

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PT MITRA KRIDA PERKASA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Windry
140910322**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PT MITRA KRIDA PERKASA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**untuk memenuhi salah satu syarat guna
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Windry
140910322**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 13 January 2018

Yang membuat pernyataan,

Materai Rp. 6000

Windry
140910322

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT
MITRA KRIDA PERKASA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar sarjana**

Oleh :

**Windry
140910322**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 27 Januari 2018

**Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah *customer relationship management*. Selain dari *customer relationship management* pengaruh kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan berperan penting dalam merangkul konsumen karena dengan memberikan pelayanan yang baik dan konsumen akan merasa puas. Dengan pelayanan yang memuaskan dapat mendorong konsumen menjadi loyal untuk melakukan pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Krida Perkasa Batam. Data yang digunakan dalam penelitian yang di peroleh melalui kuesioner dengan total sampel sebanyak 101 responden dari populasi 134 pada tahun 2017 ini di bagikan kepada konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda pada PT Mitra Krida Perkasa Batam. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan ukur SPSS v 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer relationship management* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat di lihat dari $t_{hitung} 3.543 > t_{tabel} 1.9844$. kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari $t_{hitung} 3.759 > t_{tabel} 1.9844$. *customer relationship management* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} 19.360 > F_{tabel} 3.09$.

Kata kunci: *customer relationship management*, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

Marketing strategy based on the effort to create a relationship between the company with the customer better know as is customer relationship management. Besides it customer relationship management influential service quality in a company plays an important role in embracing customer because by providing good service and customer will fell satisfied, with satisfactory service can encourage customer to be loyal to repeat order. This study aims to determine the effect of customer relationship management and service quality ad on customer satisfaction on the PT Mitra Krida Perkasa Batam. The data used in this study are primary data obtained through the questionnaire with a total sample of 101 respondents from a population of 134 in 2017 distributed to consumers who make purchase Honda motorcycle at PT Mitra Krida Perkasa Batam. The analytical method used is multiple linear regression analysis, used SPSS v 21. The analysis showed that the customer relationship management significantly influence the customer satisfaction, this can be seen from $t_{hitung} 3.543 > t_{tabel} 1.9844$. service quality significantly influence the customer satisfaction, this can be seen from $t_{hitung} 3.759 > t_{tabel} 1.9844$. customer relationship management and service quality simultaneously affect the customer satisfaction, this can be seen from $F_{hitung} 19.360 > F_{tabel} 3.09$.

Keywords: *customer relationship management, service quality and customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Mahas Esa karena atas segala rahmat, anugerah, dan nikmat kesehatan dari-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT MITRA KRIDA PERKASA DI KOTA BATAM”**.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat bagi mahasiswa Universitas Putera Batam untuk menyelesaikan program Strata satu jurusan Manajemen Bisnis. Tujuan lainnya adalah sebagai pembelajaran bagi mahasiswa untuk lebih aktif dan produktif, meningkatkan kuantitas dan kualitas penelitian di Indonesia, sesuai dengan program yang telah dicanangkan pemerintah di tahun 2016.

Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas pengarahannya, bimbingan dan saran-saran yang telah diberikan selama penyusunan skripsi.

Dengan hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Dekan Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
3. Bapak Suhardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Staff dan Civitas Universitas Putera Batam yang telah memberikan banyak pengetahuan kepada penulis.
5. Kepada Pimpinan PT Mitra Krida Perkasa yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Kepada konsumen PT Mitra Krida Perkasa yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penelitian.
7. Kedua orang tuaku tercinta Rusli dan Mirah yang menjadi motivator penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara-saudaraku tercinta Erni Santi, Juli Yanti, Susilawati, Nuryati, Wiwin yang memberikan dukungan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku Eric, Arwin, Hartono, Maryani dan teman-teman yang lain.
10. Dan seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini.

Batam, 13 Januari 2018

Windry

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Teori Dasar.....	9
2.1.1.1. Kepuasan Konsumen.....	9
2.1.1.2. Model Konseptual Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.3. Konsep Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.1.4. Pentingnya Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.1.5. Indikator Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.2. <i>Customer Relationship Management</i>	16
2.1.2.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	16
2.1.2.2. Konsep <i>Customer Relationship Management</i>	17
2.1.2.3. Perkembangan <i>Customer Relationship Management</i>	19
2.1.2.4. Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	20
2.1.3.1. Kualitas Pelayanan (<i>Total Quality Service</i>).....	21
2.1.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan (<i>Total Quality Service</i>).....	22
2.1.3.3. Pemulihan Pelayanan	26
2.1.3.4. Indikator Kualitas Pelayanan	29
2.2. Penelitian Terdahulu	30

2.3. Kerangka Pemikiran	31
2.4. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Operasional Variabel	33
3.2.1. Variabel Terikat (Variabel Dependen)	35
3.2.2. Variabel Bebas (Variabel Independen)	35
3.3. Populasi dan Sampel	35
3.3.1. Populasi	35
3.3.2. Sampel	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data	37
3.5. Metode Analisis Data	39
3.5.1. Analisis Deskriptif	39
3.5.2. Uji Kualitas Data	41
3.5.2.1. Uji Validitas Data	41
3.5.2.2. Uji Reliabilitas	43
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	45
3.5.3.1. Uji Normalitas	45
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas	46
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.4. Uji Pengaruh	47
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear berganda	47
3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)	48
3.5.5. Rancangan Uji Hipotesis	49
3.5.5.1. Uji T (Uji Parsial)	51
3.5.5.2. Uji F (Uji Simultan)	52
3.6. Lokasi dan jadwal penelitian	53
3.6.1. Lokasi Penelitian	53
3.6.2. Jadwal Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Hasil Penelitian	54
4.1.1. Profil Responden	54
4.1.1.1. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	54

4.1.1.2. Deskripsi Berdasarkan Usia	55
4.1.1.3. Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.1.4. Deskripsi Berdasarkan Penghasilan	57
4.1.2. Analisis Deskriptif	57
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	58
4.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel CRM (X1)	60
4.1.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	61
4.1.3. Uji Kualitas Data	63
4.1.3.1. Uji Validitas	63
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	64
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	66
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	66
4.1.4.2. Uji Multikolinearitas	68
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas	69
4.1.5. Uji Pengaruh.....	70
4.1.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.1.5.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.1.6. Uji Hipotesis.....	73
4.1.6.1. Uji T (Parsial)	73
4.1.6.2. Uji F (Simultan)	75
4.2. Pembahasan.....	77
BAB V <u>SIMPULAN</u> DAN SARAN.....	80
5.1. Simpulan	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	
Lampiran 4. Surat Pernyataan Orisinalitas	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1. Histogram	66
Gambar 4.2. PP Plot Normalitas	67
Gambar 4.3. Heteroskedastisitas	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Sepeda Motor bulan Jan s/d Juni tahun 2015-2017.....	4
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1. Operasional Variabel	34
Tabel 3.2. Skala Likert	39
Tabel 3.3. Kriteria Analisis Deskriptif	41
Tabel 3.4. Range Validitas	42
Tabel 3.5. Indeks Koefisien Realiabilitas.....	45
Tabel 3.6. Rangkaian Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Tabel 4.5. Skor Kuesioner Untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	58
Tabel 4.6. Skor Kuesioner Untuk Variabel CRM (X1).....	60
Tabel 4.7. Skor Kuesioner Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	62
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.10. Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.11. Koefisien Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.13. Range Validitas.....	73
Tabel 4.14. Perhitungan Uji t.....	74
Tabel 4.15. Perhitungan Uji F.....	76

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. Slovin.....	37
Rumus 3.2. Rentang Skala	40
Rumus 3.3. Korelasi <i>Product Moment</i>	43
Rumus 3.4. <i>Cronbrach's Alpha</i>	44
Rumus 3.5. Regresi Linier Berganda	48
Rumus 3.6. Koefisien Determinasi	49
Rumus 3.7. t hitung.....	51
Rumus 3.8. F hitung.....	52