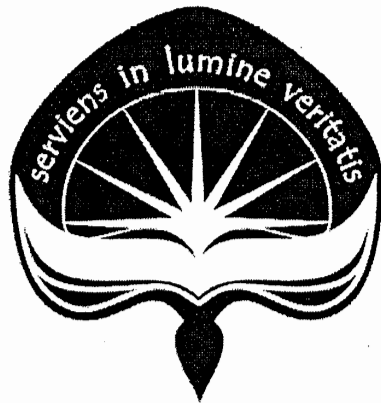


TESIS

**PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN, KUALITAS
HUBUNGAN, DAN MANFAAT RELASIONAL BAGI
PERUSAHAAN**



HANNY SULIANTORO

No. Mhs: 105001424/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012





UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Hanny Suliantoro
Nomor Mahasiswa : 105001424/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Pengaruh Orientasi Pelanggan, Kualitas Hubungan, dan Manfaat Relasional Bagi Perusahaan

Nama Penguji

Tanggal

Tanda Tangan

Fandy Tjiptono, SE., M.Comm., Ph.D.

29-10-2012

C. Jarot Priyogutomo, MBA

29-10-2012

M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D

29-10-2012

Ketua Program Studi

M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya menegaskan bahwa penelitian tesis dengan judul:

**“PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN, KUALITAS HUBUNGAN, DAN
MANFAAT RELASIONAL BAGI PERUSAHAAN”**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya maupun plagiat dari orang lain. Segala bentuk pernyataan, kutipan, ide/gagasan, dan kutipan dari penelitian terdahulu yang bersumber dari orang lain dinyatakan secara lengkap sumbernya dan dimuat dalam daftar pustaka. Penulis bertanggung jawab terhadap segala hal yang tertulis dalam penelitian ini.

Penulis,

Hanny Suliantoro

PERSEMBAHAN

KARYA INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA KELUARGAKU TERSAYANG...

**“PAPAH, MAMAH IN, MAMAH SIN, KAK NIA, KAK INA, KO NANDO,
DAN MY LOVE LIANA”**

**“Percayalah
meski tidak ada dasar
untuk percaya.”**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh orientasi pelanggan dan keahlian penyedia jasa mengenai persepsi responden terhadap kualitas hubungan, dan pengaruh kualitas hubungan terhadap kepuasan pada perusahaan, serta hubungan antara kualitas hubungan dan kepuasan pada perusahaan terhadap loyalitas dan getok tular yang positif bagi perusahaan. Penelitian ini menggunakan metodologi survei untuk memperoleh pendapat dari 200 pemilik mobil merk Suzuki mengenai hubungan mereka dengan *service advisor* Bengkel Resmi Suzuki Sumber Baru Mobil Jl. Laksda Adisucipto KM 7,5 Yogyakarta. Analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis.

Penelitian ini menemukan bahwa orientasi pelanggan dan keahlian penyedia jasa berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan, kualitas hubungan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada layanan perusahaan, kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan pada layanan perusahaan berpengaruh positif terhadap getok tular positif bagi perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya memiliki karyawan yang berorientasi pada pelanggan, dan pentingnya membina hubungan yang baik antara pelanggan dan karyawan yang dapat berperan menciptakan loyalitas pelanggan dan getok tular yang positif tentang perusahaan.

Kata kunci : *Customer Orientation, Expertise, Relationship Quality, Satisfaction, Loyalty, Word of Mouth.*

ABSTRACT

This research seeks to examine a model describing the potential links between customer orientation, expertise, and relationship quality at the interpersonal level and the link between relationship quality and positive service outcomes at the firm level, such as loyalty and positive word of mouth. The study employed a survey methodology to collect the opinions of 200 Suzuki car owners regarding their relationships with their service advisor at Service Department of Suzuki Sumber Baru Mobil Jl. Laksda Adisucipto KM 7,5 Yogyakarta. The hypothesized relationships were tested using multiple linear regression analysis and simple linear regression analysis. The research found significant positive relationships between customer orientation and expertise toward respondents' perception of relationship quality. Relationship quality enhanced customer satisfaction with the service firm but was also directly linked to loyalty to the firm and positive word-of-mouth about the firm. The study demonstrates the importance of having customer-oriented employees and the importance that the relationship between customers and employees plays in fostering customer loyalty and positive word-of-mouth about the firm.

Keywords : Customer Orientation, Expertise, Relationship Quality, Satisfaction, Loyalty, Word of Mouth.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan dan anugerah, sehingga saya dapat menyelesaikan tesis dengan judul : "ORIENTASI PELANGGAN, KUALITAS HUBUNGAN, DAN MANFAAT RELASIONAL BAGI PERUSAHAAN". Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang selalu memberikan berkat, penyertaan, dan rahmatNya sehingga saya mampu menyelesaikan dan mengerjakan tesis ini dengan baik.
2. Bapak **Fandy Tjiptono, SE., M.Comm., Ph.D.** selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu luang, pikiran, saran dan nasehat untuk membimbing dan mengarahkan saya dengan sabar dalam pengerjaan tesis ini dari awal hingga akhir.
3. Bapak **C. Jarot Priyogutomo, MBA** dan Bapak **M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D** selaku dosen penguji saya, terima kasih atas saran dan masukkannya.
4. Seluruh Staf MM Pascasarjana UAJY.
5. Seluruh Dosen – dosen UAJY yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan ilmu pengetahuan bagi saya selama duduk di bangku kuliah.
6. **Papah, Mama In, dan Mama Sin** tercinta atas kerja keras, doa, dukungan dan semangat selama kuliah.
7. Kakak saya **Nia dan Ina** yang selalu memberi semangat.

8. **Nana** tercinta yang selalu setia menunggu dan memberikan semangat dalam menyusun tesis.
9. Teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
10. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
11. Semoga seluruh kebaikan – kebaikan dan bantuan dari Bapak/Ibu, Saudara/I yang telah diberikan kepada penulis dapat memperoleh berkat dan anugrah dari Tuhan Yang Maha Esa.

Yogyakarta, Oktober 2012

Hanny Suliantoro

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan Tesis	ii
Pernyataan	iii
Persembahan	iv
Intisari	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Bab I PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Batasan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
Bab II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Pendahuluan	7
2.1.1. Kualitas Hubungan	7
2.1.2. Orientasi Pelanggan	9
2.1.3. Keahlian Penyedia Jasa	9
2.1.4. Kepercayaan	10
2.1.5. Kepuasan Pada Perusahaan	11
2.1.5.1. Pemicu Kepuasan Pelanggan	12

2.1.6. Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.6.1. Karakteristik dan Tahapan-tahapan Loyalitas Pelanggan	17
2.1.7. Getok Tular	19
2.2. Pengembangan Hipotesis.....	20
Bab III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendahuluan.....	25
3.2 Konteks Riset.....	25
3.3 Metode Penelitian	27
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Metode Analisis Data	30
Bab IV ANALISA DATA	
4.1. Pendahuluan.....	32
4.2. Instrumen Analisis.....	32
4.2.1. Uji Validitas.....	32
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	33
4.3. Analisis Data.....	34
4.3.1 Profil Responden	34
4.4. Deskripsi Statistik Variabel	40
4.5. Pengaruh <i>Customer Orientation</i> dan <i>Expertise</i> Terhadap <i>Relationship Quality</i>	42
4.6. Pengaruh <i>Relationship Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction With Firm</i>	44
4.7. Pengaruh <i>Relationship Quality</i> dan <i>Satisfaction with Firm</i> terhadap <i>Loyalty</i>	46
4.8. Pengaruh <i>Relationship Quality</i> dan <i>Satisfaction with Firm</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .	47
4.9. Pembahasan	50
Bab V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran	55

5.3. Implikasi Manajerial.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	62



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Instrumen Penelitian	28
Tabel 3.2. Alat Analisis	31
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	34
Tabel 4.2. Usia Responden	35
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Responden	36
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden	36
Tabel 4.5. Pendapatan Responden	37
Tabel 4.6. Type Kendaraan Responden	38
Tabel 4.7. Tahun Pembuatan Mobil Responden	39
Tabel 4.8. Transmisi Kendaraan Responden	39
Tabel 4.9. Lama Pemakaian Jasa Responden	40
Tabel 4.10. Deskripsi Variabel	41
Tabel 4.11. Pengaruh <i>Customer Orientation</i> dan <i>Expertise</i> Terhadap <i>Relationship Quality</i> ...	43
Tabel 4.12. Pengaruh <i>Relationship Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction With Firm</i>	45
Tabel 4.13. Pengaruh <i>Relationship Quality</i> dan <i>Satisfaction With Firm</i> Terhadap <i>Loyalty</i> ...	46
Tabel 4.14. Pengaruh <i>Relationship Quality</i> dan <i>Satisfaction With Firm</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i>	48
Tabel 4.15. Rangkuman Hasil Penelitian	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.Kerangka Penelitian	21
Gambar 2.2.Kerangka Penelitian Hipotesis Pertama (H_1).....	21
Gambar 2.3.Kerangka Penelitian Hipotesis Kedua (H_2)	22
Gambar 2.4.Kerangka Penelitian Hipotesis Ketiga (H_3)	23
Gambar 2.5.Kerangka Penelitian Hipotesis Keempat (H_4)	24
Gambar 3.1.Hasil Survey J.D. Power Asial Pasific	26