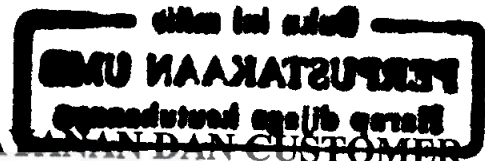




UNIVERSITAS MERCU BUANA



ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI PT PURNA SENTANA BAJA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh :

IGOR DHARMA BOMPIE

NIM : 131.01.005

PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2003



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI PT PURNA SENTANA BAJA**

TESIS

Diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi
Program Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh :

IGOR DHARMA BOMPIE

NIM : 131.01.005

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2003**

PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS : ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI PT PURNA SENTANA BAJA

NAMA MAHASISWA : IGOR DHARMA BOMPIE

N I M : 131.01.005

Tesis Ini Telah Disetujui Dan Dipertahankan Didepan Sidang Tim Penguji Program
Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 6 Mei 2003

Tempat : Ruang Sidang Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas
Mercu Buana, Jalan Menteng Raya No. 29 Jakarta Pusat

Menyetujui :
Pembimbing Tesis

Dr. Hary Azhar Azis, MA

Mengetahui :

Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen

Universitas Mercu Buana



Dr. Laode M. Kamaluddin, M.Sc., M. Eng.

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyanyang

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah dengan cara yang baik (Q>S. An Nahl/16:125).

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap (Q.S. Alam Nasyrah/94:6-8).

Hai Manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertakwa diantara kamu (Q.S. Al Hujarat/49:13)

Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (Q.S. Al Baqarah/2:153).

MERCU BUANA

Untuk :

Mama-Alm Papa Yang Sangat Kukasihi, Kusayangi, Kucintai dan kuhormati
Yang Menginginkan Anaknya Berada Dalam Ridha Illahi
Serta Bermakna Pada Sesama
Juga Teriring Kasing Sayang, dan Cintaku Untuk Istriku dan Anak-anakku

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepda Allah SWT dan atas rahmat, taufik, hidayah dan ijin Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yaitu penulisan Thesis yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata dua pada Program Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran Universitas Mercu Buana Jakarta kelas Cilegon. Dalam tugas akhir ini penulis mengajukan judul “ Analisis Pengaruh Customer Relation Management dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Purna Sentana Baja

Tugas akhir ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini ijinilah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

Bapak Dr. Harry Azhar, MA

Yang selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, tenaga, petunjuk dan saran perbaikan selama bimbingan sampai tugas akhir ini selesai penulis susun.

Rasa Terima kasih juga kami sampaikan pula kepada :

1. Bapak Dr. Laode M Kamaluddin, MSc, Meng selaku Direktur Akademik dan Bapak Drs. Hadi Prayitno, MM selaku Asisten Direktur Akademik, Bapak-bapak Dosen, seluruh staf tata usaha yang telah memberikan bimbingan, kuliah, kuliah dan bantuan kelancaran perkuliahan selama penulis melaksanakan studi Program Magister Manajemen
2. Bapak Ir. Paidi Pujosumarto MM selaku Direktur Utama PT Purna Sentana Baja dan Ir. Ridwan Lubis MM selaku Direktur PT Purna Sentana Baja yang telah

memberikan ijin, dukungan dan kesempatan kepada Penulis untuk mengikuti kuliah S 2.

3. Rekan-rekan karyawan dan staff PT Purna Sentana Baja yang telah memberikan bantuan dan dukungan serta kemudahan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Rekan-rekan peserta studi Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana kelas Cilegon yang telah bersama-sama berjuang untuk menyelesaikan studi ini.

Tidak lupa juga penulis sampaikan kepada keluarga penulis yaitu isteriku tercinta Dwi Endang Permani, anak-anakku yang penulis kasihi dan sayangi Aldi Julivianto Prakoso dan Miranti Eva Augustin yang telah dengan sabar dan tekun memberikan doa dan dorongan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allat SWT memberikan berkah dan rahmat kepada kita semua dan semoga segala apapun bentuk bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak mendapatkan balasan yang seimbang. Amin

Dan akhirnya semoga apa yang telah penulis tulis dalam tesis ini bermanfaat bagi semua pihak, utamanya bagi Direksi dan Staff bagian penyewaan kendaraan di lingkungan PT Purna Sentana Baja.

Cilegon, April 2003

Penulis

Igor Dharma Bompie

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. PURNA SENTANA BAJA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan *customer relationship management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan di PT. PSB. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik korelasional, dimana peneliti berusaha menghubungkan satu atau lebih variabel dengan variabel lain untuk memahami obyek yang diteliti. Populasi penelitian adalah PT. PSB yang berjumlah 100 pelanggan. Dari 100 jumlah populasi tersebut yang dijadikan sampel adalah 50 orang dan pengambilannya dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*). Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang kemudian dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif (statistik).

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum pelanggan merasa puas atas upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan dan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, walaupun masih terdapat beberapa hal yang masih kurang puas, seperti pemenuhan janji dan ketersediaan fasilitas maupun sarana pendukung pelayanan. Penanganan hubungan dengan pelanggan juga tergolong baik, walaupun masih terdapat satu aspek yang belum berjalan secara optimal yaitu mengenai sikap proaktif para pegawai dalam memberikan pelayanan penyewaan kendaraan kepada para pelanggan. Sedangkan aspek kepuasan pelanggan yang masih kurang adalah mengenai sikap proaktif para pegawai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, kepuasan pelanggan

dalam hal keandalan sistem pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap fasilitas pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan. Sementara itu, melalui analisis statistik diketahui bahwa pelayanan dan CRM memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama terhadap kepuasan pelanggan. Terhadap kepuasan pelanggan pelayanan memberikan kontribusi 49.9%, CRM 30.2%, dan secara bersama-sama (pelayanan dan CRM) memberikan kontribusi 51.8%.

Atas dasar hasil penelitian tersebut, maka ada empat saran yang perlu dipertimbangkan. *Pertama*, perusahaan perlu melakukan tindakan disiplin kepada para pegawai yang terbukti tidak memberikan pelayanan dengan baik kepada para pelanggan; *kedua*, perusahaan sebaiknya melakukan pengawasan dan pengarahan secara rutin kepada para pegawai; *ketiga*, perusahaan perlu memberikan pelatihan khusus kepada para pegawai, terutama tentang cara-cara memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, dan *keempat*, perusahaan harus terus secara berkala melakukan penelitian terhadap tingkat kepuasan, agar perilaku konsumen dapat terus dipantau.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

JUDUL	
PRAKATA	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
ABSTRAK	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Permasalahan	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Batasan Masalah	5
F. Sistematika Pembahasan	5
BAB II. TINJAUAN LITERATUR	8
A. Pengertian Pemasaran	8
B. Pemasaran Jasa	12
1. Arti Pemasaran Jasa	12
2. Dimensi Mutu Jasa	14
C. Pelayanan	16

1. Pengertian	16
2. Bentuk Pelayanan	20
D. Customer Relationship Management (CRM)	22
1. Pengertian	22
2. Manfaat Customer Relationship Management (CRM)	24
3. Customer Pyramid (Piramida Pelanggan)	26
4. Model Customer Relationship Management (CRM)	32
a. Nilai Pelanggan (Customer Value)	34
b. Perilaku Pelanggan (Customer Behaviour)	37
c. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)	38
E. Teori Kepuasan	40
1. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	40
2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	41
3. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	42
F. Kerangka Pemikiran	44
G. Pengajuan Hipotesa	46
BAB III. METODE PENELITIAN	48
A. Tempat dan Waktu Penelitian	48
B. Metode atau Rancangan Penelitian	48
C. Variabel dan Pengukuran	49
D. Definisi Operasional Variabel	49
E. Populasi dan Sampel	50
F. Metode Pengukuran Data	52

G. Metode Analisa	54
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
A. Analisis Deskriptif	56
1. Analisis Deskriptif variabel Pelayanan	56
2. Analisis Deskriptif Variabel Customer Relationship Management (CRM)	58
3. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	61
B. Analisis Statistik	63
1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	63
a. Analisis Korelasi	64
b. Analisis Koefisien Determinasi	64
c. Analisis Uji Hipotesa (Uji-t)	64
d. Analisis Regresi Sederhana	65
2. Pengaruh CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
a. Analisis Korelasi	67
b. Analisis Koefisien Determinasi	67
c. Analisis Uji Hipotesa (Uji-t)	67
d. Analisis Regresi Sederhana	68
3. Pengaruh Pelayanan dan CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan	68
a. Analisis Korelasi	69
b. Analisis Koefisien Determinasi	70
c. Analisis Uji Hipotesa (Uji-F)	70

d. Analisis Regresi Berganda	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Pelayanan	57
Tabel 4.2.	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (CRM)	59
Tabel 4.3.	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.4.	Rangkuman Hasil Perhitungan Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji t dan Regresi antara Pelayanan (X_1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).....	63
Tabel 4.5.	Rangkuman Hasil Perhitungan Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji t dan Regresi antara CRM (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	66
Tabel 4.6.	Rangkuman Hasil Perhitungan Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji F dan Regresi antara Pelayanan (X_1) dan CRM (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Unsur-unsur Pokok Pokok Piramida Pelanggan	27
Gambar 2.2.	Piramida Pelanggan yang Standar	30
Gambar 2.3.	Laba United Stated Long Distances Telephone	31
Gambar 2.4.	Model Customer Relationship Management	33
Gambar 2.5.	Penentu Nilai yang Diterima Pelanggan	36

