



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT VERVETAMA TECHNOLOGY.

LAPORAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

Nurul Khatimah

44216120027

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khatimah
NIM : 44216120027
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Vervetama Technology

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan didalam Laporan Skripsi saya terdapat unsure plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Maret 2023



Nurul Khatimah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nurul Khatimah

NIM : 44216120027

Program Studi : *Public Relations*

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Vervetama Technology

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Heri Budianto, M.Si

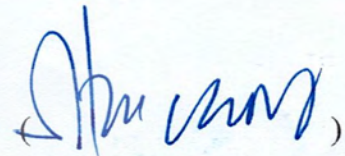
NIDN : 0302097401

Ketua Penguji : Anindita, S.Pd, M.Ikom

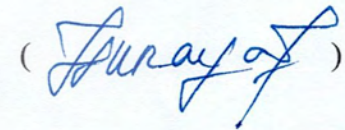
NIDN : 0306018903

Penguji Ahli : Dr. Suraya, M.Si

NIDN : 0327116802

()

()

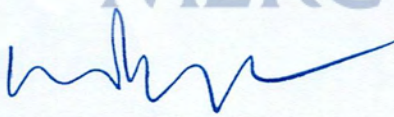
()

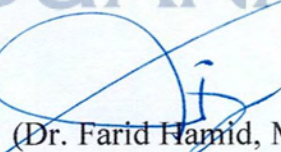
Jakarta, 13 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

()
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khatimah
NIM : 44216120027
Program Studi : *Public Relations*
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations*
Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Vervetama
Technology

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalanda (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Maret 2023

Yang menyatakan,



Nurul Khatimah

ABSTRAK

Nama : Nurul Khatimah
NIM : 44216120027
Program Studi : *Public Relations*
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations*
Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Vervetama
Technology
Pembimbing : Dr. Heri Budianto, M.Si

Penelitian ini membahas mengenai Kualitas Pelayanan Customer Relations Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Vervetama Technology. Latar belakang masalah yang diambil yaitu sebagai perusahaan reseller yang menjual produk IT dengan kualitas pelayanan customer relations yang sudah di lakukan dapat memenuhi harapan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan customer relations terhadap kepuasan pelanggan di PT Vervetama Technology.

Dalam penelitian ini menggunakan teori SERVQUAL. responden sebanyak 301 pelanggan di PT. Vervetama Technology. Tipe penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan dengan pengumpulan data yaitu metode survey berupa penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. Vervetama technology. penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil uji regresi, peneliti mendapatkan hasil dari pengaruh kualitas pelayanan customer relations terhadap kepuasan pelanggan di PT. Vervetama Technology sebesar 81,1% dan sisanya 18.9% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hasil uji hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan customer relations (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas pelayanan customer relations berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Vervetama Technology. Dapat diartikan bahwa semakin banyak pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin besar pelanggan yang merasakan puas akan pelayanan tersebut.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Customer Relations dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Name : Nurul Khatimah
NIM : 44216120027
Study Program : Public Relations
Title Internship Report : The Effect of Customer Relations Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Vervetama Technology
Counsellor : Dr. Heri Budianto, M.Si

This research discusses the Quality of Customer Relations Service towards Customer Satisfaction at PT Vervetama Technology. The background of the problem taken is as a reseller company that sells IT products with the quality of customer relations services that have been carried out to meet customer expectations. The purpose of this study is to determine the effect of customer relations service quality on customer satisfaction at PT Vervetama Technology.

In this study using the SERVQUAL theory, respondents were 301 customers at PT. Vervetama Technology. The research type uses a quantitative approach and with data collection, namely the survey method in the form of distributing questionnaires to PT. Vervetama technology. This study used a simple linear regression test. Based on the results of the regression test, researchers obtained results from the influence of customer relations service quality on customer satisfaction at PT. Vervetama Technology was 81.1% and the remaining 18.9% was influenced by other factors. The results of the H1 hypothesis test were accepted and H0 was rejected. It can be concluded that the quality of customer relations service (X) has a significant effect on customer satisfaction (Y)

The results of this study is that the quality of customer relations service has a positive and significant effect on customer satisfaction of PT Vervetama Technology. It can be interpreted that the more services provided to customers, the greater the customers who feel satisfied with the service.

Keywords : Service Quality, Customer Relations and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan kuasanya peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Vervetama Technology”** dengan baik dan cepat pada waktunya. Peneliti ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1). Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

Peneliti sadar akan masih banyak kekurangan dalam proposal skripsi ini yang jauh dari sempurna, namun peneliti telah berusaha untuk memberikan yang terbaik. Dengan segala kekurangan dan kelebihanannya, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi pada pembaca.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari peralatan dan bantuan beberapa pihak, baik bantuan moril maupun maeril oleh karena itu peneliti ingin memberikan apresiasi sebagai bentuk rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Heri Budianto, M.Si selaku pembimbing peneliti terima kasih atas arahan dan waktunya.
2. Dr. Elly Yuliawati, M. Siselaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
5. Veronica Sherly Agustina, selaku owner dari PT Vervetama Technology yang telah berkenan memberikan ijin dan waktunya kepada saya, untuk menggunakan perusahaannya sebagai bahan penelitian ini.

6. Kedua orang tua tercinta Bapak Cukinanta dan Ibu Mariyem yang sangat saya cintai, terima kasih atas kasih sayang dan dukungan yang telah kalian berikan, dan perjuangan serta doa yang tidak pernah putus kalian berikan.
7. Terima kasih juga saya sampaikan kepada kakak saya Sri Ariyanto yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya kepada saya.
8. Susanti, terima kasih atas dukungan, bantuan, dan hiburan yang telah diberikan selama masa saya mengerjakan tugas akhir. Terima kasih juga kepada sahabat - sahabat saya Inne Farhati, Riza Agustiani Risandi, Mutianti, Irma Septiana, Asmaul Husna, Firdha Rahma Isnaini, Nicky Rendika Billyandrian Putri, M Dwi Sandy Winata, Saputri Maharani, Wati Winarsih, Hayatul Mila, Ashfia Lahnati, Bertha Desiramanisa, Hanifah dan Ayu Andini yang telah memberikan dukungan dan hiburan.

Atas segala bantuan dan dukungannya kepada penulis, sekali lagi penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.

Jakarta, 13 Februari 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nurul Khatimah
(Peneliti)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Komunikasi	19
2.2.1 Komunikasi Organisasi.....	19
2.3 Public Relations.....	20
2.3.1 Fungsi dan Tujuan <i>Public Relation</i>	21
2.4 Marketing Public Relations	22
2.5 Publik Internal dan Eksternal	23
2.5.1 Publik Internal.....	23
2.5.2 Publik Eksternal.....	25
2.5.3 Pelanggan	26
2.6 Customer Relationspublik	26

2.7 Kualitas	29
2.7.1 Kualitas Pelayanan	29
2.8 Kepuasan Pelanggan	31
2.8.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan	32
2.8.2 Kerangka Pemikiran	33
2.8.3 Landasan Teori	34
2.9 Hipotesis Penelitian	35
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian	37
3.2. Metode Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel	38
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	39
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	39
3.4.1 Definisi Konsep	39
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data Sekunder	43
3.5.3 Uji Validitas	44
3.5.4 Uji Reliabilitas	46
3.6 Teknik Analisa Data	48
3.6.1 Analisa Data	48
3.6.2 Uji Regresi Sederhana	49
3.6.3 Uji Hipotesis	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.2 Profil Perusahaan PT Vervetama Technology	51

4.1.2 Visi Perusahaan.....	51
4.1.3 Misi Perusahaan	52
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Data Responden	53
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel Independen (X).....	54
4.2.4. Analisis Statistik Deskriptif.....	79
4.2.4.1. Analisa Deskriptif Variabel X.....	80
4.2.4.2. Analisa Deskriptif Variabel Y.....	81
4.2.5. Analisis Statistik Inferensial	81
4.2.5.1. Uji Regresi Sederhana.....	82
4.2.5.2. Uji Hipotesis	84
4.3 Pembahasan.....	85
BAB V.....	92
SIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Saran	92
5.2.1 Saran Akademis	93
5.2.2 Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep	44
Tabel 3.3 Skor Skala Likert	47
Table 3.4 Uji Validitas Variabel X	49
Tabel 3.5 Skala Likert	50
Tabel 3.6 Klasifikasi Reliabilitas	51
Table 3.7 Uji Reabilitas Variabel X	52
Table 3.8 Uji Reabilitas Variabel Y	52
Tabel 4.1 Jangka Waktu Responden	57
Tabel 4.2 Pernyataan X1	58
Tabel 4.3 Pernyataan X2	59
Tabel 4.4 Pernyataan X3	59
Tabel 4.5 Pernyataan X4	60
Tabel 4.6 Pernyataan X5	61
Tabel 4.7 Pernyataan X6	61
Tabel 4.8 Pernyataan X7	62
Tabel 4.9 Pernyataan X8	63
Tabel 4.10 Pernyataan X9	64
Tabel 4.11 Pernyataan X10	64
Tabel 4.12 Pernyataan X11	65
Tabel 4.13 Pernyataan X12	66
Tabel 4.14 Pernyataan X13	66
Tabel 4.15 Pernyataan X14	67
Tabel 4.16 Pernyataan X15	68
Tabel 4.17 Pernyataan X16	68

Tabel 4.18 Pernyataan X17	69
Tabel 4.19 PernyataanX18	70
Tabel 4.20 Pernyataan Y1	71
Tabel 4.21 Pernyataan Y2	71
Tabel 4.22 Pernyataan Y3	72
Tabel 4.23 Pernyataan Y4	73
Tabel 4.24 Pernyataan Y5	74
Tabel 4.25 Pernyataan Y6	74
Tabel 4.26 Pernyataan Y7	75
Tabel 4.27 Pernyataan Y8	76
Tabel 4.28 Pernyataan Y9	77
Tabel 4.29 Pernyataan Y10	77
Tabel 4.30 Pernyataan Y11	78
Tabel 4.31 Pernyataan Y12	79
Tabel 4.32 Pernyataan Y13	79
Tabel 4.33 Pernyataan Y14	80
Tabel 4.34 Pernyataan Y15	81
Tabel 4.35 Pernyataan Y16	81
Tabel 4.36 Pernyataan Y17	82
Tabel 4.37 Pedoman Interpretasi Jumlah Skor Jawaban Responden	83
Tabel 4.38 Analisa Deskriptif Variabel X	83
Tabel 4.39 Analisa Deskriptif Variabel Y	85
Tabel 4.40 Hasil Uji Regresi	87
Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Regresi	87
Tabel 4.42 Uji F Anova	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Hasil Data Responden	102
Lampiran 3 Diagram Jangka Waktu Responden.....	107
Lampiran 4 Bukti chat kepada pelanggan saat pengisian kuseioner.....	108
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	109

