

AKTIVITAS HUBUNGAN PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA KESETIAAN PELANGGAN NASABAH PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE

Oleh :

Nama : Pauline Herlina

NIM : 65100166

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Marketing Communication*



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2014

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

AKTIVITAS HUBUNGAN PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SERTA KESETIAAN PELANGGAN
NASABAH PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE

Diajukan oleh :

Nama : Pauline Herlina

NIM : 65100166

Jakarta, Agustus 2014

Disetujui oleh :

Pembimbing

(Imam Nuraryo S.Sos., M.A. (Comms))

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2014

 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Paulina Herlina / 65100166 /2010 / Aktivitas Hubungan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Kesetiaan Pelanggan Nasabah PT. Prudential Life Assurance / Imam Nuraryo, S.Sos.,M.A

Kegiatan pemasaran saat ini telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia, dimana peran tenaga pemasar melalui penjualan pribadi atau *personal selling* tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi dan memasarkan produk maupun jasa, namun tenaga pemasar juga berperan untuk menciptakan hubungan pelanggan. Dalam bidang hubungan pelanggan, kepercayaan pelanggan tidak dapat dilepaskan dari kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur aktivitas dari hubungan pelanggan dan implikasinya terhadap kepuasan pelanggan serta kesetiaan pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dari Komunikasi Pemasaran Terpadu dimana salah satu bentuk dari bauran pemasaran yaitu penjualan pribadi (*personal selling*). Peneliti juga menggunakan teori hubungan pelanggan, serta teori mengenai kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan sebagai teori untuk mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa riset lapangan yaitu dengan menggunakan kuesioner sebagai data primer, dan riset pustaka yaitu dengan menggunakan referensi tambahan sebagai data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan tipe *sampling purposive*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang telah menabung dalam periode minimal satu tahun. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis eksplanatif, yang bertujuan untuk mengukur hubungan atau pengaruh antar variabel.

Analisis data menggunakan bantuan software SPSS 21. Uji yang dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel yakni uji regresi linier sederhana, Uji t, dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, yakni uji signifikansi koefisien (Uji t), dapat disimpulkan bahwa aktivitas hubungan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta kesetiaan pelanggan nasabah PT. Prudential Life Assurance.

Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas hubungan pelanggan memiliki implikasi terhadap kepuasan pelanggan serta kesetiaan pelanggan nasabah PT. Prudential Life Assurance. Hal ini disimpulkan berdasarkan adanya peningkatan besaran ramalan variabel kepuasan pelanggan serta kesetiaan pelanggan sebagai variabel dependen pada setiap aktivitas hubungan pelanggan sebagai variabel independen.

Kata Kunci : Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Penjualan Personal, Hubungan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Kesetiaan Pelanggan.



ABSTRACT

Paulina Herlina / 65100166 / 2010 / Activity And Implications Of Customer Relations For Customer Loyalty and Customer Satisfaction PT. Prudential Life Assurance Customer / Imam Nuraryo, S.Sos., M.A

Current marketing activity has grown in recent years in Indonesia, where the role of marketers through personal selling is not just about providing information and serves to market products and services, but marketers also contribute to creating customer relations. In the area of customer relations, customer trust can not be separated from the satisfaction and customer loyalty. This study aimed to measure the activity of the customer relationship and the implications for customer satisfaction and customer loyalty.

Researchers are also using the theory of customer relations, as well as theories about customer satisfaction and customer loyalty as a theory to measure customer satisfaction and loyalty. This study uses a quantitative methodology and the data collection techniques such as field research is by using questionnaires as the primary data, and the research literature by using additional reference as secondary data. Sampling technique using non-probability sampling purposive sampling type invitation.

Criteria respondents in this study were clients who had been saving in a minimum period of one year. The data analysis technique used is an explanatory analysis, which aims to measure the relationship between variables or influence. Data Analysis using statistical SPSS software. Tests were conducted to examine the effect of the variables between are the simple linear regression test, t test, and test the coefficient of determination. Based on the hypothesis testing that has been done, the coefficient significance test (t test), it can be concluded that the activity of customer relations have a significant effect on customer satisfaction and customer loyalty customer PT. Prudential Life Assurance.

The results of this study is customer relations activity has implications for customer satisfaction and customer loyalty for customer of Prudential Life Assurance. It is inferred based on an increase in the amount of forecast variables customer satisfaction and customer loyalty as the dependent variable on each customer relations activities as independent variables.

Keywords: Marketing, Integrated Marketing Communication, Personal Selling, Customer Relations, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.



KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis ingin memanjatkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hikmat dan kasih karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini, dimana penulis menyadari bahwa bantuan dan dukungan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini sangat bermanfaat bagi penulis. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, yaitu :

1. Bapak Deavvy M.R.Y Johassan, S.Sos., M.Si, selaku kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan masukan, mulai dari proses menyusun proposal, judul, dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Imam Nuraryo S.Sos., M.A, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan kepada penulis serta memberikan masukan selama penulis menjalani proses pembuatan skripsi.
3. Seluruh anggota keluarga penulis yang turut memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Leader di PT. Prudential Life Assurance, yakni Christian Wijaya beserta teman-teman di Pru Firt Agency yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan penulis, yakni Melvin Elfreda, Felix Surya Putera, Dian Purwaningsih, Wendy Christ hadi, Elizabeth Christina, Evan Jaya Atmaja, Stephanie Angelica, Teminto, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan secara moral kepada penulis.





Dengan kerendahan hati, penulis menyadari apabila terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan bersedia untuk menerima kritik serta saran yang membangun agar penyusunan skripsi selanjutnya dapat lebih baik. Sekian kata pengantar dari penulis, semoga penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat memberikan masukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan serta memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2014

Pauline Herlina

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta © IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Identifikasi Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Komunikasi Pemasaran Terpadu	8
2. Penjualan Pribadi	12
3. Hubungan Pelanggan	17
4. Kepuasan Pelanggan	20
5. Kesetiaan Pelanggan	23
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pemikiran	28
D. Hipotesis.....	29

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





BAB III : METODE PENELITIAN	30
© A. Obyek Penelitian.....	30
B. Metode Penelitian	30
C. Variabel Penelitian.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
F. Teknik Analisis Data	38
1. Uji Alat Ukur	39
a. Validitas	39
b. Reliabilitas	39
2. Statistika Deskriptif	40
a. Rata-Rata (<i>Mean</i>).....	41
b. Analisis Persentase	41
3. Rentang Skala	42
4. Uji Asumsi Klasik	43
5. Analisis Regresi Linier Sederhana	44
6. Uji t.....	45
7. Analisis Koefisien Determinasi	45
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran umum	47
B. Analisis Dan Pembahasan.....	58
a. Gambaran Responden	58
b. Gambaran Hasil Kuesioner.....	61
1. Statistik Deskriptif.....	61
2. Hasil Analisis Alat Ukur.....	86
3. Hasil Normalitas	89
4. Hasil Regresi Sederhana	90

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Hasil Signifikansi Koefisien (Uji t)..... 93

6. Hasil Koefisien Determinasi..... 95

7. Hasil Penelitian 97

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN 101

A. Simpulan 101

B. Saran 102

DAFTAR PUSTAKA 104

LAMPIRAN 107

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tabel AIDA Model.....	11
Tabel 2	Tabel Bauran Komunikasi Pemasaran.....	11
Tabel 1	Indikator Hubungan Pelanggan	33
Tabel 2	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	34
Tabel 3	Indikator Kesetiaan Pelanggan.....	35
Tabel 1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 2	Gambaran Responden Berdasarkan Umur	59
Tabel 3	Gambaran Responden Berdasarkan Jangka Waktu.....	59
Tabel 4	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Produk	60
Tabel 5	Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Premi.....	61
Tabel 6	Tanggapan Responden Mengenai Ketergantungan	62
Tabel 7	Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan.....	63
Tabel 8	Tanggapan Responden Mengenai Dapat Diandalkan.....	64
Tabel 9	Tanggapan Responden Mengenai Komitmen Jangka Panjang	66
Tabel 10	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan	67
Tabel 11	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan	68
Tabel 12	Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Interaksi.....	69
Tabel 13	Tanggapan Responden Mengenai Hubungan Dekat	70
Tabel 14	Tanggapan Responden Mengenai Sikap Yang Ramah	71
Tabel 15	Tanggapan Responden Mengenai Kesetiaan Responden	73
Tabel 16	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Responden	74
Tabel 17	Tanggapan Responden Mengenai Harapan Responden	75
Tabel 18	Tanggapan Responden Mengenai Membeli Kembali	76
Tabel 19	Tanggapan Responden Mengenai Komentar Menguntungkan	78





Tabel 6.0	Tanggapan Responden Mengenai Kesiapan Responden	79
Tabel 6.1	Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan Responden	80
Tabel 6.2	Tanggapan Responden Mengenai Kesukaan Responden	82
Tabel 6.3	Tanggapan Responden Mengenai Kebiasaan Menabung.....	83
Tabel 6.4	Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Berulang	84
Tabel 6.5	Tanggapan Responden Mengenai Rekomendasi.....	85
Tabel 6.6	Tabel Uji Validitas Hubungan Pelanggan	87
Tabel 6.7	Tabel Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	88
Tabel 6.8	Tabel Uji Validitas Kesetiaan Pelanggan.....	88
Tabel 6.9	Tabel Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 6.10	Tabel Uji Normalitas	89
Tabel 6.11	Tabel Koefisien Regresi	91
Tabel 6.12	Tabel Koefisien Regresi	92
Tabel 6.13	Tabel Uji t.....	93
Tabel 6.14	Tabel Uji t.....	94
Tabel 6.15	Tabel Koefisien Determinasi	95
Tabel 6.16	Tabel Koefisien Determinasi	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 Gambar <i>Zone of Tolerance</i>	22
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	28

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Output SPSS
Lampiran 3	Uji Validitas Kuesioner Variabel Hubungan Pelanggan
Lampiran 4	Uji Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan
Lampiran 5	Uji Validitas Kuesioner Variabel Kesetiaan Pelanggan
Lampiran 6	Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Hubungan Pelanggan
Lampiran 7	Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan
Lampiran 8	Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Kesetiaan Pelanggan
Lampiran 9	Uji Normalitas Variabel Hubungan Pelanggan
Lampiran 10	Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan
Lampiran 11	Uji Normalitas Variabel Kesetiaan Pelanggan
Lampiran 12	Analisis Regresi Linier
Lampiran 13	Analisis Regresi Linier
Lampiran 14	Uji t
Lampiran 15	Uji t
Lampiran 16	Koefisien Determinasi
Lampiran 17	Koesfisien Determinasi



Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.