



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
RELATIONSHIP MARKETING, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI ULANG JASA PEMBIAYAAN PADA
PT.PRATAMA INTERDANA FINANCE CABANG
SURABAYA.**

Gizca Suci Faradina
151500007

Dosen Pembimbing
I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
RELATIONSHIP MARKETING, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA
PEMBIAYAAN PADA PT. PRATAMA INTERDANA
FINANCE CABANG SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

**GIZCA SUCI FARADINA
NIM : 151500007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, *Relationship Marketing*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Pratama Interdana Finance cabang Surabaya"

Identitas Mahasiswa

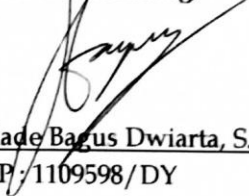
A. Nama : Gizca Suci Faradina
B. NIM : 15-150-0007
C. Program Studi : Manajemen
D. Fakultas : Fakultas Ekonomi Universitas PGRI AdiBuana Surabaya
E. Alamat e-mail : gizcasucifaradina@gmail.com

Mengetahui,
Ketua Program Studi,




Tony Susilo W, SE, MPD, MSMI
NPP : 0709494/DY

Surabaya, 16 Mei 2019
Dosen Pembimbing,



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NPP : 1109598/DY

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Siti Istikhoro, M.Si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

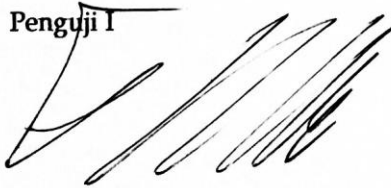
Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
PGRI AdiBuana Surabaya:

Pada Hari : Minggu

Tanggal : 28 April

Tahun : 2019

Penguji I



Sigit P. Utomo, DRS, SE, MM
NPP : 8706188/DY

Penguji II



Tony Susilo W, SE, MPD, MSM
NPP : 0709494/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gizca Suci Faradina
NIM : 15-150-0007
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI
AdiBuana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, *Relationship Marketing*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Pratama Interdana Finance cabang Surabaya" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2018-2019 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya tersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 15 April 2019

Mahasiswa,



Gizca Suci Faradina

NIM:15-150-0007

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, *Relationship Marketing*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Pratama Interdana Finance cabang Surabaya”, dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi - tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

- A. Drs. Djoko Adi Walujo, S.T., M.M., DBA. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- B. Dra. Siti Istikhoroh, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- C. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.Sm. selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- D. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi dan pendamping penulisan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi.
- E. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
- F. Kantor PT. PIF SBY yang sangat membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini beserta teman teman dan mbak mey yang sudah mengajarkan saya untuk menghitung lewat SPSS.

- G. Mama , orang tuaku satu satunya yang selalu sabar menghadapiku dan memberikan aku dukungan hingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
- H. Keluarga saya yang selalu mendukung dan membantu saya.
- I. Teman teman hok a hok e Gumilar, Mia, Mey yang membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini.
- J. Dan teman-teman lainnya maupun sahabat-sahabat Piba, Claudia, Ryan yang selalu mendukung saya dan memberikan saya motivasi serta semangat.

Penulis sadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, akan diterima sebagai masukan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak di atas, mendapat imbalan yang sepadan dari Tuhan yang Maha Esa, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Surabaya, 11 April 2019

Penulis

ABSTRACT

The research purpose to determine the effect of Service Quality (X1), Relationship marketing (X2), and Customer Trust (X3) on Repurchase Interests (Y) in financing services at PT. Pratama Interdana Finance Surabaya branch. The research population is all customers of PT. PIF SBY and sampling using Slovin formula, so that a sample of 78 respondents was obtained using accidental non-probability sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. From the results of the analysis it was found that partially the service quality variables, relationship marketing variables and customer trust variables had a significant influence on repurchase interest. While simultaneously it is obtained that the variables of service quality, relationship marketing, and consumer trust have a significant influence on repurchase interest.

Keywords : *Service Quality, Relationship Marketing, Customer Trust, Repurchase Interest*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), *Relationship marketing* (X2), dan Kepercayaan Konsumen (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y) jasa pembiayaan pada PT. Pratama Interdana Finance cabang Surabaya. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen PT. PIF SBY, pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga sampel sebanyak 78 responden dengan metode *non probability sampling* teknik aksidental. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisa menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil analisis didapat bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan, variabel *relationship marketing* dan variabel kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Sedangkan secara simultan didapat bahwa variabel kualitas pelayanan, *relationship marketing*, dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli Ulang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Landasan Teori	27
2.2.1. Pemasaran	27
2.2.2. Manajemen Pemasaran	28
2.2.3. Perusahaan Jasa	30
2.2.4. Perusahaan Jasa Pembiayaan	31
2.2.5. Layanan	33
2.2.6. Kualitas Pelayanan	34
2.2.7. Faktor Kualitas Pelayanan	36
2.2.8. Dimensi Kualitas Pelayanan	38
2.2.9. Indikator Kualitas Pelayanan	39
2.2.10. <i>Relationship Marketing</i>	41
2.2.11. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Relationship Marketing</i>	42

2.2.12. Manfaat <i>Relationship Marketing</i>	44
2.2.13. Dimensi <i>Relationship Marketing</i>	46
2.2.14. Indikator <i>Relationship Marketing</i>	48
2.2.15. Kepercayaan Konsumen	49
2.2.16. Manfaat Kepercayaan Konsumen	51
2.2.17. Indikator Kepercayaan Konsumen	52
2.2.18. Minat Beli Ulang	53
2.2.19. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	54
2.2.20. Indikator Minat Beli Ulang	56
2.2.21. Hubungan Antar Variabel	56
2.3. Kerangka Konseptual	57
2.4. Hipotesis	59
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1. Rancangan Penelitian	61
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	63
3.2.1. Populasi	63
3.2.2. Sampel	63
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	64
3.3. Jenis Data dan Sumber	64
3.3.1. Jenis Data	64
3.3.2. Sumber Data	65
3.4. Teknik Pengumpulan Data	66
3.4.1. Kuesioner	66
3.4.2. Jadwal Penelitian	66
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	67
3.5.1. Variabel Penelitian	67
3.5.2. Definisi Operasional Variabel	67
3.6. Teknik Analisis Data	70
3.6.1. Pengujian Instrumen Penelitian	70
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	72
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda	74

3.6.4. Uji Hipotesis	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1. Penyajian Data Penelitian	79
4.1.1. Gambaran Daerah Objek Penelitian	79
4.1.2. Struktur Organisasi dan Deskripsi Masing-Masing Jabatan	80
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	87
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian	92
4.3.1. Uji Validitas	92
4.3.2. Uji Realibilitas	94
4.4. Uji Asumsi Klasik	95
4.4.1. Uji Normalitas	95
4.4.2. Uji Multikolinieritas	96
4.4.3. Uji Autokorelasi	97
4.4.4. Uji Heterokedastisitas	98
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	99
4.6. Pembuktian Hipotesis	103
4.4.3. Uji t	103
4.4.4. Uji F	105
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	107
 BAB V SIMPULAN	 113
5.1. Simpulan	113
5.2. Saran	114
 DAFTAR PUSTAKA	 119

DAFTAR TABEL

1.1. Jumlah Kantor Pusat Perusahaan Jasa Pembiayaan di Indonesia	3
1.2. Piutang pembiayaan berdasarkan kegiatan usaha (Miliar Rp) periode April 2018-Agustus 2018	4
2.1. Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang akan Dilakukan	18
3.1. Skala <i>Likert</i>	66
3.2. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	75
4.1. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	88
4.2. Distribusi Frekuensi <i>Relationship Marketing</i>	89
4.3. Distribusi Frekuensi Kepercayaan Konsumen	90
4.4. Distribusi Frekuensi Minat Beli Ulang	91
4.5. Uji Validitas	93
4.6. Uji Realibilitas	94
4.7. Uji Normalitas	96
4.8. Uji Multikolonieritas	97
4.9. Uji Autokorelasi	98
4.10. Hasil Analisis Regresi Berganda	99
4.11. Interpretasi Koefisien Korelasi	102
4.12. Uji t Parsial	103
4.13. Uji F Simultan	106

DAFTAR GAMBAR

2.1. Manfaat Kepuasan Pelanggan	34
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	58
3.1. Rancangan Penelitian	62
4.1. Struktur Organisasi PT. PIF SBY	81
4.2. Uji Heteroskedasitas	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Keterangan Ijin Penelitian
Lampiran 2	: Angket/Kuesioner
Lampiran 3	: Tabulasi Data
Lampiran 4	: Hasil SPSS Distribusi Frekuensi
Lampiran 5	: Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	: Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	: Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	: Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 9	: Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran 10	: Lembar Persetujuan
Lampiran 11	: Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
Lampiran 12	: Daftar Hadir Peserta Seminar Proposal Skripsi