

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP PERTUMBUHAN PELANGGAN *SALES ENGINEER PRODUCT VEICHI ELECTRIC* PADA PT SARANA TRIPANCA MITRA SOLUSINDO DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

**SHOWAM FIL FAROCHAN**

**(1121800065)**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**



**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP PERTUMBUHAN PELANGGAN *SALES ENGINEER PRODUCT VEICHI ELECTRIC* PADA PT SARANA TRIPANCA MITRA SOLUSINDO DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

**SHOWAM FIL FAROCHAN**

**(1121800065)**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Showam Fil Faroehan

NBI : 1121800065

Judul : Pengaruh *Product Knowledge* dan *Relationship Marketing* Terhadap Pertumbuhan Pelanggan *Sales Engineer Product Veichi Electric* Pada PT Sarana Tripanca Mitra Solusindo di Surabaya


Mengetahui,  
Dekan


Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 13 Juli 2022

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

  
**Dr. Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.**  
NPP 20120.87.0103

  
**Drs. Agung Pujianto, M.M.**  
NPP 20120.92.0284

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 13 Juli 2022:

Dewan Penguji:

1.Drs. Agung Pujiyanto, M.M.

**Ketua**

2.Dra. Sri Andayani, M.M.

**Anggota**

3.Dra. Awin Mulyati, M.M

**Anggota**

(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)

Mengesahkan:

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan

*[Signature]*  
**Dr. Dra. Awin Maduwinarti, M.P.**

**NRP. 20120.87.0103**



**UNIVERSITAS 17  
AGUSTUS 1945  
SURABAYA**

**BADAN PERPUSTAKAAN**  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

### **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Showam Fil Farochan  
NBI : 1121800065  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Knowledge* dan *Relationship Marketing* Terhadap Pertumbuhan Pelanggan *Sales Engineer Product Veichi Electric* Pada PT Sarana Tripanca Mitra Solusindo di Surabaya” merupakan hasil karya

ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing, bukan hasil dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang telah disebutkan di dalam kutipan dan dalam daftar pustaka layaknya sebuah karya ilmiah.

Apabila saya melakukan perbuatan yang bertentangan dengan hal di atas, baik yang disengaja, maupun tidak disengaja, maka dengan ini saya menyatakan akan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya atau hasil tulisan saya sendiri. Apabila dikemudian hari skripsi saya sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, berarti ijazah dan gelar saya peroleh dari Universitas batal saya terima.

Surabaya, 15 Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan

  
19989A1X939744817  
(Showam Fil Farochan)  
NBI 1121800065



**UNIVERSITAS 17  
AGUSTUS 1945  
SURABAYA**

**BADAN PERPUSTAKAAN**  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Showam Fil Farochan  
NBI/ NPM : 1121800065  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

*Pengaruh Product Knowledge dan Relationship Marketing Terhadap Pertumbuhan Pelanggan Sales Engineer Product Veichi Electric Pada PT Sarana Tripanca Mitra Solusindo di Surabaya*

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 15 Juli 2022

\*Coret yang tidak perlu

Yang Menyetujui

(Showam Fil Farochan)  
NBI 1121800065



## **PERSEMBAHAN**

Kepada orang tua Saya bapak Mahfudhi yang telah memberikan semua pelajaran arti sebuah kehidupan kepada anaknya dan ibu tersayang saya Uswatun Hasanah yang telah memberikan semua kasih sayangnya kepada saya insyaallah semua tenaga materi dari usaha beliau yang diberikan kepada saya akan dibalas sebagai amalan yang terus mengalir diakhirat nanti.



## ABSTRAK

Dunia industri manusia dan mesin tidak pernah terpisahkan, sumber daya tersebut penting bagi perindustrian dalam membuat produk berupa barang baku belum jadi, yang akan diproses menjadi sebuah produk yang bermanfaat sebagai sumber pendapatan sebuah perusahaan, sebelum komputer ditemukan pembuatan produk dan pengantar produk masih tradisional dan proses produksi tersebut dilakukan oleh manusia, hal itu menyebabkan para pekerja mengalami kelelahan, kecelakaan dan penurunan produktivitas.

Seiring berkembangnya zaman dan semakin berkembangnya pola berfikir manusia dengan bersama majunya teknologi orang-orang mulai menciptakan sebuah mesin yang dapat memudahkan pekerjaan mereka, dengan tuntutan karena tingkat permintaan pasar yang tinggi, variasi produk, kontribusi yang cepat dan produk yang semakin kompleks. maka berbagai perusahaan mulai berlomba-lomba untuk melakukan pembelian mesin mesin skala kecil hingga besar dengan harapan mampu meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya, demi mewujudkan pemenuhan permintaan pasar, meningkatkan keamanan, meningkatkan kualitas produk, dan mempercepat waktu produksi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan penelitian survei yang menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Untuk mengolah data hasil kuesioner yang telah disebar dan dengan menggunakan aplikasi SPSS version 25. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna sistem otomasi industri dan bangunan terutama Veichi electric. Serta teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen *Product knowledge* dan *Relationship Marketing* berpengaruh terhadap dependen Pertumbuhan Pelanggan *Sales Engineer Product Veichi Electric* Pada PT Sarana Tripanca Mitra Solusindo di Surabaya

**Kata Kunci** : *Product Knowledge, Relationship Marketing, Pertumbuhan Pelanggan, Veichi Electric*

## ABSTRACT

The world of human and machine industry has never been separated, these resources are important for industry in making products in the form of raw goods not yet finished, which will be processed into a useful product as a source of income for a company, before computers were invented product manufacturing and product delivery were still traditional and the production process was carried out by humans, it caused workers to experience fatigue, accidents and decreased productivity.

Along with the development of the era and the development of human thinking patterns with the advancement of technology, people began to create a machine that can facilitate their work, with demands due to the high level of market demand, product variations, rapid contributions and increasingly complex products. so various companies began competing to purchase small to large scale machinery in the hope of increasing productivity and reducing costs, in order to realize market demand, improve safety, improve product quality, and speed up production time.

This study uses a quantitative research approach with survey research that uses questionnaires as an instrument. To process the questionnaire data that has been distributed and by using the application SPSS version 25. The population in this study are all users of industrial and building automation systems, especially Veichi electric. As well as the analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the independent variables of Product knowledge and Relationship Marketing influence the dependent growth of Customers Sales Engineer Product Veichi Electric at PT Sarana Tripanca Mitra Solusindo in Surabaya.

**Keywords :** Product Knowledge, Relationship Marketing, Customer Growth, Veichi Electric

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **Pengaruh *Product Knowledge* dan *Relationship Marketing* Terhadap Pertumbuhan Pelanggan *Sales Engineer Product Veichi Electric* Pada PT *Sarana Tripanca Mitra Solusindo* di Surabaya.** Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata -1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik bersifat materiil maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati dan hormat penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Agung Pujianto, M.M. Selaku Dosen Pembimbing I
4. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dosen Pembimbing 2
5. Seluruh Responden Yang Telah Meluangkan Waktu Untuk Mengisi Kuesioner

Terima kasih atas segala kebaikan yang telah diberikan, semoga akan dibalas oleh Allah Yang Maha Kuasa dengan yang lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua orang, khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya.

Surabaya, 15 Juli 2022

(Showam Fil Farochan)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	
HALAMAN JUDUL .....	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penelitian .....	5
BAB II .....	7
KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Product Knowledge .....	10
2.2.2. <i>Relationship Marketing</i> .....	15
2.2.3 Pertumbuhan Pelanggan .....	20
2.3 Definisi konsep .....	22
2.3.1 <i>Product Knowledge</i> .....	22
2.3.2 <i>Relationship Marketing</i> .....	22
2.3.3 Pertumbuhan Pelanggan .....	23
2.4 Definisi Operasional .....	23
2.4.1 <i>Product Knowledge X1</i> .....	23
2.4.2 <i>Relationship Marketing X2</i> .....	23
2.4.3 Pertumbuhan Pelanggan Y .....	24
2.6 Hipotesis .....	25

BAB III .....	27
METODOLOGI PENELITIAN .....	27
3.1 Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.1 Sampel .....	28
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	28
3.3.1 Skala Pengukuran.....	28
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	29
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	29
3.4.1 Jenis Data.....	29
3.4.2 Sumber Data.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis data.....	30
3.6.1 Uji Validitas .....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.6.3 Analisis Deskriptif.....	31
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.6.5 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.6 Uji Korelasi (r) .....	33
3.6.7 Uji Koefisiensi Determinan ( $R^2$ ).....	33
3.6.8 Uji F 34	
3.6.9 Uji t 34	
3.6.10 Rentang Skala.....	34
BAB IV .....	37
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN .....	37
4.1 Penyajian Data .....	37
4.1.1 Gambaran umum Perusahaan.....	37
4.1.2 Karakteristik Responden .....	38
4.1.3 Uji Instrumen .....	39
4.2 Tabulasi Data .....	41
4.2.1 Skala Pengukuran.....	49
4.3 Analisis Data.....	54
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.1.2 Analisis Regresi Berganda.....	58
4.2 Pembahasan .....	63

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	64
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Rekomendasi.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN.....	69

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	hasil penelitian terdahulu ..... 7
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i> : ..... 29
Tabel 3.2	Uji Korelasi..... 33
Tabel 3.3	Interval Rata-rata Skor ..... 35
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 38
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia..... 38
Tabel 4.3	Berdasarkan Pekerjaan ..... 38
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas ..... 39
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas ..... 40
Tabel 4.6	Hasil Tabulasi Variable <i>Product Knowledge (X1)</i> ..... 41
Tabel 4.7	Hasil Tabulasi Variable <i>Relationship Marketing (X2)</i> ..... 44
Tabel 4.8	Hasil Data Internal Variable Pertumbuhan Pelanggan (Y) ..... 47
Tabel 4.9	Interval Rata-rata Skor ..... 50
Tabel 4.9	Dsitribusi Jawaban Reponden dan Nilai Mean atas <i>Variable Product Knowledge (X1)</i> ..... 51
Tabel 4.10	Distirbusi frekuensi jawaban responden dan nilai <i>mean</i> atas <i>Relationship marketing (X2)</i> ..... 52
Tabel 4.11	Distribusi frekuensi data penjualan dan nilai <i>total</i> atas Pertumbuhan Pelanggan (Y) ..... 53
Tabel 4.12	hasil Sample Kolmogorov-Smirnov ..... 56
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolonieritas ..... 57
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi ..... 58
Tabel 4.15	Uji Analisis Linier Berganda..... 59
Tabel 4.18	Uji Determinasi ..... 60
Tabel 4.16	Uji Parsial (Uji t)..... 60
Tabel 4.17	Uji F ..... 62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 4.1 Uji Normalitas Model Histogram .....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot.....	55
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot.....	56
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57