

PENGARUH *RELATIONAL BONDS* (*SOCIAL BOND, STRUCTURAL BOND, DAN FINANCIAL BOND*) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PERUSAHAAN LOGISTIK DI PT THREELOG KENCANA MANDIRI BATAM

SKRIPSI



Oleh :

LAILATUL IKHSANTI
NPM. 21042010219

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh *Relational Bonds* (*Social Bond*, *Structural Bond*, dan *Financial Bond*)
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik di PT Threelog Kencana
Mandiri Batam**

Disusun Oleh:

LAILATUL IKHSANTI

21042010219

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si

NIP.197011012021211004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *RELATIONAL BONDS* (*SOCIAL BOND*, *STRUCTURAL BOND*, DAN
***FINANCIAL BOND*) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PERUSAHAAN**
LOGISTIK DI PT THREELOG KENCANA MANDIRI BATAM

Disusun Oleh :

LAILATUL IKHSANTI
21042010219

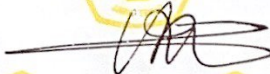
Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 12 September 2025
Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

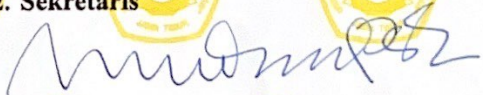
1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si.
NIP. 197011012021211004


Dr. Nurhadi, M.Si.

NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.

NIP. 198604172020122007

3. Anggota


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si.

NIP. 197011012021211004

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lailatul Ikhsanti
NPM : 21042010219
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 11 September 2025

Yang membuat pernyataan



Lailatul Ikhsanti
NPM. 21042010219

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga saya mampu menuntaskan skripsi dengan judul “Pengaruh *Relational Bonds* (*Social Bond*, *Structural Bond*, dan *Financial Bond*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik di PT Threelog Kencana Mandiri Batam”.

Penulis sadar bahwasannya didalam penyelesaian skripsi ini ditemukan berbagai kekurangan. Dalam kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang telah membantu dan membina penulis dalam penyusunan laporan akhir skripsi, kepada berbagai pihak yang sudah banyak membantu serta mengarahkan penulis selama menjalani penyusunan skripsi, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M, M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Orang tua yaitu Ibu dan Ayah sebagai pendamping sejak awal pendidikan hingga perkuliahan saat ini, dengan doa-doa maupun dukungan materi dan non materi selama ini. Serta Adik penulis, Muttaqin Ridha Pangestu selaku anggota keluarga yang tak kalah penting perannya untuk mendukung, memberikan semangat dan doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi
5. Pelanggan PT Threelog Kencana Mandiri yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan membantu penulis selama proses skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan saya di Surabaya, Septia Anggraini, Ghina Indy Maghfiroh, Farah Dhiesta, Fidela Almadea, Rizky Putri Lisdiana, Intan Dwi Isma Saputri, Jovita Roseina Nariswari, Azzahra Prisichella, Shafa Safhira Irawansyah, dan Julia Laily Agustin yang sudah menjadi teman penulis sejak 2021 sampai saat ini, telah banyak berpartisipasi serta membantu dalam memberi dukungan serta semangat, dan menemani penulis mengerjakan laporan ini.
7. NRP 5019211004 yang telah berbaik hati dan sukarela turut berkontribusi atas kelancaran jalannya skripsi ini
8. Teman-teman administrasi bisnis, beberapa teman teknik industri UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu karena secara langsung atau tak langsung ikut andil dalam proses penyelesaian skripsi penulis dari semester 7 hingga selesai.

9. Semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang secara sadar atau tidak telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis memohon maaf atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menjadi referensi dan berguna untuk semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teoritis	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran	20
2.2.2 <i>Relationship Marketing</i>	21
2.2.3 <i>Relational Bonds</i>	22
2.2.4 <i>Social Bond</i>	23
2.2.5 <i>Structural Bond</i>	25
2.2.6 <i>Financial Bond</i>	26
2.2.7 Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2.8 Hubungan Antar Variabel Pengaruh <i>Relational Bonds</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	30
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.3 Pengukuran Variabel.....	44
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.4.1 Populasi	46
3.4.2 Sampel.....	46
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.1 Jenis Data.....	47

3.5.2 Sumber Data	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	49
3.7.2 Uji Reliabilitas	51
3.8 Model Analisis Data	52
3.8.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	53
3.8.2 Uji Reliabilitas	55
3.8.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
3.9 Langkah-Langkah Pengolahan Data dengan SmartPLS	58
3.10 Waktu Penelitian	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum	61
4.1.1 Profil Objek Penelitian	61
4.1.2 Logo PT Threelog Kencana Mandiri.....	62
4.1.3 Visi dan Misi PT Threelog Kencana Mandiri	63
4.2 Penyajian Data	63
4.2.1 Data Responden.....	63
4.2.2 Deskripsi Jawaban Variabel	65
4.3 Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	76
4.3.1 Hasil Uji Validitas	76
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	77
4.4 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	78
4.4.1 <i>R-square</i> (R^2).....	78
4.4.2 <i>F-square</i>	79
4.5 Uji Hipotesis	80
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1 (<i>Social Bond</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan).....	80
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2 (<i>Structural Bond</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan).....	81
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3 (<i>Financial Bond</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan).....	82
4.5.4 Pengujian Hipotesis 4 (<i>Relational Bonds</i> (<i>Social Bond</i> , <i>Structural Bond</i> , dan <i>Financial Bond</i>) Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan).....	82
4.6 Pembahasan.....	83
4.6.1 Pengaruh <i>Social Bond</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
4.6.2 Pengaruh <i>Structural Bond</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	84
4.6.3 Pengaruh <i>Financial Bond</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	85

4.6.4 Pengaruh <i>Relational Bonds</i> (<i>Social Bond</i> , <i>Structural Bond</i> , dan <i>Financial Bond</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
4.7 Matriks Penelitian.....	86
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pelanggan Tidak Melakukan Pembelian Jasa 2024.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	31
Gambar 4.1 Logo PT Threelog Kencana Mandiri Batam	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	40
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	45
Tabel 3. 3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS.....	55
Tabel 3. 4 Waktu Penelitian	60
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.2 Responden Durasi Menggunakan Jasa.....	64
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Social Bond</i> (X1)	66
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Structural Bond</i> (X2)	69
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Financial Bond</i> (X3).....	71
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.9 <i>R-square Adjusted</i>	78
Tabel 4.10 <i>F-square</i>	79
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis	80
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis	83
Tabel 4.13 Matriks	86

ABSTRAK

LAILATUL IKHSANTI, 21042010219, Pengaruh *Relational Bonds* (*Social Bond*, *Structural Bond*, dan *Financial Bond*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik di PT Threelog Kencana Mandiri Batam.

Persaingan ketat di industri logistik menjadikan perusahaan diharuskan bisa mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai kunci keberhasilan jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *relational bonds* (*social bond*, *structural bond*, dan *financial bond*) terhadap loyalitas pelanggan pada PT T, di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal, melibatkan seluruh 56 pelanggan sebagai responden melalui teknik *saturation sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala likert dan dianalisis dengan *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, dengan *social bond* sebagai faktor dominan. Secara simultan, ketiga variabel menjelaskan 77% variasi loyalitas pelanggan, yang termasuk kategori kuat. Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya melalui kedekatan emosional dan rasa kepercayaan tetapi juga melalui sistem pelayanan yang terstruktur sehingga memberikan kemudahan dan nilai tambah dalam pelayanan, serta memberikan manfaat ekonomi yang langsung dirasakan oleh pelanggan.

Kata Kunci : Ikatan Sosial, Ikatan Struktural, Ikatan Finansial, Loyalitas Pelanggan, Logistik

ABSTRACT

LAILATUL IKHSANTI, 21042010219, *The Influence of Relational Bonds (Social Bond, Structural Bond, and Financial Bond) on Customer Loyalty at Logistics Companies at PT Threelog Kencana Mandiri Batam.*

The logistics industry faces increasing competition, requiring companies to strengthen customer loyalty as a key factor for long-term success. This study aims to analyze the influence of relational bonds (social bond, structural bond, and financial bond) on customer loyalty at PT T, in Indonesia. Using a quantitative approach with a causal design, the study involved all 56 customers as respondents, selected through saturation sampling. Data were collected using a likert-scale questionnaire and analyzed with Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that all three variables have a positive and significant effect on customer loyalty, both partially and simultaneously, with social bond emerging as the most dominant factor. Together, the three variables explain 77% of the variation in customer loyalty, indicating a strong category. These findings highlight that loyalty in logistics services is shaped not only by emotional closeness and sense of trust but also by structured service systems as providing convenience and added value in services, as well as providing economic benefits that are directly felt by customers.

Keywords : Social Bond, Structural Bond, Financial Bond, Customer Loyalty, Logistics