

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER
LOYALTY DI PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK KCP
MH. THAMRIN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI**

Oleh

**ANGGA PRATAMA
NPM : S1-2010-041**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA
BOGOR
2018**

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DI PT. BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK KCP MH. THAMRIN

OLEH : ANGGA PRATAMA .

NPM : S1.2010.041

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Priyo Wismantoro, Drs., MM.)

(Yutina Wardhani, S.Hut.,MM)

Bogor, Desember 2018

KETUA,

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA

(Yuli Anwar, SE., M.Ak.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyelesaian program studi Strata Satu (S1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga Bogor.

Dalam Skripsi ini Penulis akan membahas mengenai Pengaruh Relationship Marketing terhadap Customer Loyalty pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP MH. Thamrin. Penyusunan Skripsi ini banyak dibantu oleh pihak baik secara moril maupun materiil. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Yuli Anwar, SE., M.Ak selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga.
2. Bapak Priyo Wismantoro, Drs., MM selaku dosen pembimbing akademik 1 yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan, arahan dan saran serta perhatian dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Yustina Wardhani, S.Hut.,MM selaku dosen pembimbing akademik 2
4. Ibu Elly Sukamti selaku Pemimpin BNI KCP MH.Thamrin yang sudah memberikan arahan, motivasi dan informasi terkait data untuk penyusunan skripsi ini.

5. Rekan-rekan Frontliner (Teller dan Customer Service, Satpam) atas bantuannya terkait proses penghimpunan data dan kuisioner penelitian
6. Semua pihak yang secara langsung atau tidak langsung turut membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermakna khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Demi penyempurnaan Skripsi ini, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Atas kritik dan sarannya, Penulis mengucapkan terima kasih

Bogor, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	10
A. Deskripsi Teori.....	10
B. Kerangka Pemikiran.....	19
C. Hipotesis Penelitian	20
D. Penelitian Terdahulu	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Metode Penelitian	24
B. Variabel dan Indikator Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel	32
D. Metode Pengumpulan Data	32
E. Instrumen Penelitian	33
F. Metode Analisis Data	35
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	42
A. Tinjauan Umum Obyek Penelitian	42
B. Analisis dan Interpretasi Data	52
C. Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran-saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

TABEL:	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	21
2. Skala Likert.....	34
3. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	39
4. Uji Validitas	52
5. Uji Reabilitas	53
6. Uji Normalitas.....	54
7. Uji Korelasi.....	55
8. Regresi Linear Sederhana	57
9. Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR:	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	19
2. Struktur Organisasi	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN:	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	65
2. Hasil Pengamatan Variabel Relationship Marketing	68
3. Hasil Pengamatan Variabel Customer Loyalty	69
4. Hasil Pengamatan Variabel Relationship Marketing dan Customer Loyalty	70