



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN MELALUI MEDIASI *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM)* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PENGGUNA JASA BANDAR UDARA  
SOEKARNO-HATTA, JAKARTA**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Oleh:  
**HENDRA SOEMANTO**  
**55121110024**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2023**



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN MELALUI MEDIASI *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PENGGUNA JASA BANDAR UDARA  
SOEKARNO-HATTA, JAKARTA**

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Oleh:  
HENDRA SOEMANTO  
55121110024**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Melalui Mediasi *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Bandar Udara Soekarno-Hatta, Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Hendra Soemanto

NIM : 55121110024

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 18 Agustus 2023

Menyetujui



Pembimbing,

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA

Dudi Permana Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Nurul Hidayah, M.Si.

Ketua Program Studi Magister Manajemen,

Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM.

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini,

Judul : Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Melalui Mediasi  
*Customer Relationship Management (CRM)* terhadap Kepuasan  
Pelanggan Pengguna Jasa Bandar Udara Soekarno-Hatta, Jakarta.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Hendra Soemanto

NIM : 55121110024

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 Agustus 2023,

merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Agustus 2023



Hendra Soemanto

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh;

Nama : Hendra Soemanto

NIM : 55121110024

Program Studi : Magister Manajemen,

dengan judul

“Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Melalui Mediasi *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Bandar Udara Soekarno-Hatta, Jakarta.”

telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 09/07/2023, didapatkan nilai persentase sebesar 29 %.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Juli 2023

Administrator Turnitin



Arie Pangudi

## LEMBAR DEDIKASI

مَنْ خَرَجَ فِي طَلْبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ حَتَّى يَرْجِعَ

Artinya : "Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang". (HR. Turmudzi)

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, tiada henti-hentinya peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT. Atas Ridho-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Bantuan dari berbagai pihak tidak luput dalam penyelesaian Tesis ini, baik bantuan secara materi, spiritual, informasi, atau motivasi.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang yang selalu saya hormati dan sayangi, yaitu: Ibunda Hj. Yusni Soemanto dan Ayahanda H. Soemanto, terima kasih telah memberikan kasih sayang, dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti mengiringi dalam proses penyelesaian Tesis ini. Kiranya hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangsih dalam pengembangan layanan PT Angkasa Pura 2 sebagai pengelola Bandara Soekarno-Hatta, Jakarta.

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani)

Semoga, selesainya Tesis ini adalah bagian dari harapan Allah dan Rasul-Nya, yang implikasinya menjadi orang yang sebaik-baiknya, yaitu senantiasa bermanfaat bagi orang lain.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada peneliti, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Melalui Mediasi *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Bandar Udara Soekarno-Hatta, Jakarta.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta. Peneliti menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan atas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian Tesis ini.

Secara khusus, peneliti menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dudi Permana Ph.D sebagai Dosen Pembimbing Tesis yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti selama penyusunan Tesis dari awal hingga dapat diselesaikan. Penyusunan tesis ini juga tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini, terutama kepada;

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM. sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen
4. Dr. Aldina Shiratina, M.Si. dan Dr. Catur Widayati, MM., sebagai dosen penguji/penelaah yang memberikan masukan dalam penyusunan Tesis ini
5. Dosen-dosen Pasca Sarjana Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta
6. Staf tenaga kependidikan Program Pasca Sarjana yang selalu membantu dan memperlancar urusan administrasi khususnya Program Magister Manajemen.
7. Teman-teman se-angkatan yang telah memberikan semangat dan dukungan tanpa henti kepada peneliti dalam penyelesaian Tesis ini.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu peneliti mengharapkan segala bentuk saran, masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Jakarta, 15 Agustus 2023

Peneliti





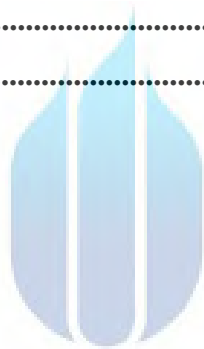
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR DEDIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah Penelitian.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	15
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian.....	16
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian.....	16
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	17
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	17
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	18
1.3.2.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.3.2.2 Manfaat Praktis.....	18
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN...</b>	<b>19</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	19
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.1.1 Dinamika Kepuasan Pelanggan .....	19
2.1.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	22

2.1.2.1 Definisi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	22
2.1.2.2 Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	25
2.1.3 Kualitas Layanan .....	26
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Layanan .....	26
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Layanan .....	27
2.1.4 Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ).....	29
2.1.4.1 Pengertian Citra Perusahaan .....	29
2.1.4.2 Dimensi Citra Perusahaan.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.2.1 Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2.2 Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan .....	32
2.2.3 Citra Perusahaan, CRM, dan Kepuasan Pelanggan.....	33
2.2.4 Kualitas layanan, CRM, dan Kepuasan Pelanggan .....	35
2.2.5 Citra Perusahaan, Kualitas layanan, CRM, dan Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	41
2.3.1 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan..	41
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.	42
2.3.3 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap CRM .....	44
2.3.4 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap CRM .....	45
2.3.5 Pengaruh CRM terhadap Kepuasan Pelanggan.....	46
2.3.6 Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan melalui Mediasi CRM terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
2.4 Kerangka Pemikiran .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	51
3.2 Variabel Penelitian .....	51
3.3 Definisi Konseptual, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel .....	52

3.3.1	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian ...	52
3.3.1.1	Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	53
3.3.1.2	<i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	53
3.3.1.3	Kualitas Layanan ( <i>Service Quality</i> ) .....	54
3.3.1.4	Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ) .....	54
3.3.2	Pengukuran Variabel .....	55
3.3.2.1	Instrumen (Skala) Kepuasan Pelanggan .....	55
3.3.2.2	Instrumen (Skala) <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	56
3.3.2.3	Instrumen (Skala) Kualitas Layanan.....	56
3.3.2.4	Instrumen (Skala) Citra Perusahaan.....	57
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	58
3.4.1	Populasi Penelitian .....	58
3.4.2	Sampel Penelitian .....	58
3.5	Metode/Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data Primer .....	59
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data Sekunder .....	59
3.6	Teknik Analisis Data .....	60
3.6.1	Uji Kualitas Instrumen .....	61
3.6.1.1	Uji Validitas .....	61
3.6.1.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.6.2	Uji Model Fit ( <i>Model Goodness of Fit</i> ).....	62
3.6.3	Uji Multikolinearitas .....	63
3.6.4	Uji Hipotesis.....	64
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	65
4.1.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
4.1.2	Hasil Analisis Dimensi Variabel Penelitian .....	66
4.1.3	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen (Skala) Penelitian.....	70
4.1.4	Pengujian Model Struktural.....	79

4.1.4.1 Analisis Uji Normalitas.....	80
4.1.4.2 Analisis Uji Multikolinearitas.....	82
4.1.4.3 Analisis Uji Model Fit atau <i>Goodness of Fit</i> (GoF). 83	
4.1.4.4 Hasil Analisis Uji Hipotesis .....	89
4.2 Pembahasan .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran .....	108
5.2.1. Saran Teoritis.....	108
5.2.2 Saran Praktis (Aplikatif).....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>135</b>

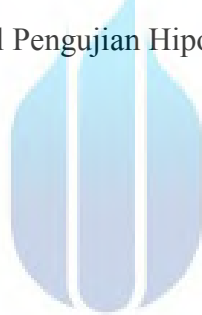


UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Peringkat The World Airport Awards Bandara Soekarno-Hatta, Jakarta Versi Skytrax Selama Tahun 2017-2022.....	5
Tabel 1. 2	Literatur Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Bandara .....	6
Tabel 1. 3	Anteseden kepuasan pelanggan bandara Soekarno-Hatta .....	8
Tabel 1. 4	Hasil Pra Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	9
Tabel 1. 5	Hasil Pra Penelitian Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	10
Tabel 1. 6	Hasil Pra Penelitian Variabel Kualitas Layanan ( <i>Service Quality</i> ) .	11
Tabel 1. 7	Hasil Pra Penelitian Variabel <i>Corporate Image</i> .....	13
Tabel 1. 8	Kesenjangan Penelitian ( <i>Research Gap</i> ) .....	14
Tabel 2. 1	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 2. 2	Varibel dan Dimensi Penelitian.....	50
Tabel 3. 1	Blue Print (Operasionalisasi) Skala Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 3. 2	Blue Print (Operasionalisasi) Skala <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	56
Tabel 3. 3	Blue Print (Operasionalisasi) Skala Kualitas Layanan .....	56
Tabel 3. 4	Blue Print (Operasionalisasi) Skala Citra Perusahaan.....	57
Tabel 4. 1	Result Descriptive Statistics .....	65
Tabel 4. 2	Result Descriptive Statistics Indikator Variabel Citra Perusahaan (Corporate Image).....	66
Tabel 4. 3	Result Descriptive Statistics Indikator Variabel Kualitas Layanan (Service Quality).....	67
Tabel 4. 4	Result Descriptive Statistics Indikator Variabel Customer Relationship Management (CRM).....	68
Tabel 4. 5	Result Descriptive Statistics Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) .....	70
Tabel 4. 6	Hasil Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel Eksogen .....	74

Tabel 4. 7	Hasil Validitas dan Reliabilitas Konstruk Eksogen setelah Pengeluaran Indikator tidak Valid .....	77
Tabel 4. 8	Hasil Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel Endogen.....	79
Tabel 4. 9	Hasil Uji Normalitas .....	81
Tabel 4. 10	Correlation Matrix of Independent Variables .....	83
Tabel 4. 11	Goodness of Fit model .....	86
Tabel 4. 12	Goodness of Fit Statistic .....	87
Tabel 4. 13	Pengaruh Langsung (Direct Effect) .....	90
Tabel 4. 14	Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) .....	92
Tabel 4. 15	Persamaan Struktural .....	93
Tabel 4. 16	Matriks Korelasi antar Dimensi .....	94
Tabel 4. 17	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	96



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Prioritas Pengalaman Pelanggan.....	3
Gambar 2. 1 Model Teori I: Pengaruh Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ) dan Kualitas Layanan ( <i>Service Quality</i> ) melalui mediasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	50
Gambar 4. 1 Hasil Estimasi Model CFA Konstruk Variabel Eksogen .....	73
Gambar 4. 2 Hasil Estimasi Model CFA Konstruk Variabel Eksogen setelah Indikator tidak Valid Dikeluarkan .....	76
Gambar 4. 3 Hasil Estimasi Model CFA Konstruk Variabel Endogen .....	78
Gambar 4. 4 Hasil Estimasi Model SEM (Standardized Solution).....	88
Gambar 4. 5 Hasil Estimasi Model SEM (t-value) .....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 LEMBAR PERMOHONAN KEPADA RESPONDEN .....	136
LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN .....	137
LAMPIRAN 3 SYNTAX.....	141
LAMPIRAN 4 OUTPUT_SEM_LISREL .....	142
LAMPIRAN 5 RAW DATA - 235 SAMPEL .....	162
LAMPIRAN 6 DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	165

