

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP* MARKETING DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI YAMAHA ALFA SCORPII PASIR PENGARAIAN

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



Oleh:

AULA IKHSYAN

NIM 1525050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2020**

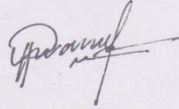
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : AULA IKHSAN
NIM : 1525050
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI YAMAHA ALFA SCORPII PASIR PENGARAIAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Senin, 29 Juni 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

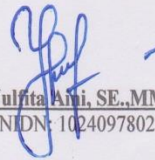
Pasir Pengaraian, 23 Juli 2020

Pembimbing I



Purwantoro, SE, M.Si
NIDN: 1030049001

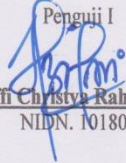
Pembimbing II



Yulita Aji, SE, MM
NIDN: 1024097802

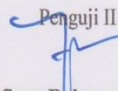
Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I



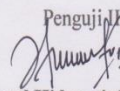
Dr. Hefri Christya Rahayu, SE, M. Si
NIDN. 1018067303

Penguji II



Arrafiqur Rahman, SE, MM
NIDN. 1018108502

Penguji III



Nurul Hidavati, SE, M.Si
NIDN. 1005118901

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Arrafiqur Rahman, SE, MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AULA IKHSYAN
Nomor Mahasiswa : 1525050
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*
DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI YAMAHA ALFA SCORPII PASIR
PENGARAIAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 09 Juli 2020
Yang Membuat Pernyataan



AULA IKHSYAN

ABSTRAK

AULA IKHSAN. NIM: 1525050. 2020. PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI YAMAHA ALFA SCORPII PASIR PENGARAIAN. PEMBIMBING I: PURWANTORO, SE,M.Si DAN PEMBIMBING II: YULFITA AINI, SE.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh *customer relationship marketing* dan layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Alfa Scorpii Pasir Pengaraian. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen dari Dealer Yamaha Alfa Scorpii Pasir Pengaraian Teknik penentuan sampel menggunakan teknik aksidental sampling dengan responden sejumlah 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini *customer relationship marketing* (X1), layanan purna jual (X2) dan variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Metode pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan wawancara. Uji keandalan instrument meliputi uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 1,109 + 0,847X_1 + 0,153X_2$. Secara parsial, diperoleh t-hitung *customer relationship marketing* 76.222 dan layanan purna jual 9.760. Secara simultan, diperoleh F-hitung 3018.328 menunjukkan *customer relationship marketing* dan layanan purna jual secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 98,4% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *customer relationship marketing* dan layanan purna jual, sedangkan sisanya 1,6 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian secara parsial maupun secara simultan *customer relationship marketing* dan layanan purna jual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *customer relationship marketing*, layanan purna jual, kepuasan pelanggan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis masih menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kelemahan dan kesalahan dikarenakan keterbatasan dari penulis. Oleh sebab itu kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan ini sangat diharapkan. Penyelesaian penulisan ini berkat bantuan dari berbagai pihak untuk itu tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M. Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian
3. Bapak Purwantoro, SE,M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian, sekaligus Pembimbing I yang telah banyak membimbing skripsi ini
4. Ibu Yulfita Aini, SE.,MM, Sebagai dosen Pembimbing II yang telah banyak membimbing penulisan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

6. Rekan-rekan seperjuangan yang banyak membantu pengerjaan proposal ini hingga akhirnya sama-sama dapat meraih gelar sarjana.
7. Semua pihak yang takmungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah Shubhanallah wa taala sebagai amal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, Juli 2020

penulis

AULA IKHSYAN

NIM. 1525050

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pengertian <i>Customer Relationship Marketing</i>	14
2.1.1.1 Tujuan dan Manfaat <i>Customer Relationship Marketing</i>	16
2.1.1.2 Indikator <i>Customer Relationship Marketing</i> ..	17
2.1.2 Pengertian Layanan Purna Jual.....	19
2.1.2.1 Indikator Layanan Purna Jual.....	20
2.1.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.3.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	23

2.1.3.3	Strategi Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.3.4	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	29
2.1.3.5	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.4	Penelitian Terdahulu	31
2.2	Kerangka Konseptual	33
2.3	Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	35
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.3	Jenis dan Sumber Data	36
3.4	Teknik Pengambilan Data	37
3.5	Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.6	Instrumen Penelitian	39
3.7	Teknik Analisis Data	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Sejarah Tempat penelitian.....	45
4.1.2	Visi dan Misi.....	46
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	47
4.2	Karakteristik Responden.....	50
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
4.3	Uji Instrument Penelitian.....	54
4.3.1	Uji Validitas Instrument.....	54

4.3.2 Uji Reabilitas Instrument.....	55
4.4 Analisis Deskriptif	56
4.4.1 Variabel <i>Customer Relationship Marketing</i>	56
4.4.2 Variabel Layanan Purna Jual.....	57
4.4.3 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	58
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5.1 Normalitas Data.....	59
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	60
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.8 Pengujian Hipotesis.....	64
4.8.1 Uji -t.....	64
4.8.2 Uji F.....	65
4.9 Pembahasan.....	67

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Data Jumlah Penjualan Di Dealer Alfa Scorpii Tahun 2012 s/d 2018.....	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1	Defenisi Opersional.....	38
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	39
Tabel 3.3	Kriteria Analisis Deskriptif Data.....	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.7	TCR Variabel <i>Customer Relationship Marketing</i>	56
Tabel 4.8	TCR Variabel Layanan Purna Jual.....	57
Tabel 4.9	TCR Variabel Kepuasan Pelanggan.....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas.....	60
Tabel 4.12	Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	62