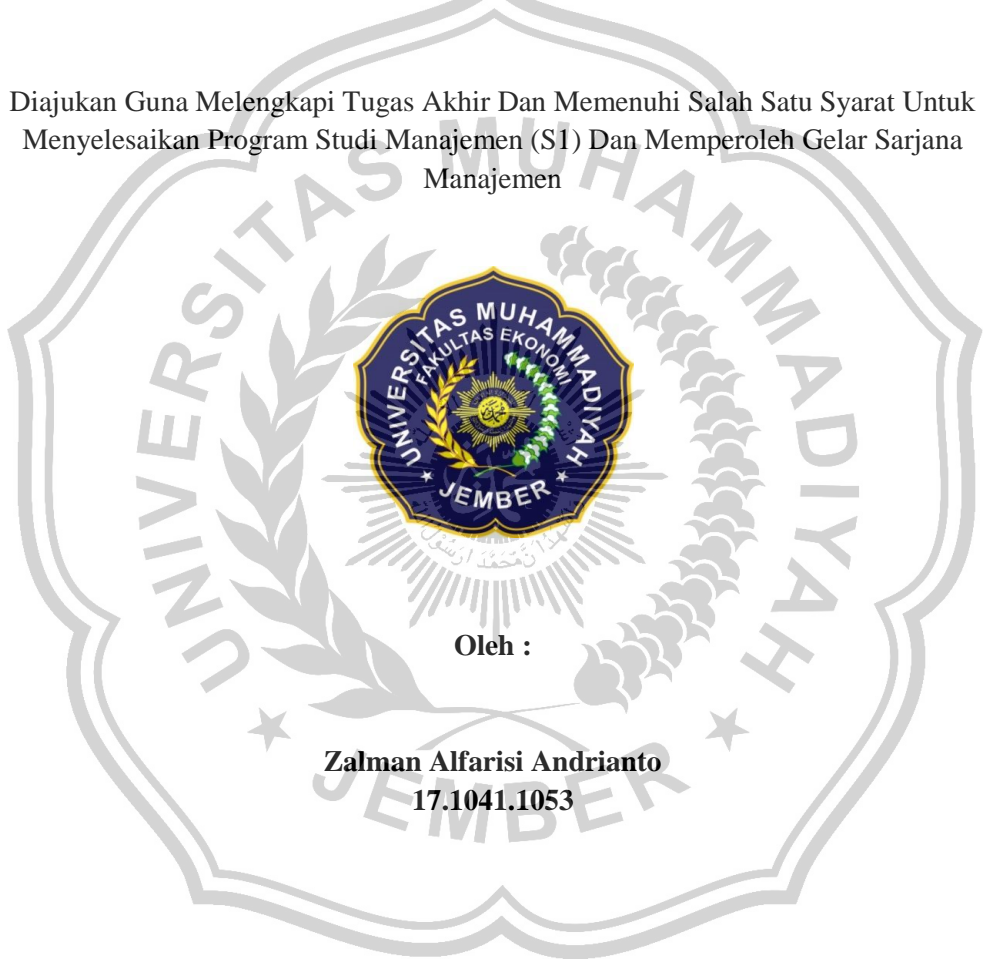


**ANALISIS *RELATIONSHIP VALUE* DAN REPUTASI PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PERSEWAAN  
ALAT-ALAT PESTA AL-FARISI**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen



Oleh :

**Zalman Alfarisi Andrianto**  
**17.1041.1053**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2021**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zalman Alfarisi Andrianto

NIM : 1710411053

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Analisis *relationship value* dan reputasi perusahaan terhadap kepercayaan konsumen persewaan alat-alat pesta Al-Farisi; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Kamis 15-07-2021

Yang menyatakan,



Zalman Alfarisi Andrianto  
NIM. 1710411053



**ANALISIS *RELATIONSHIP VALUE* DAN REPUTASI PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PERSEWAAN  
ALAT-ALAT PESTA AL-FARISI**

Oleh :

Zalman Alfarisi Andrinato  
17.104.11.053

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati, SH, SE., MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Dr Haris Hermawan. SE., MM.


## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Analisis *relationship value* dan reputasi perusahaan terhadap kepercayaan konsumen persewaan alat-alat pesta Al-Farisi, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Zalman Alfarisi Andrianto  
NIM : 1710411053  
Hari : Kamis  
Tanggal : 15-07-2021  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Penguji,



Dr Toni Herlambang, SE, MM.

NPK : 06 03 425

Pembimbing 1,



Trias Setyowati, SH, SE, MM.

NPK : 05 09 477

Pembimbing 2,



Dr Haris Hermawan, SE, MM.

NPK : 15 03 640

Mengesahkan :



Dekan

Maheni Ika Sari, SE, MM  
NIP : 197708112005012001



Ketua Program Studi

Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM  
NPK : 19860514.1.1703796

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayahanda Sudarto dan Alm Ibunda Hafiah, terima kasih telah menjadi orang tua terbaik dan sempurna dalam hidupku, memberikan kasih sayang yang tulus, mendoakanku dalam segala hal yang tiada pernah henti, memberikan semangat dan nasehat yang bisa menuntunku menjadi orang yang berguna untuk sesama dan juga support dalam bentuk keuangan selama diperantauan mengejar cita-cita yang saya, ayahanda dan ibunda serta keluarga harapkan.
2. Kakak-kakakku Lutfiatun Andriani dan Nurul Fadillah yang telah memberikan motivasi kepada saya dalam melangkah menggapai masa depan yang saya dan keluarga harapkan.
3. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini.
4. Teman-teman kelas Manajemen B 2017.
5. TeamWork, Slenge'an, yang sudah sangat membantu memperlancar pemikiran saya dalam menyusun skripsi ini.
6. Kontrakan 86 yang sudah menemani saya dari pertama kali berada di perantauan sampai dengan saat ini.
7. Almamater Biru yang sudah mulai sesak dibadan saya yang telah menemani dari masa PK2MB tahun 2017.

## MOTTO

Hai orang-orang yang beriman, ta'atilah Allah SWT dan ta'atilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah SWT (Al Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah SWT dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

**(QS An-Nisa: 59)**

Kebahagiaan yang tak akan terulang kembali adalah kebahagiaan yang terlahir dari rasa syukur atas proses yang terjadi dalam setiap detik kehidupan kita, tidak masalah seberapa lambat berjalan asalkan kita tidak berhenti.

**(Zalman Alfarisi Andrianto)**

Ilmu yang bermanfaat merupakan bekal yang akan menuntunmu menggapai kesuksesan dengan rasa kebahagiaan

**(Ayahanda dan Ibunda)**

Learn from yesterday, live for today and hope for tomorrow

(Belajarlah dari hari kemarin, tinggallah untuk hari ini dan berharaplah untuk hari esok)

**(Albert Einstein)**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *ANALISIS RELATIONSHIP VALUE DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PERSEWAAN ALAT-ALAT PESTA AL-FARISI*

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr Toni Herlambang, SE, MM. selaku dosen penguji
4. Ibu Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku dosen pembimbing I dan
5. Bapak Dr Haris Hermawan, SE, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ayahanda Sudarto dan Alm Ibunda Hafiah yang selalu support dalam segala hal dari saya kecil sampai bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, Kamis 15-07- 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Masalah .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2.....</b>	<b>6</b>
<b>TINJUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	6
2.1.3 Kepercayaan konsumen.....	6
2.1.4 Relationship Value .....	7
2.1.5 Dimensi Relationship Value .....	9
2.1.6 Reputasi .....	9
2.2 Penelitian terdahulu .....	12
2.3 Kerangka Konseptual .....	18
2.4 Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB 3.....</b>	<b>21</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3 Desain Penelitian .....	22
3.4 Jenis Data Penelitian .....	22
3.5 Populasi dan Sampel.....	23
3.5.1 Populasi .....	23
3.5.2 Sampel .....	23



3.6 Metode Pengumpulan data .....	23
3.7 Teknik Pengukuran Data .....	24
3.8 Teknik Analisis Data .....	24
3.8.1 Uji Instrumen Data .....	24
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	26
3.8.4 Uji t.....	27
3.8.5 Uji f .....	27
3.8.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	28
<b>BAB 4.....</b>	<b>29</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Objek Penelitian.....	29
4.1.1 Profil Perusahaan.....	29
4.1.2 Visi dan Misi .....	29
4.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia Perusahaan .....	29
4.1.4 Job Description Perusahaan .....	30
4.2 Karakteristik Responden.....	31
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	31
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	32
4.4 Teknik Analisis Data.....	38
4.4.1 Pengujian Instrumen Data .....	38
4.4.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	39
4.4.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	40
4.5 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	43
4.6 Uji Hipotesis.....	44
4.6.1 Uji t.....	44
4.6.2 Uji F .....	44
4.7 Pembahasan.....	45
4.7.1 Pengaruh Relationship Value Terhadap Kepercayaan Konsumen .....	45
4.7.2 Pengaruh Reputasi Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	45
<b>BAB V.....</b>	<b>47</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	47
5.3 Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
Lampiran- Lampiran .....	55

## DAFTAR TABEL

### Tabel

1.1 Hasil Kuesioner Pra-Survey .....	2
1.2 Daftar Pengguna Jasa Penyewaan Alat Pesta Al-Farisi pada Tahun 2020 .....	4
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	31
4.3 Relationship Value (X1) .....	31
4.4 Relationship Value (X1) .....	32
4.5 Relationship Value (X1) .....	32
4.6 Reputasi (X2) .....	33
4.7 Reputasi (X2) .....	34
4.8 Reputasi (X2) .....	34
4.9 Reputasi (X2) .....	35
4.10 Kepercayaan Konsumen (X3) .....	35
4.11 Kepercayaan Konsumen (X3) .....	36
4.12 Kepercayaan Konsumen (X3) .....	36
4.13 Hasil Uji Validitas .....	37
4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	38
4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	39
4.16 Hasil Uji Multikolonieritas .....	41
4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	42
4.18 Hasil Uji t .....	43
4.19 Hasil Uji f .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Kosnseptual .....	18
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi .....	29
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas .....	40
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 : Data Responden .....</b>
<b>Lampiran 2 : Hasil Tanggapan Responden .....</b>
<b>Lampiran 3 : Uji Validitas Dan Reliabilitas .....</b>
<b>Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik .....</b>
<b>Lampiran 5 : Uji Hipotesis .....</b>

