

**TUGAS AKHIR**

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT.BANK RAKYAT INDONESIA KOTA MALANG**



Oleh :

**GRACIANA CLEMENTINA KESA**

**19061000048**

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN DAN KEUANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

**2023**

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT.BANK RAKYAT INDONESIA KOTA MALANG**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan kepada**

**Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Merdeka Malang**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)**

Oleh :

**GRACIANA CLEMENTINA KESA**

19061000048

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN DAN KEUANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

**20223**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT.BANK RAKYAT INDONESIA KOTA MALANG**

**TUGAS AKHIR**


Oleh

**GRACIANA CLEMENTINA KESA**

NIM : 19061000048

Telah disetujui pada tanggal 19 juli 2023

**Dosen Pembimbing**



**Dr.Eko Yuni P., SE., ME**

Mengetahui:

**Ketua Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan**



**Lita Dwipasari, SE., MM**




**LEMBAR PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.BANK  
RAKYAT INDONESIA KOTA MALANG**

**TUGAS AKHIR**

Oleh  
**GRACIANA CLEMENTINA KESA**  
NIM : 19061000048

Telah Diujikan di Depan Majelis Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)  
Pada 07 Juli 2023

Susunan Majelis Penguji	Tanda tangan
Penguji I Dr.Emi Susana,SH.,MM	(  )
Penguji II Lita Dwipasari, SE., MM	(  )
Penguji III Dra. Eny Yuniriyanti, MM	(  )

Disahkan Oleh:  
**Ketua Program D3 Perbankan dan Keuangan**

  
**Lita Dwipasari, SE., MM**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Graciana Clementina Kesa

Nim : 1906100048

Menyatakan bahwa **Tugas Akhir** yang saya buat untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Merdeka Malang, dengan judul: **PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.BANK RAKYAT INDONESIA KOTA MALANG**

Adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, maka bukan merupakan tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Program D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Merdeka Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Malang, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Graciana Clementina Kesa

Nim : 1906100048

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena Rahmat dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini, penulis mempersembahkan kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua peneliti, Jasintus Felix Kesa dan M.elfrida Olo mau serta mama Maria Fatima Moru dan mama Bernolda Bau tercinta. Terima kasih untuk kasih sayang dan dukungan yang telah diberikan serta panjatan doa yang tiada hentinya menyertai perjalanan peneliti.

2. Kepada adik peneliti Aldo, Gerland, lasty, rey, geran, geovan yang turut serta memberikan semangat dan do'a,

3. Modestus Ronaldo Bouk as special person di hidup peneliti, pemberi motivasi yang luar biasa dan senantiasa mengingatkan peneliti agar segera menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Teman-teman penulis Yeri, Kanis, Melki, lexy, Martin, enjel, fefa, rilla, yugi, armin yang sudah memberikan masukan, semangat, dan arahan hingga akhirnya dapat terselesaikan tugas akhir ini

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang lebih baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini baik dalam segi penulisan maupun materi.

Sege nap civitas akademika Kampus Universitas Merdeka Malang, Staff pengajar, karyawan dan seluruh mahasiswa semoga tetap semangat dalam beraktivitas mengisi hari-harinya di Kampus Universitas Merdeka Malang

## **MOTTO**

**Pintar jangan menggurui,cepat jangan melampaui,tajam jangan melukai**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan Hidayah-Nyapenulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul: **Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Rakyat Indonesia. Kota Malang.** Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada orang-orang yang telah berperan sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini, antara lain :

1. Ibu dan Bapak serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan Dukungan moril dan spiritual
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Merdeka Malang.
5. Bapak dan Ibu Karyawan Perbankan dan Keuangan Universitas Merdeka Malang.
6. Teman-teman mahasiswa Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Merdeka Malang.
8. Seluruh pihak yang berperan secara langsung dan tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari keterbatasan penelitian ini karena keterbatasan peneliti. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga karya yang sederhana dapat memberi manfaat bagi semua pihak.

Penulis

Graciana Clementina Kesa



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BIODATA PENELITI.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>4</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori .....	5
2.2.1. Pemasaran .....	5
2.2.2 Pemasaran Dalam Dunia Perbankan.....	6
2.3 Relationship Marketing .....	7
.2.3.1 Tujuan Relationship Marketing .....	7
2.3.2 Manfaat Relationship Marketing .....	8
2.3.3 Dimensi Relationship Marketing .....	9
2.4 Kepuasan Nasabah.....	10
2.4.1 Dimensi Kepuasan Nasabah .....	11
2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	12
2.5 Kerangka Pikir.....	13

2.6 Hipotesis penelitian .....	13
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
3.1 Desain Penelitian .....	14
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	14
3.3 Populasi Dan Sampel.....	14
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	14
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	15
3.5. 1. Jenis Data.....	15
3.5. 2. Sumber Data .....	15
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	15
3.7 Defenisi Operasional Variabel .....	16
3.7.1. Variabel Bebas .....	16
3.7.2 Variabel Terikat .....	16
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	18
3.8.1 Uji Validitas .....	18
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	19
3.9 Teknik Analisis Data .....	19
3.9.1 Analisis Regresi Sederhana .....	19
3.9.2 Uji Hipotesis .....	20
3.9.3 Koefisien Determinasi .....	20
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>21</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	21
4.1.1 Gambaran Umum.....	21
A. Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. ....	21
B. Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.....	22
C. Profil PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Malang .	23
D. Produk atau Jasa dan Bidang Pekerjaan yang ada di BRI Cabang Malang	
.....	26
4.1.2 Uji analisis Data.....	33
A. Deskripsi Variabel Penelitian .....	33
B. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
C. Uji Analisis Regresi Sederhana.....	41
D. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	43
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>44</b>
5.1 Kesimpulan.....	44
5.2 Saran.....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 3.1 Defenisi operasional variabel.....	17
Tabel 4.1 Deskripsi variabel <i>relationship marketing</i> .....	34
Tabel 4.2 Deskripsi variabel kepuasan nasabah .....	39
Tabel 4.3 Hasil uji validitas <i>relationship marketing</i> .....	41
Tabel 4.4 Hasil uji validitas kepuasan .....	42
Tabel 4.5 Uji reliabilitas .....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji regresi linear sederhana .....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	44
Tabel 4.8 Koefisien determinasi .....	45

## **DAFTAR GAMBAR**

2.5 Kerangka pikir.....	13
-------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Jawaban Responden

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Deskripsi Variabel

Lampiran 5 Hasil Analiis Data

Lampiran 6 Berita Acara Bimbingan

Lampiran 7 Perbaikan Revisi Tugas Akhir

Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi

## **BIODATA PENELITI**

Nama : **GRACIANA CLEMENTINA KESA**

NIM : 19061000048

Tempat/Tanggal Lahir : Halilulik, 23 November 2023

Alamat Asal : Atambua, Fatubena A

Alamat di Malang : Jl. Pisang Agung 2

Nama Orang Tua : Jasintus Felix Kesa

Alamat Orang Tua : Atambua

### **Pendidikan formal :**

2004– 2010 : SDI Kotaren

2010 – 2013 : SMPK Hati Tersuci Maria Halilulik

2013– 2016 : SMA NEGERI 1 Atambua

2019 – 2023 : Program D3 Perbankan dan Keuangan  
Universitas Merdeka Malang

Malang 28 juli, 2023

Graciana Clementina kesa

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini nasabah tabungan, jumlah sampel 70 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisa data menggunakan analisa regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : *relationship marketing*, kepuasan nasabah



## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of relationship marketing on customer satisfaction. The methods used in this study are quantitative research, the population in this study is savings customers, the sample number of 70 respondents, sampling techniques using purposive sampling, data collection techniques using questionnaires and data analysis techniques using simple linear regression analysis. The results showed that relationship marketing had a significant effect on customer satisfaction.

***Keywords: relationship marketing, customer satisfaction***