offers* 96

Tabel 4.18 Skor Variabel Kepercayaan Pelanggan 97

Tabel 4.19 Skor Variabel Kepuasan Pelanggan 98

Tabel 4.20 Skor Variabel Komitmen Pelanggan 99

Tabel 4.21 Skor Variabel Loyalitas Pelanggan 100

Tabel 4.22 Uji Beda Rata Rata *Mann-Whitney (U-Test)* 101

Tabel 4.23 Nilai *Loading Factor* Kartu Halo 109

Tabel 4.24 Nilai *Loading Factor* Non Kartu Halo 110

Tabel 4.25 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) Kartu Halo 112

Tabel 4.26 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) Non Kartu Halo 113

Tabel 4.27 Nilai *Cross Loading* Kartu Halo 115

Tabel 4.28 Nilai *Cross Loading* Non Kartu Halo 116

Tabel 4.29 Nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* Kartu Halo 117

Tabel 4.30 Nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* Non Kartu Halo 117

Tabel 4.31 Nilai *R Square* Kartu Halo 119

Tabel 4.32 Nilai *R Square* Non Kartu Halo 120

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.33 Nilai *Path Coefficient (Mean,STDEV,T Statistic)* Kartu Halo 121

Tabel 4.34 Nilai *Path Coefficient (Mean,STDEV,T Statistic)* Non Kartu Halo 122

Tabel 4.35 Kesimpulan Pengujian Hipotesis Kartu Halo 137

Tabel 4.36 Kesimpulan Pengujian Hipotesis Non Kartu Halo 138

Tabel 4.37 Perbandingan Koefisien *Path* Kartu Halo dan Non Kartu Halo 144

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TACTICS (RMTS) TERHADAP RELATIONSHIP QUALITY DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI ANALISIS PERBANDINGAN SPLITS LOYALS PELANGGAN KARTU HALO)**
Yossi Ardi Felani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Skor Jawaban Responden Kartu Halo

Lampiran 3 Skor Jawaban Responden Non Kartu Halo

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Lampiran 5 Uji Beda Rata-Rata Variabel Penelitian Kartu Halo dan Non Kartu Halo

Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Kartu Halo

Lampiran 7 *R-Square* Model Struktural Kartu Halo

Lampiran 8 Koefisien *Path* Kartu Halo

Lampiran 9 Uji Hipotesis Kartu Halo

Lampiran 10 Uji Validitas dan Reliabilitas Non Kartu Halo

Lampiran 11 *R-Square* Model Struktural Non Kartu Halo

Lampiran 12 Koefisien *Path* Non Kartu Halo

Lampiran 13 Uji Hipotesis Non Kartu Halo