

**PENGARUH *MARKETING RELATIONSHIP*, NILAI PELANGGAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ROKOK
PRODUKSI PT DJARUM**

(Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ekon Program Studi Manajemen



Oleh :

ILYAS SUMAWIJAYA

20200510057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *MARKETING RELATIONSHIP*, NILAI PELANGGAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ROKOK

PRODUKSI PT DJARUM

(Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

ILYAS SUMAWIJAYA
20200510057

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Prof. Dr. Dikdik Harijadi, S.E., M.Si
NIK. 41038031154



Fahmi Yusuf, S.Kom., M.M.S.I, Ph.D
NIK. 41038021124



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *MARKETING RELATIONSHIP*, NILAI PELANGGAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ROKOK
PRODUKSI PT DJARUM**

(Survey Pada Masyarakat Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh:

ILYAS SUMAWIJAYA

20200510057

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

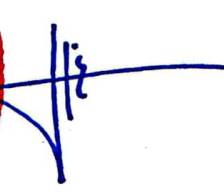
Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M
NIK.410101910251

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen


Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054


Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda-tangan dibawah ini saya:

Nama : Ilyas Sumawijaya
Intitusi : Program Studi Manajemen Universitas Kuningan
Alamat : Jl. Cut Nyak Dhien No.36A, Cijoho, Kec.
Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat 45513

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Esa, saya menyatakan dengan sebenarbenarnya, bahwa artikel saya berjudul: **PENGARUH *MARKETING RELATIONSHIP*, NILAI PELANGGAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGAN ROKOK PRODUKSI PT DJARUM**, adalah artikel otentik karya saya sendiri, yang belum pernah diajukan untuk dimuat dalam Jurnal maupun terbitan lainnya.

Selain opini saya pribadi, seluruh pendapat pihak lain dalam artikel ini ditulis dengan mencantumkan sumbernya secara lengkap dan bertanggung jawab serta ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila kelak dikemudian hari, terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, dan karya ini tidak otentik, maka saya bersedia menerima sanksi dari penerbit sesuai ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.

Kuningan, 6 Januari 2025

Yang Membuat Pernyataan, ,



Ilyas Sumawijaya

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Kebanyakan kegagalan berasal dari rasa takut gagal.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, keluarga, dan orang-orang yang saya cintai yang selalu membantu dan memberi dukungan untuk saya.

Terimakasih

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Hubungan Pemasaran, Nilai Pelanggan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan rokok yang diproduksi oleh PT Djarum. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan rokok produksi PT Djarum. Kuesioner dikumpulkan dari 100 responden, data kemudian diolah menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil analisis data dilakukan dengan bantuan *software* statistik (SPSS 20). Dari hasil penelitian, variabel *Marketing Relationship* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen rokok produksi PT Djarum. Variabel Nilai Pelanggan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan rokok produksi PT Djarum. Dan variabel Citra Merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen rokok produksi PT Djarum. Dari tabel Uji F terdapat pengaruh secara simultan *Relationship Marketing*, Nilai Pelanggan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan rokok produksi PT Djarum.

Kata Kunci: *Marketing Relationship*, Nilai Pelanggan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of Marketing Relationship, Customer Value, and Brand Image on Customer Satisfaction of cigarettes produced by PT Djarum. The research approach used in this research is quantitative research. The method used is a survey method by distributing questionnaires to customers of cigarettes produced by PT Djarum. Questionnaires were collected from 100 respondents, the data was then processed using the multiple linear regression method. The results of data analysis were carried out with the help of statistical software (SPSS 20). From the research results, the Marketing Relationship variable has a positive influence on customer satisfaction for cigarettes produced by PT Djarum. The Customer Value variable has a positive effect on Customer Satisfaction of cigarettes produced by PT Djarum. And the Brand Image variable has a positive effect on customer satisfaction for cigarettes produced by PT Djarum. From the F Test table, there is a simultaneous influence of Relationship Marketing, Customer Value, and Brand Image on Customer Satisfaction of cigarettes produced by PT Djarum.

Keywords: *Marketing Relationship, Customer Value, Brand Image, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya. Solawat berserta salam senantiasa terlimpah kepada Rasulullah SAW, keluarganya, sahabatnya serta pengikutnya. Alhamdulillah dengan ridho nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH *MARKETING RELATIONSHIP*, NILAI PELANGGAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ROKOK PRODUKSI PT DJARUM (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar kesarjanaan S1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya mengharap kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan tugas-tugas saya selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. saya menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi penelitian ini tidak akan selesai dengan lancar. Maka penulis ingin menyampaikan terimakasih setulus tulus – tulusnya kepada :

1. Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M. yang telah memberikan arahan serta memberikan petunjuk kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Ibu Neng Evi Kartika, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan semangat dan bimbingan kepada penulis semasa proses perkuliahan.

5. Ibu Enung Nurhayati, S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Bapak Dr. Dikdik Hardjadi, M.S.i. selaku Rektor Universitas Kuningan.
9. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendo'akan serta memberi dukungan yang tak terhitung nilainya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Keluarga besar tercinta yang sudah mendukung dan membantu penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.
11. Sahabat sahabat yang tidak lepas dalam memberikan saya motivasi untuk terus maju dan pantang menyerah.
12. Teman teman kelas Manj-E yang saling memberika semangat untuk menyelesaikan skripsi ini
13. Dan tak lupa untuk diri sendiri yang mampu sampai pada titik ini untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata dari penulis terimakasih kepada yang sudah membantu dan terlibat dalam penelitian skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, semoga dapat menjadi masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kuningan, 04 juni 2024

PENULIS

ILYAS SUMAWIJAYA

20200510057

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

| | |
|---|-----------|
| ABSTRAK..... | i |
| ABSTRACK..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 13.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 13.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 13.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 13.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS..... | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.3 Marketing Relationship..... | 12 |
| 2.1.4 Nilai Pelanggan..... | 16 |
| 2.1.5 Citra Merek..... | 20 |
| 2.1.6 Kepuasan Pelanggan..... | 24 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 32 |
| 2.3.1 Hubungan <i>Marketing Relationship</i> dengan kepuasan Pelanggan | 32 |
| 2.3.2 Hubungan Nilai Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan..... | 32 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.3.3 | Hubungan Citra Merek Dengan Kepuasan Pelanggan..... | 33 |
| 2.3.4 | Hubungan <i>Marketing Relationship</i> , Nilai Pelanggan, Dan Citra Merek Dengan Kepuasan Pelanggan..... | 33 |
| 2.4 | Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| 2.5 | Hipotesis..... | 36 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | | 38 |
| 3.1 | Metode Penelitian yang Digunakan..... | 38 |
| 3.2 | Operasional Variabel..... | 38 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel..... | 41 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 41 |
| 3.3.2 | Sampel..... | 41 |
| 3.4 | Jenis dan Sumber Data..... | 42 |
| 3.4.1 | Jenis Data..... | 42 |
| 3.4.2 | Sumber Data..... | 42 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.6 | Uji Instrumen..... | 43 |
| 3.6.1 | Uji Validitas..... | 43 |
| 3.6.2 | Uji Realibilitas..... | 46 |
| 3.6.3 | Uji Realibitas Variabel..... | 47 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data..... | 48 |
| 3.7.1 | Anilisis Deskriptif..... | 48 |
| 3.7.2 | Uji Asumsi Klasik..... | 50 |
| 3.7.3 | Uji Regresi Linier Berganda..... | 51 |
| 3.7.4 | Koefisien Determinasi ()..... | 51 |
| 3.7.5 | Uji Parsial (t)..... | 52 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 54 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 54 |
| 4.1.1 | Gambaran Objek Penelitian..... | 54 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden..... | 55 |
| 4.2 | Teknik Analisis Data..... | 58 |
| 4.2.1 | Analisis Data Deskriptif..... | 58 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 4.2.2 | Analisis Deskriptif Nilai Pelanggan..... | 61 |
| 4.2.3 | Analisis Deskriptif Citra Merek..... | 63 |
| 4.2.4 | Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan..... | 65 |
| 4.3 | Uji Asumsi Klasik..... | 68 |
| 4.3.1 | Uji Normalis..... | 68 |
| 4.3.2 | Uji Multikolinearitas..... | 68 |
| 4.3.3 | Uji Heteroskedastisitas..... | 69 |
| 4.4 | Analisis Statistik..... | 70 |
| 4.4.1 | Analisis Regresi Linier Ganda..... | 70 |
| 4.4.2 | Uji Koeisiensi Determinasi (R ²)..... | 72 |
| 4.5 | Uji Hipotesis..... | 73 |
| 4.5.1 | Uji Hipotesis Simultan (Uji F)..... | 73 |
| 4.5.2 | Uji Hipotesis Parsial (Uji t)..... | 75 |
| 4.5.3 | Hipotesis Marketing relationship (X1)..... | 75 |
| 4.5.4 | Hipotesis Nilai Pelangan (X2)..... | 76 |
| 4.5.5 | Hipotesis Citra Merek (X3)..... | 76 |
| 4.6 | Pembahasan..... | 76 |
| 4.6.1 | Pengaruh Marketing relationship Terhadap Kepuasan Pelanggan rokok produk PT Djarum..... | 76 |
| 4.6.2 | Pengaruh Nilai pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Rokok Produk PT Djarum..... | 77 |
| 4.6.3 | Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Rokok Produk PT Djarum..... | 79 |
| 4.6.4 | Pengaruh Marketing Relationship, Nilai Pelanggan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Rokok Produk PT Djarum..... | 80 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 82 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 82 |
| 5.2 | Saran..... | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 84 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | | 88 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Tabel penjualan rokok PT Djarum di Kabupaten Kuningan..... | 7 |
| Tabel 2. 1 Tabel penelitian terdahulu..... | 28 |
| Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel..... | 39 |
| Tabel 3. 2 Hasil Uji Validasi Marketing Relationship..... | 44 |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Nilai Pelanggan..... | 45 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Citra Merek(X3)..... | 45 |
| Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan(Y)..... | 46 |
| Tabel 3. 6 Hasil Uji Reabilitas Variabel..... | 47 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin..... | 55 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 56 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan..... | 56 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 57 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan..... | 57 |
| Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Statistik Marketing relationship (X1)..... | 58 |
| Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Statistik Nilai Pelanggan..... | 61 |
| Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Statistik Citra Merek..... | 63 |
| Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Statistik Kepuasan Pelanggan..... | 65 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas..... | 68 |
| Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas..... | 69 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 70 |
| Tabel 4. 13 Hasil Regresi Ganda..... | 71 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi..... | 73 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji F..... | 74 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji t..... | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 pra surpey mengenai rokok produksiPT djarum..... | 3 |
| Gambar 1. 2 pra surpey mengenai rokok produksiPT djarum..... | 3 |
| Gambar 1. 3 pra surpey mengenai rokok produksiPT djarum..... | 4 |
| Gambar 1. 4 pra surpey mengenai rokok produksiPT djarum..... | 5 |
| Gambar 2. 1 Hipotesis..... | 36 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------|--|
| Lampiran I | Surat Lampiran Kripsi |
| | Berita Acara Bimbingan Skripsi |
| Lampiran II | Surat Pengantar Kuisoner |
| | Kuisoner |
| Lampiran III | Data Hasil Perhitungan Kuisoner |
| Lampiran IV | Output Hasil Perhitungan SPSS versi 20.0 |
| Lampiran V | Table t |
| | Table r |
| | Table F |
| Lampiran VI | Daftar Riwayat Hidup |