

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*,  
KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP LOYALITAS MEMBER DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

**DONNA AMARSAID**

**21170000108**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*,  
KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP LOYALITAS MEMBER DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

**DONNA AMARSAID**

**21170000108**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI  
SEBAGAIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA  
MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH  
TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

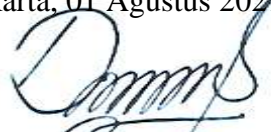
Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*,  
KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP LOYALITAS MEMBER DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan dilingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi, ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang undangan yang berlaku.

Jakarta, 01 Agustus 2021

  
**DONNA AMARSAID**  
**NPM 21170000108**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*,  
KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP LOYALITAS MEMBER DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr. H. Supriyatin SY, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 01 Agustus 2021

Pembimbing,



Dr. H. Supriyatin SY, MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, B.B.A., M.Sc.

## HALAMAN PENGESAHAN





Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS MEMBER DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal dengan nilai

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1.  : M. Ramaditya, B.B.A.,M.SC  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Dr. H. Supriyatin SY, MM  
( Pembimbing )
3.  : Farmansjah Maliki, SE.,MM  
( Anggota Penguji 1)
4.  : Irfan Polem, SE.,MM  
( Anggota penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Member Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur) yang merupakan sebagian persyaratan, dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, pembimbing dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga kesulitan yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini saya ucapkan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Supriyatin SY, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Farmansjah Maliki, SE.,MM, dan Bapak Irfan Polem, SE.,MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak M. Ramaditya, B.B.A.,M.SC selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam berdiskusi
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.
5. Bapak H. Agustin Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta
6. Segenap dosen di program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) atas ilmu yang diberikan selama penulis menyelesaikan studi.

7. Pak Damumar selaku pemilik dan pengelola Bento Gym Jakarta Timur yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data dan yang peneliti perlukan.
8. Ibu Tuti Ratnawulan, Bapak Jonny, Donny AmirMahmmud (Adik kembar) dan Sri Nurhidayatul Hasanah (calon istri) yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral beserta do'a, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Dan sahabatku Affiah, Tyas, Eva Syamsiatul, Ira Harianja, Rismayantri Sihalo, Ilham Karunia Hakiki, Aden Apandi dan semuanya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang senantiasa membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsinya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 01 Agustus 2021



**DONNA AMARSAID**  
**NPM 21170000108**

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Donna Amarsaid  
NPM : 21170000108  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

### **PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS MEMBER DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 01 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Donna Amarsaid



Donna Amarsaid NPM : 21170000108 Program Studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Dr. H. Supriyatin SY, MM
<b>PENGARUH <i>RELATIONSHIP MARKETING</i>, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS MEMBER DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING</b> <b>(Studi Kasus Pada Member Bento Gym Jakarta Timur)</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh <i>relationship marketing</i>, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas member dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening secara parsial dan simultan.</p> <p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di Bento Gym Jakarta timur dengan sampel sebanyak 61 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner kepada responden terpilih. Metode statistik data yang digunakan adalah analisis jalur dan analisis regresi berganda dengan aplikasi pengolah data SPSS versi 26.</p> <p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan <i>relationship marketing</i>, kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas member. Dan hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu menjadi mediasi antara hubungan <i>relationship marketing</i>, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan pada member Bento Gym.</p>	
<b><i>Kata Kunci : Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Loyalitas Member dan Kepuasan Pelanggan</i></b>	

Donna Amarsaid  
NPM : 21170000108  
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Dr. H. Supriyatin SY, MM

***THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY, AND FACILITIES ON MEMBER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE***

***(Case Study At Bento Gym Member East Jakarta)***

***ABSTRACT***

*This study aims to examine whether there is an effect of relationship marketing, service quality and facilities on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable partially and simultaneously.*

*This study uses associative research with a quantitative approach. The study was conducted at Bento Gym, East Jakarta, with a sample of 61 people. The sampling technique used in this study is a saturated sample, where all members of the population are used as samples. Collecting data in this research using a questionnaire to the selected respondents. Statistical data method used is path analysis and multiple linear regression analysis with SPSS version 26 data processing application.*

*The results of this study indicate a significant influence either partially or simultaneously on relationship marketing, service quality, facilities and customer satisfaction on member loyalty. And the results of this study also show that customer satisfaction is able to mediate between relationship marketing, service quality and facilities to customer loyalty to Bento Gym members.*

***Keywords : Relationship Marketing, Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction and Member Loyalty***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Review Hasil- Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 <i>Relationship Marketing</i> .....	18
2.2.2 Kualitas Pelayanan .....	20
2.2.3 Fasilitas.....	23
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2.5 Loyalitas Pelanggan .....	27

2.3 Hubungan antar Variabel Penelitian.....	30
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	37
2.5 Kerangka Konseptual .....	38
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Strategi Penelitian .....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi Penelitian .....	38
3.2.2 Sampel Penelitian .....	39
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	39
3.4 Operasional Variabel.....	41
3.5 Metode Analisa Data.....	46
3.5.1 Metode Pengolahan Data.....	46
3.5.2 Metode Penyajian Data.....	46
3.5.3 Metode Statistik Data .....	46
3.5.4 Uji Kualitas Data .....	52
3.5.5 Uji Hipotesis .....	53
3.5.6 Uji Sobel .....	56
3.5.7 Uji Asumsi Klasik .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	59
4.2 Deskripsi Responden .....	59
4.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	59
4.2.2 Usia Responden .....	60
4.2.3 Pekerjaan Responden .....	60
4.3 Deskripsi Data Penelitian .....	61
4.4 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	70
4.5 Uji Kualitas Data .....	78
4.5.1 Uji Validitas .....	79

4.5.2	Uji Reliabilitas .....	80
4.6	Uji Hipotesis .....	80
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	80
4.6.2	Uji Signifikan Parsial (Uji-T) .....	81
4.6.3	Uji Signifikan Simultan (Uji-F) .....	84
4.7	Uji Sobel .....	85
4.8	Uji Asumsi Klasik .....	90
4.8.1	Uji Normalitas .....	90
4.8.2	Uji Multikoleniaritas .....	92
4.8.3	Uji Heteroskedastisitas .....	94
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
5.1	Simpulan .....	96
5.2	Saran .....	97
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	99
	<b>DAFTAR REFRENSI .....</b>	<b>100</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1</b> Data Member Bento Gym .....	4
<b>Tabel 1.2</b> Research Gap Relationship Marketing .....	7
<b>Tabel 1.3</b> Research Gap Kualitas Pelayanan.....	8
<b>Tabel 3.1</b> Tabel Skor Skala Likert .....	41
<b>Tabel 3.2</b> Tabel Operasional Variabel.....	43
<b>Tabel 3.2.1</b> Variabel Relationship Marketing (X1).....	43
<b>Tabel 3.2.2</b> Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	44
<b>Tabel 3.2.3</b> Variabel Fasilitas (X3) .....	45
<b>Tabel 3.2.4</b> Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	45
<b>Tabel 3.2.5</b> Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	58
<b>Tabel 4.1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
<b>Tabel 4.2</b> Responden Berdasarkan Usia.....	60
<b>Tabel 4.3</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
<b>Tabel 4.4</b> Tanggapan Responden Variabel Relationship Marketing (X1) .....	62
<b>Tabel 4.5</b> Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	64
<b>Tabel 4.6</b> Tanggapan Responden Variabel Fasilitas (X3).....	65
<b>Tabel 4.7</b> Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	67
<b>Tabel 4.8</b> Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	69
<b>Tabel 4.9</b> <i>Coefficients</i> Sub-Struktur 1 .....	70
<b>Tabel 4.10</b> Anova Sub-Struktur 1.....	71
<b>Tabel 4.11</b> Model summary Sub-Struktur 1 .....	72
<b>Tabel 4.12</b> Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur I .....	72
<b>Tabel 4.13</b> <i>Coefficients</i> Sub-Struktur II .....	73
<b>Tabel 4.14</b> Anova Sub-Struktur II .....	74
<b>Tabel 4.15</b> Model summary Sub-Struktur II .....	75

<b>Tabel 4.16</b> Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur II .....	75
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Analisis Koefisien Regresi Berganda.....	76
<b>Tabel 4.18</b> Pengujian Validitas Variabel Relationship Marketing .....	78
<b>Tabel 4.19</b> Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	78
<b>Tabel 4.20</b> Pengujian Validitas Variabel Fasilitas .....	79
<b>Tabel 4.21</b> Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	79
<b>Tabel 4.22</b> Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	79
<b>Tabel 4.23</b> Uji Reliabilitas.....	80
<b>Tabel 4.24</b> Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	81
<b>Tabel 4.25</b> Hasil Uji Parameter Parsial (Uji T) Persamaan Regresi I.....	82
<b>Tabel 4.26</b> Hasil Uji Parameter Parsial (Uji T) Persamaan Regresi II.....	83
<b>Tabel 4.27</b> Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	84
<b>Tabel 4.28</b> Persamaan Regresi I (Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	85
<b>Tabel 4.29</b> Persamaan Regresi II (Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan).....	86
<b>Tabel 4.30</b> Persamaan Regresi I (Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan).....	87
<b>Tabel 4.31</b> Persamaan Regresi II (Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan).....	87
<b>Tabel 4.32</b> Persamaan Regresi I (Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan) .....	89
<b>Tabel 4.33</b> Persamaan Regresi II (Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan).....	89
<b>Tabel 4.34</b> Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov-Smirnov) Persamaan Regresi I.....	91
<b>Tabel 4.35</b> Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov-Smirnov) Persamaan Regresi II.....	91
<b>Tabel 4.36</b> Hasil Uji Multikoleniaritas Persamaan Regresi I.....	92
<b>Tabel 4.37</b> Hasil Uji Multikoleniaritas Persamaan Regresi II.....	93

<b>Tabel 4.38</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser Persamaan Regresi I.....	94
<b>Tabel 4.39</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser Persamaan Regresi II.....	95



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	39
<b>Gambar 3.1</b> Model Diagram Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	50
<b>Gambar 3.2</b> Konsep Uji Sobel.....	56
<b>Gambar 4.1</b> Diagram Skala Likert Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	63
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan .....	65
<b>Gambar 4.3</b> Diagram Skala Likert Variabel Fasilitas.....	66
<b>Gambar 4.4</b> Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Pelanggan .....	68
<b>Gambar 4.5</b> Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan .....	70
<b>Gambar 4.6</b> Diagram Jalur Sub-Struktur I.....	73
<b>Gambar 4.7</b> Diagram Jalur Sub-Struktur II.....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Daftar Pernyataan/Kuesioner .....	103
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Data .....	108
<b>Lampiran 3.</b> SPSS Output .....	113
<b>Lampiran 4.</b> Surat Keterangan Riset .....	120
<b>Lampiran 5.</b> Daftar Riwayat Hidup.....	121