

**PENGARUH CORPORATE IMAGE, RELATIONSHIP MARKETING, TRUST PADA
NIAT BELI PT. MENARA SENTOSA SURAKARTA**



SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNS Surakarta

Disusun Oleh:

Suma Pradana
F1213061

**JURUSAN S1 MANAJEMEN TRANSFER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016**

ABSTRAK**PENGARUH CORPORATE IMAGE, RELATIONSHIP MARKETING,
TRUST PADA NIAT BELI PT. MENARA SENTOSA SURAKARTA**

Oleh :
SUMA PRADANA
NIM. F1213061

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *corporate image* dengan *trust*, hubungan *relationship marketing* dengan *trust*, hubungan *trust* dengan *purchase intention*. Penelitian ini dilakukan pada konsumen PT. Menara Sentosa di Surakarta.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Menara Sentosa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 190 orang konsumen. Pengukuran tanggapan responden menggunakan 5 poin skala likert.

Sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis kausalitas untuk mengetahui hubungan *corporate image* dengan *trust*, hubungan *relationship marketing* dengan *trust*, hubungan *trust* dengan *purchase intention*. Hasil analisis data diketahui bahwa *corporate image* berhubungan positif dengan *trust*, *relationship marketing* berhubungan positif dengan *trust*, *trust* berhubungan positif dengan *purchase intention*.

Studi ini memiliki keterbatasan yaitu memiliki obyek amatan yang hanya terfokus pada konsumen PT. Menara Sentosa Surakarta sehingga berdampak pada terbatasnya generalisasi studi. Oleh karena itu, dalam penelitian selanjutnya diharapkan melengkapi keterbatasan pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Corporate image, Relationship Marketing, Trust, Purchase Intention*

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF CORPORATE IMAGE, RELATIONSHIP MARKETING, TRUST
ON PURCHASE INTENTION PT. Menara Sentosa Surakarta**

Oleh :
SUMA PRADANA
NIM. F1213061

The aim of this study was to examine the relationship of corporate image with trust, relationship marketing with trust, relationship of trust with purchase intention. This study was done at PT. Menara Sentosa's consumer in Surakarta.

This study used survey method. The population in this study are PT. Menara Sentosa's consumer. The sampling technique was used purposive sampling with amount of sample 190 consumer. The measurement of respondents to the questionnaire used 5 point Likert-type scale.

As for testing the hypothesis using causality analysis to determine the relationship of corporate image with trust, relationship of relationship marketing with trust, relationship of trust with purchase intention. Analysis of the data found that corporate image positively related to trust, relationship marketing positively related to trust, trust positively related to purchase intention

This study has limitation including the observed object is focused only on the PT. Menara Sentosa's Consumer so it can influence the limitation of generalized study. Therefore, the next research is expected to complete the limitation of this research.

Keywords : Corporate image, Relationship Marketing, Trust, Purchase Intention

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

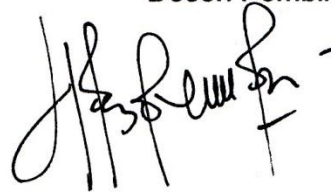
Skripsi Dengan Judul:

**PENGARUH CORPORATE IMAGE, RELATIONSHIP MARKETING, TRUST
PADA NIAT BELI PT. MENARA SENTOSA SURAKARTA**

DISUSUN OLEH:

**Suma Pradana
F1213061**

Surakarta, 17 Mei 2016
Disetujui dan diterima oleh
Dosen Pembimbing



**Amina Sukma Dewi, S.E., M.Sc
NIP. 1977120 7200812 2 002**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH CORPORATE IMAGE, RELATIONSHIP MARKETING, TRUST PADA NIAT BELI PT. MENARA SENTOSA SURAKARTA


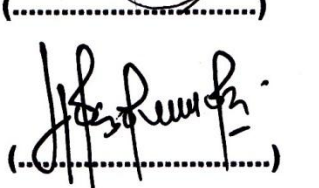
Atas nama mahasiswa: Suma Pradana (F1213061)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Surakarta, 27 Juni 2016

Tim Penguji Skripsi

1. **Retno Tanding S. SE. , M.E., Ph.D** Ketua
NIP. 197105282000032001
2. **Amina Sukma Dewi S.E., M.Sc** Pembimbing
NIP. 197712072008122002
3. **Drs. Muhammad Amien Gunadi, M.P** Anggota
NIP. 195610231986011001


(.....)

(.....)

Disahkan Oleh
Ketua Jurusan Manajemen


Reza Rahardian, S.E., M.Si
NIP. 197406092000121001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret

Nama : Suma Pradana
NIM : F1213061
Program Studi : S1 Manajemen Transfer
Judul Skripsi : PENGARUH CORPORATE IMAGE, RELATIONSHIP
MARKETING, TRUST PADA NIAT BELI PT. MENARA
SENTOSA SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya buat ini adalah benar-
benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan atau
salinan dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya
bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan
gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 17 Mei 2016

Suma Pradana

F1213061

MOTTO

“Urip iku Sejatine Gawé Urup”

- Mamiék Prakosa –

“Keep Your Eyes On The Stars And Your Feet On The Ground”

- Abraham Lincoln –

“Urip Kui Koyo Dolanan “Lompatan”, Nek diontang antingke, Sok Ning Ngisor, Sok Ning Ndhuwur, Sok Nganggo Kesrimpet, Ning kudu tetep Guyu, Ora pareng nangis, ndak bubar”.

- Mamiék Prakosa –

Stay Hungry, Stay Foolish

- Steve Jobs –

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu proses pengerjaan dan penyelesaian Skripsi ini:

1. Allah SWT, terima kasih atas lindungan dan petunjuk-Nya. Atas Ridho dan bantuan-Nya lah saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Ayah Saya Swargi Alm. Bpk. Mamiek Prakosa atas support yang tak pernah padam, pelajaran dan perjalanan hidup yang sangat bermakna dan kasih sayang yang tak ternilai harganya.
3. Ibu Saya , Ibu Soerani yang tidak pernah lelah, kasih sayang, dukungan material dan moral, semangat, dan nasehat untuk terus maju dan memberikan yang terbaik dalam segala aspek kehidupan.
4. Ibu Amina Sukma Dewi, SE, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi Penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, bantuan dan arahan yang telah diberikan , mulai dari proses penyusunan skripsi hingga proses ujian pendadaran.
5. Adik tercinta Saya, Hatma Maulana, Ima Sraswati, Rahma Cahyani dan Elma Devayani.
6. Calon pendamping hidup saya Niken Dwi Kristina Wardani yang tanpa kenal lelah selalu memberikan segala support dan semangat pada masa-masa tersulit saya.
7. Seluruh staff dan karyawan saya di CV. Startup Internasional yang kerap memberikan motivasi yang sangat berarti

KATA PENGANTAR


Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT bahwa Skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Skripsi ini berjudul "Pengaruh Corporate Image, Relationship Marketing, Trust pada Niat pada PT. Menara Sentosa Surakarta." Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai prasyarat dalam mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret.

pada kesempatan kali ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hunik Sri Runing, S, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
2. Reza Rahardian, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Amina Sukma Dewi, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan Skripsi.
4. Bapak dan Ibu atas doa yang tidak pernah lelah, kasih sayang, dukungan material dan moral, semangat, dan nasehat.
5. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

penulis memiliki harapan yang besar agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 17 Mei 2016


Suma Pradana

F1213061

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT PENELITIAN	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. LANDASAN TEORI	8
1. Corporate Image.....	8
2. Relationship Marketing	9
3. <i>Trust</i>	10
4. Purchase Intention.....	11

	B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
	C. KERANGKA PENELITIAN	14
BAB III.	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. DESAIN PENELITIAN	15
	B. POPULASI, SAMPEL, TEKNIK SAMPLING	15
	C. JENIS DAN SUMBER DATA	17
	D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	17
	E. METODE PENGUMPULAN DATA	20
	F. INSTRUMEN PENELITIAN	20
	G. METODE ANALISIS DATA	21
BAB IV.	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
	A. OBYEK PENELITIAN	29
	B. ANALISIS DESKRIPTIF	29
	C. UJI INSTRUMENT PENELITIAN	32
	D. UJI ASUMSI MODEL	38
	E. PENILAIAN MODEL FIT	43
	F. UJI HIPOTESIS MODEL STRUCTURAL	45
	G. PEMBAHASAN	47
BAB V.	KESIMPULAN SARAN	
	A. KESIMPULAN	49
	B. SARAN	50
	C. KETERBASAN PENELITIAN	51
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
III.1 Rangkuman Model Fit.....	28
IV.1 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin.....	30
IV.2 Distribusi frekuensi responden berdasarkan usia	30
IV.3 Distribusi frekuensi responden berdasarkan penghasilan	31
IV.4 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis pekerjaan	32
IV.5 Hasil pengujian konstruk tahap 1	33
IV.6 Rotated Component Matrix Tahap 1	34
IV.7 Hasil pengujian konstruk tahap 2.....	35
IV.8 ated Component Matrix Tahap 2	36
IV.9 Hasil Uji Reliabilitas	38
IV.10 Hasil Uji Normalitas Data.....	40
IV. 11 Hasil Uji Outliers	42
IV. 12 Evaluasi Goodness of fit model	44
IV. 13 Evaluasi Goodness of fit model sesudah di modifikasi.....	45
IV. 14 Hasil pengujian hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
I.1 Growth Index Demand Hunian Property di Indonesia.....	2
I.2 Grafik Penjualan Property di Surakarta.....	4
II.1 Kerangka Penelitian.....	14
IV.1 Model hasil penelitian.....	46

