

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*, DAN
RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP *CUSTOMER
RETENTION*
(Studi Pada Konsumen Dealer Motor Muncul Jaya Motor
Pemuda Jepara)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Penyusunan Skripsi Gelar Sarjana
Strata 1 (S.1) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun Oleh:

ALMAS INSYIRSAH NUGROHO

NIM. 171110002239

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara :

Nama : Almas Insyirah Nugroho
NIM : 171110002239
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Product Quality*, *Perceived Value*,
Dan *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Retention* (Studi Pada Konsumen *Dealer Motor Muncul Jaya Motor Pemuda Jepara*)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan di hadapan tim penguji program Sarjana Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.


Jepara, 11 Mei 2023

Pembimbing,

Mengetahui

Plt. Ketua Program Studi Manajemen

Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.
NIY. 1 701015 97 013


Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.
NIY. 1 701015 97 013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Pengaruh *Product Quality*, *Perceived Value*, Dan *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Retention* (Studi Pada Konsumen Dealer Motor Muncul Jaya Motor Pemuda Jepara)" karya :

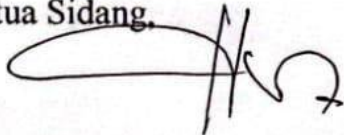
Nama : Almas Insyirsah Nugroho
NIM : 171110002239
Program Studi : Manajemen

telah diujikan dan dipertahankan dalam sidang oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara dan dinyatakan lulus pada tanggal : 17 Mei 2023.

Selanjutnya dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S.1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara Tahun Akademik 2023.

Jepara, 17 Mei 2023

Ketua Sidang,



(Aan Zainul Anwar, S.H.I., M.E.Sy.)

NIY.

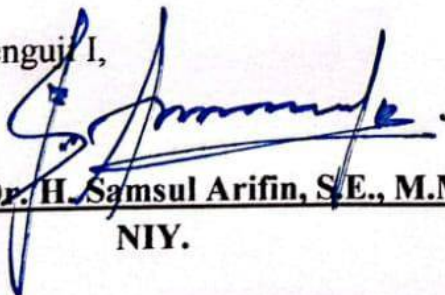
Sekretaris Sidang,



(Hj. Nurul Komariyatin, S.E., M.Si.)

NIY. 1 70101597 013

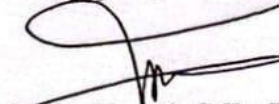
Penguji I,



(Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.)

NIY.

Penguji II,

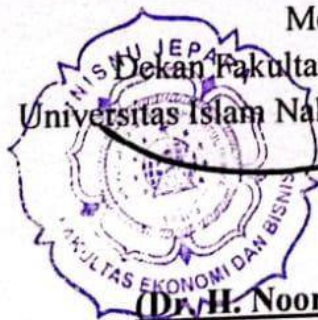


(Dr. H. Ali, S.E., M.M.)

NIY. 1 70101597 013

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara



(Dr. H. Noor Arifin, S.E., M.Si.)

NIY. 1 680817 08 055

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Almas Insyirsah Nugroho
NIM : 171110002239
Program Studi : Manajemen

Saya menyatakan dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, bahwa Skripsi yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara merupakan hasil karya saya sendiri yang jauh dari plagiarisme dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana dari Perguruan Tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Selanjutnya saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara apabila di kemudian hari ditemukan ketidakbenaran dari pernyataan ini.



Jepara, 11 Mei 2023

(Almas Insyirsah Nugroho)

NIM.171110002239

ABSTRAK

Almas Insyirsah Nugroho, 171110002239, Pengaruh *Product Quality*, *Perceived Value*, Dan *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Retention* (Studi Pada Konsumen *Dealer Motor Muncul Jaya Motor Pemuda Jepara*), 2023, Hj. Nurul Komariyatin, S.E., M.Si, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis mengenai: (1) Pengaruh *product quality* terhadap *customer retention* pada motor matic Honda; (2) Pengaruh *perceived value* (nilai yang dirasa) terhadap *customer retention* pada motor matic Honda; (3) Pengaruh *relationship marketing* terhadap *customer retention* pada motor matic Honda pada Dealer Motor Muncul Jaya Pemuda di Jepara. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah konsumen motor matic Honda Muncul Jaya Motor Pemuda pada tahun 2019 – 2022 yang berjumlah 4.010 konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 98 konsumen sebagai responden penelitian berdasarkan perhitungan menggunakan Rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *accidental purpose sampling* dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode pengolahan data meliputi *editing*, *scoring*, *coding*, dan *tabulating*. Teknik analisis data yang digunakan berupa teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention* ($\beta_1 = 0,307$; Sig.= 0,303); (2) *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention* ($\beta_2 = 0,201$; Sig.= 0,204); dan (3) *Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention* ($\beta_3 = 0,186$; Sig.= 0,410).

Kata Kunci: *Product Quality*, *Perceived Value*, *Relationship Marketing*, *Customer Retention*

ABSTRACT

Almas Insyirsah Nugroho, 171110002239, Pengaruh Product Quality, Perceived Value, Dan Relationship Marketing Terhadap Customer Retention (Study on Motorcycle Dealer Consumers Muncul Jaya Motor Pemuda Jepara), 2023, Hj. Nurul Komariyatin, S.E., M.Si, Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

The purpose of this study was to find out and analyze: (1) The effect of product quality on customer retention on Honda automatic motorbikes; (2) The effect of perceived value on customer retention on Honda automatic motorcycles; (3) The effect of relationship marketing on customer retention on Honda automatic motorbikes at the Muncul Jaya Pemuda Motorcycle Dealer in Jepara. In this study, the population is consumers of Honda Mucul Jaya Motor Pemuda automatic motorbikes in 2019 – 2022, totaling 4,010 consumers. The sample used in the study was 98 consumers as research respondents based on calculations using the Slovin Formula. The sampling technique used by the researcher is accidental purpose sampling technique using an instrument in the form of a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data processing methods include editing, scoring, coding, and tabulating. The data analysis technique used is a multiple linear regression analysis technique. The results of this study indicate that: (1) Product Quality has a significant effect on Customer Retention ($\beta_1 = 0.307$; Sig. = 0.303); (2) Perceived Value has a significant effect on Customer Retention ($\beta_2 = 0.201$; Sig. = 0.204); and (3) Relationship Marketing has a significant effect on Customer Retention ($\beta_3 = 0.186$; Sig. = 0.410).

Keywords: *Product Quality, Perceived Value, Relationship Marketing, Customer Retention*

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” – QS Al-Insyirah: 5-6.

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebaikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya." – QS. Al-Baqarah:286.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji serta syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya. Shalawat serta salam tak lupa kita junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* (Studi Pada Konsumen Dealer Motor Muncul Jaya Motor Pemuda Jepara)”** yang disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Sarjana Strata 1 (S.1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari semua bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran yang sudah diberikan dari semua pihak. Maka dari itu penulis dengan rendah hati ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang sudah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini, khususnya:

1. Bapak **Dr. H. Sa'dullah Assaidi, M.Ag.** selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak **Dr. H. Noor Arifin, S.E, M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Ibu **Hj. Nurul Komariyatin, S.E., M.Si.** selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Ibu **Hj. Nurul Komariyatin, S.E., M.Si.** selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberi masukan dan saran serta kritik sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang sudah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani Studi di Universitas Nahdlatul Ulama Jepara.
6. Semua staff dan karyawan yang bertugas di Universitas Nahdlatul Ulama Jepara yang sudah membantu melancarkan dalam terselesaikannya skripsi ini.

7. Kedua orangtua, saudara, dan keluarga tercinta.
8. Semua responden yang sudah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penelitian.
9. Teman-teman yang selalu ada dan memberikan motivasi serta semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang sudah memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis minta maaf jika terdapat kesalahan ataupun kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk sumber penambah wawasan bagi semua orang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jepara, 17 Mei 2023

Penulis



(Almas Insyirah Nugroho)

NIM.171110002239

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Pertama:

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri sendiri, terimakasih telah berjuang sejauh ini dengan melawan ego serta *mood* yang tidak tentu selama penulisan skripsi ini.

Kedua:

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya, keluarga, dan teman-teman, serta orang-orang yang sudah menemani dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Ketiga:

Skripsi ini untukmu yang pernah singgah dan mewarnai kisah asmaraku, lalu pergi karena mungkin aku terlalu sibuk untuk karya sederhana ini, ketahuilah bahwa cita-citaku ikut rebah saat tulus cintaku kau patahkan.

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup (Batasan Masalah)	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Customer Retention</i> (Retensi Pelanggan).....	14
2.1.2 <i>Product Quality</i>	19
2.1.3 <i>Perceived Value</i> (Nilai Yang Dirasa).....	24
2.1.4 <i>Relationship Marketing</i>	26

2.2	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT)	35
2.4	Perumusan Hipotesis	35
2.4.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	36
2.4.2	Pengaruh <i>Perceived Value</i> (Nilai Yang Dirasa) Terhadap <i>Customer Retention</i>	36
2.4.3	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> ..	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2.1	Variabel Penelitian	39
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3	Data dan Sumber Data.....	42
3.3.1	Data Primer	42
3.3.2	Data Sekunder	42
3.4	Populasi, Jumlah Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.5	Metode Pengumpulan Data	44
3.6	Metode Pengolahan Data.....	45
3.7	Metode Analisis Data	46
3.7.1	Analisis Deskriptif	47
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4	Uji Regresi Linier Berganda	50
3.7.5	Uji Hipotesis	51
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Deskripsi Responden.....	54

4.1.2	Deskripsi Variabel.....	57
4.1.3	Analisis Data Penelitian	65
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
4.2.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	83
4.2.2	Pengaruh <i>Perceived Value</i> (Nilai Yang Dirasa) Terhadap <i>Customer Retention</i>	84
4.2.3	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> ..	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2018 – 2022 -----	3
Tabel 1.2 Tabel Penjualan Motor Dealer Muncul Jaya Motor Pemuda Jepara -----	4
Tabel 1.3 <i>Research GAP</i> Dari <i>Customer Retention</i> -----	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu -----	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel -----	40
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin -----	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia-----	55
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir -----	56
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Kuantitas Pembelian -----	57
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Retention</i> (Y) -----	58
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Product Quality</i> (X ₁)-----	59
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Value</i> (X ₂)-----	62
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X ₃)-----	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i> (X ₁)-----	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> (X ₂)-----	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X ₃)-----	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Retention</i> (Y) -----	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas-----	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas-----	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser-----	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi-----	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas -----	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda-----	76
Tabel 4.19 Hasil Uji F-----	78
Tabel 4.20 Hasil Uji t-----	79
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi -----	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis-----	35
Gambar 3.1 Uji F -----	52
Gambar 3.2 Uji T -----	53
Gambar 4.1 Grafik Histogram -----	70
Gambar 4.2 Normal P-P Plot Regression Standardized Residual-----	71
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot-----	72
Gambar 4.4 Kurva Uji F -----	79
Gambar 4.5 Kurva Uji t <i>Product Quality</i> (X_1)-----	80
Gambar 4.6 Kurva Uji t <i>Perceived Value</i> (X_2) -----	81
Gambar 4.7 Kurva Uji t <i>Relationship Marketing</i> (X_3)-----	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian ----- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2: Tabulasi Data *Product Quality* (X_1)- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3: Tabulasi Data *Perceived Value* (X_2)- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4: Tabulasi Data *Relationship Marketing* (X_3)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5: Tabulasi Data *Customer Retention* (Y)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6: Hasil Uji Validitas *Product Quality* (X_1)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7: Hasil Uji Validitas *Perceived Value* (X_2)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8: Hasil Uji Validitas *Relationship Marketing* (X_3)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 9: Hasil Uji Validitas *Customer Retention* (Y)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 10: Hasil Uji Reliabilitas ----- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11: Hasil Uji Normalitas ----- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 12: Hasil Uji Heterokedastisitas ----- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 13: Hasil Uji Autokorelasi ----- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 14: Hasil Uji Multikolenieritas ----- **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 15: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 16: Hasil Uji F ----- **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 17: Hasil Uji t ----- **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 18: Hasil Uji Koefisien Determinasi---- **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 19: Distribusi Nilai r_{tabel} ----- **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 20: Distribusi Nilai t_{tabel} ----- **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 21: Distribusi F_{tabel} ----- **Error! Bookmark not defined.**