

**SKRIPSI**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN  
*SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN UMKM SASIRANGAN  
DI KAMPUNG SASIRANGAN JALAN SEBERANG MESJID  
KOTA BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

**AGNES ANGELICA OCKTAVIANI SINAGA**  
**NIM: 2010412220016**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**BANJARMASIN**  
**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN  
*SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
UMKM SASIRANGAN DI KAMPUNG SASIRANGAN  
JALAN SEBERANG MESJID KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga  
NIM : 2010412220016
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing  
Dr. Maryono, S.Sos, M.Si  
NIP. 197606132006041001
- b. Penguji I  
Drs. Sugiharto, MS  
NIP. 195906151987031004
- c. Penguji II  
Dra. Hj. Siti Rusidah, MM  
NIP. 196206171989032001

Banjarmasin, 10 Juli 2024

Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si  
NIP. 197606132006041001

Mengetahui,  
DEKAN FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 2842/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara/i :

1. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Drs. Sugiharto, MS
3. Dra. Hj. Siti Rusidah, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung  
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga  
NIM : 2010412220016  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Relationship Marketing dan Social Media  
Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM Sasirangan  
di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota  
Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 12 Juni 2024  
J a m : 10.00 Wita s.d Selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang 2 (Gedung Lama FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 10 Juni 2024  
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. LU/ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSi.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Rabu tanggal 12 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2842/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 10 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga  
NIM : 2010412220016  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Relationship Marketing dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Sidang 2 (Gedung Lama FISIP ULM)  
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai  
Nilai : 81,6(A)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 12 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,  
  
Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga

1. Ketua : Dr. Maryono S.Sos, M.Si
2. Sekretaris : Drs. Sugiharto MS
3. Anggota : Dra. Hj. Siti Rusidah, MM

Mengetahui/membenarkan :  
Kepromotor Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 19751105 200112 2 001

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Social Media Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM Sasirangan Di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Masjid Banjarmasin” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Program Sru di Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Drs. Sugiharto, MS selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
8. Ibu Dra. Hj. Siti Rusidah, MM selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
9. Seluruh Dosen Pengajar program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu dalam proses administrasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Banjarmasin, 10 Juli 2024

Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga

*Karya ini saya persembahkan untuk:  
Tuhan Yesus Kristus  
Kedua orang tuaku Bapa (R. Sinaga) dan Mama (P. Pardede)  
Keluarga Tercinta  
Teman – Teman Tercinta*

Amsal 12 : 12  
“Bersukacitalah dalam pengharapan,  
sabarlah dalam kesesakan, dan bertekunlah dalam doa!”

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 10 Juli 2024



**Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga**  
NIM: 2010412220016

## ABSTRAK

Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga, 2010412220016, 2024. *Pengaruh Relationship Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota Banjarmasin*, di bawah bimbingan: Maryono.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan *relationship marketing* dan *social media marketing* terhadap loyalitas pelanggan UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota Banjarmasin. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 105 responden dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, *social media marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan *relationship marketing* dan *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota Banjarmasin.

Kata kunci: *Relationship Marketing, Social Media Marketing, Loyalitas Pelanggan*

## **ABSTRACT**

*Agnes Angelica Ocktaviani Sinaga, 2010412220016, 2024. The Effect of Relationship Marketing and Social Media Marketing on Customer Loyalty of Sasirangan MSMEs in Sasirangan Village, Jalan Seberang Mesjid, Banjarmasin City, under the guidance of: Maryono.*

*This study aims to examine the partial and simultaneous effects of relationship marketing and social media marketing on customer loyalty of Sasirangan MSMEs in Sasirangan Village, Jalan Seberang Mesjid, Banjarmasin City. The research approach used is a quantitative approach. The sample taken was 105 respondents with accidental sampling technique. Data collection using questionnaires and analysis using multiple linear regression.*

*The results showed that relationship marketing has a partially significant effect on customer loyalty, social media marketing has a partially significant effect on customer loyalty. Simultaneously, relationship marketing and social media marketing have a significant effect on customer loyalty of Sasirangan MSMEs in Sasirangan Village, Jalan Seberang Mesjid, Banjarmasin City.*

*Keywords: Relationship Marketing, Social Media Marketing, Customer Loyalty*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT TUGAS .....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
2.1 Landasan Teoritis .....	17
2.1.1 Pemasaran .....	17
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	19
2.1.3 <i>Relationship Marketing</i> .....	26
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i> .....	31
2.1.5 Loyalitas Pelanggan .....	35
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	43
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	47
BAB III METODE PENELITIAN .....	52
3.1 Pendekatan Penelitian .....	52
3.2 Desain Penelitian .....	52
3.3 Lokasi Penelitian .....	53
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling .....	53
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	54

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.7 Teknik Analisa Data.....	59
3.7.1 Skala Pengukuran .....	59
3.7.2 Deskriptif Statistik .....	59
3.7.3 Uji Validitas .....	60
3.7.4 Uji Reliabilitas .....	60
3.7.5 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.7.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.7.7 Alat Uji Hipotesis.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	67
4.1 Profil Responden .....	67
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	69
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1).....	69
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X2).....	72
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
4.3.1 Uji Validitas .....	77
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	80
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	80
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	80
4.4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	82
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	83
4.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	84
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	85
4.6.1 Uji t (Parsial).....	85
4.6.2 Uji F (Simultan).....	87
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi .....	88
BAB V PEMBAHASAN HASIL .....	90
5.1 Pembahasan .....	90
5.1.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota Banjarmasin.....	90

5.1.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota Banjarmasin.....	91
5.1.3 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> (X1) dan <i>Social Media Marketing</i> (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid Kota Banjarmasin.....	93
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	94
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	98
BAB VI PENUTUP .....	99
6.1 Kesimpulan.....	99
6.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM 2018-2023 .....	2
Tabel 1.2 Data UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Jalan Seberang Mesjid 2024 .....	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	43
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	57
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	59
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden .....	60
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	67
Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden .....	68
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden .....	68
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Butir X1 Variabel Relationship Marketing .....	69
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Butir X2 Variabel Social Media Marketing .....	72
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Butir Y Variabel Loyalitas Pelanggan.....	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	80
Tabel 4. 9 Uji Kolmogorov Sminov .....	82
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas .....	83
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linear Berganda .....	84
Tabel 4. 12 Hasil Statistik Secara Parsial (Uji-t).....	86
Tabel 4. 13 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F) .....	87
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi $R^2$ .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 MSME Empowerment Report 2022 (halaman 20) .....	3
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen Kerby .....	23
Gambar 2. 2 Model Perilaku Konsumen (Kotler & Keller, 2016).....	25
Gambar 2. 3 Piramida Loyalitas.....	39
Gambar 2. 4 Model Penelitian .....	51
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas menggunakan histogram .....	80
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	81
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	82
Gambar 5. 1 Model Hasil Penelitian .....	94

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul
Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Skor Jawaban Responden
Lampiran 3	Output SPSS
Lampiran 4	Sertifikat Plagiasi