

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan karunia-nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Corporate Image* dan *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Pada Peserta Kursus Bahasa Inggris LBPP LIA Cabang Ujung Berung Bandung) ”**.

Selama menyusun Skripsi ini, Peneliti telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. maka dalam kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati Peneliti ingin menyampaikan ucapan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya kepada Peneliti sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan keadaan sehat wal’afiat.
2. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moril, materil dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kebaikan dan kesuksesan Peneliti yang tiada terhingga.
3. Bapak Prof. Dr. Mahmud M.Si Selaku Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung
4. Bapak Dr. Sahya Anggara, S.E.,M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung
5. Bapak Dr. Muhammad Zaky, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung

6. Bapak Dr. H. Agus Alamsyah Perwiranegara, ST,MT selaku dosen Pembimbing 1 dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu Yulia Fitriany Rahmah,SP.,ME selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah bersedia menyempatkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu Peneliti dalam menyelesaikan studi dan Skripsi ini.
8. Bapak Kadar Nurzaman, S.E., MM selaku dosen pengampu mata kuliah Seminar Pemasaran
9. Para responden yang dalam penelitian ini merupakan Siswa pada LBPP LIA Ujung Berung.
10. Seluruh teman-teman manajemen H 2014, terimakasih atas kekeluargaan serta kerjasamanya selama ini.
11. Seluruh teman-teman program studi manajemen angkatan 2014 yang tidak bisa namanya disebutkan satu persatu, terimakasih atas pertemanannya selama ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran yang sifatnya membangun selalu Peneliti tunggu untuk menyempurnakan penulisan Skripsi ini, serta dapat bermanfaat bagi Peneliti, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Bandung, Juni 2018

Peneliti

Uwes Hermawan

NIM. 1148020314

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Kerangka Pemikiran	14
G. Hipotesis	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Manajemen	22
1. Pengertian Manajemen.....	22
2. Unsur- Unsur Manajemen.....	23
3. Fungsi- Fungsi Manajemen.....	23
4. Dalil Tentang Manajemen.....	24
B. Manajemen Pemasaran	25
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	25
2. Bauran Pemasaran.....	29

C. <i>Customer Loyalty</i>	30
1. Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	30
2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	31
3. Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	32
4. Manfaat <i>Customer Loyalty</i>	35
5. Penggolongan <i>Customer Loyalty</i>	36
D. <i>Corporate Image</i>	39
1. Konsep <i>Corporate Image</i>	39
2. Pengertian <i>Corporate Image</i>	39
3. Indikator Pembentukan <i>Corporate Image</i>	41
4. Manfaat <i>Corporate Image</i>	42
5. Jenis- Jenis Citra.....	42
E. <i>Relationship Marketing</i>	45
1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	45
2. Prinsip-Prinsip <i>Relationship Marketing</i>	46
3. Dimensi <i>Relationship Marketing</i>	47
4. Strategi <i>Relationship Marketing</i>	49
5. Manfaat <i>Relationship Marketing</i>	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
A. Metode Penelitian	52
B. Populasi dan Sampel	54

1. Populasi.....	54
2. Sampel.....	55
C. Jenis Data.....	57
1. Data Primer.....	57
2. Data Sekunder.....	58
D. Variabel Penelitian	58
1. Variabel Bebas.....	58
2. Variabel Terikat.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data	60
1. Studi Kepustakaan.....	61
2. Studi Lapangan.....	61
F. Teknik Pengolahan Data	62
1. Uji Validitas.....	62
2. Uji Reliabilitas.....	63
3. Analisis Korelasi.....	65
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
G. Teknik Analisis Data	70
1. Uji Parsial.....	70
2. Uji Simultan.....	73
3. Koefisien Determinasi.....	75
H. Tempat dan Jadwal Penelitian	78
1. Tempat Penelitian.....	78
2. Jadwal Penelitian.....	78

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	80
A. Gambaran Umum Perusahaan	80
1. Profil Perusahaan.....	80
2. Sejarah Perusahaan.....	80
3. Logo Perusahaan.....	82
4. Visi dan Misi Perusahaan.....	82
5. Struktur Organisasi.....	83
6. Pembagian Tugas.....	83
7. Produk atau Jasa yang ditawarkan.....	85
B. Pengolahan Data	86
1. Profil Responden.....	86
2. Tanggapan Responden	89
C. Analisis Data	114
1. Uji Validitas	114
2. Uji Reliabilitas.....	116
3. Uji Korelasi.....	118
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	120
5. Uji Hipotesis.....	123
6. Analisis Koefisien Determinasi.....	128
D. Pembahasan.....	130
1. Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	130
2. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	131

3. Pengaruh <i>Corporate Image</i> dan <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	132
4. Analisis Eksternal.....	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
DAFTAR PUSTAKA	139



DAFTAR TABEL

1.1 Rekap Jumlah Jenis Kursus di Indonesia dan Jawa Barat 2017.....	3
1.2 <i>Top Brand Award</i> Les Bahasa Inggris di Indonesia 2017	4
1.3 Produk LBPP LIA Cabang Ujung Berung	6
1.4 Daftar Siswa LBPP LIA Ujung Berung 2013-2017	7
1.5 Hasil Mini Survei	9
1.6 Penelitian Terdahulu	19
3.1 Daftar Siswa LBPP LIA Periode Januari 2018.....	54
3.2 Skor Pernyataan.....	57
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	59
3.4 Kaidah Reliabilitas Tritton	64
3.5 Kriteria Interpretasi koefisien korelasi	66
3.6 Pedoman untuk memberikan interpretasi Koefisien Determinasi.....	76
3.7 Jadwal Penelitian.....	79
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	86
4.2 Usia Responden	87
4.3 Jenis Pekerjaan Responden	87
4.4 Jenis Kursus yang diikuti Responden	88
4.5 Pernyataan 1	90
4.6 Pernyataan 2.....	91
4.7 Pernyataan 3	92
4.8 Pernyataan 4.....	93
4.9 Pernyataan 5.....	93

4.10 Pernyataan 6	94
4.11 Pernyataan 7	95
4.12 Pernyataan 8.....	96
4.13 Pernyataan 9	96
4.14 Total Pernyataan Citra Perusahaan.....	97
4.15 Kriteria interpretasi skor	98
4.16 Pernyataan 10	100
4.17 Pernyataan 11	101
4.18 Pernyataan 12	101
4.19 Pernyataan 13.....	102
4.20 Pernyataan 14.....	103
4.21 Pernyataan 15.....	104
4.22 Pernyataan 16	105
4.23 Total Pernyataan Pemasaran Hubungan.....	106
4.24 Pernyataan 17.....	108
4.25 Pernyataan 18.....	109
4.26 Pernyataan 19.....	110
4.27 Pernyataan 20	111
4.28 Total Pernyataan Loyalitas pelanggan.....	112
4.29 Hasil Uji Validitas (X1) <i>Corporate Image</i>	114
4.30 Hasil Uji Validitas (X2) <i>Relationship Marketing</i>	115
4.31 Hasil Uji Validitas (Y) <i>Customer Loyalty</i>	115
4.32 Kaidah reliabilitas Triton	116
4.33 Hasil pengujian reliabilitas Citra perusahaan.....	116
4.34 Hasil pengujian reliabilitas Pemasaran Hubungan.....	117

4.35 Hasil pengujian reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	118
4.36 Interpretasi koefisien korelasi.....	119
4.37 Hasil Uji Korelasi.....	120
4.38 Hasil Olah Data Output Regresi Linier Beganda.....	122
4.39 Hasil Uji Parsial (Uji t)	124
4.40 Hasil analisis regresi secara bersama-sama (UJI F)	126
4.41 Koefisien determinasi (R^2)	128
4.42 Pedoman Interpretasi Koefesien Determinasi.....	129



DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Pemikiran.....	18
3.1 Pedoman <i>Rule of the test</i> (Uji t)	72
3.2 Uji F.....	75
4.1 Logo LBPP LIA.....	82
4.2 Struktur Organisasi LBPP LIA.....	83
4.3 Hasil uji t citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen.....	124
4.4 Kurva Uji t untuk pemasaran hubungan.....	125
4.5 Daerah penerimaan dan penolakan H_0 (Uji F)	127

