

ABSTRAK

Judul penelitian : Pengaruh Customer Relationship Mnajemen dan citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kereta Api Logistik (Studi kasus JL. PJKA Utara Stasiun Kediri)

Dosen pembimbing : Dr. Hj. Sri Wahyuni Mega H.,M.Si

: Lina Saptaria, S.PD,M,M

Nama Mahasiswa : Brily Mahardika

Npm :19130210022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Manajement* dan Citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kereta Api Logistik Kediri. Adapun variable penelitian ini adalah *Customer Relationship Manajement* (X1), Citra Perusahaan (X2) Dan Kepuasan Konsumen (Y), penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan pengumpulan data berupa wawancara, kuesioner, dan studi Pustaka. Sedangkan analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisiensi determinasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Purposive sampling dengan pertimbangan konsumen PT. Kereta Api Logistik Kediri yang 384 sampel.

Hasil penelitian ini menggunakan program SPSS dengan menggunakan taraf sebesar 5% atau 0,05 dengan hasil (1) hasil perhitungan uji t pada hipotesis pertama diperoleh nilai t hitung sebesar 10,227 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa H_a diterima H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh secara parsial anantara variabel *Customer Relationship Manajement* terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Logistik kediri. (2) hasil perhitungan uji t pada hipotesis kedua diperoleh t hitung sebesar 6,93 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya ada pengaruh secara parsial anata variabel citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Logistik Kediri. (3) hasil perhitungan F hitung pada penelitian ini sebesar 9,926 dan nilai signifikansi F adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti secara silmutan *Customer Relationship Manajement* dan Citra Perusahaan berpengaruh signifikasi terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Logistik Kediri, hasil ini membuktikan bahwa secara empiris hipotesis ketiga dapat dibuktikan.

Kata kunci: *Customer Relationship Manajement* , Citra Perusahaan, dan Kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Title of the study: *The Influence of Customer Relationship Management and Company Image on Consumer Satisfaction at PT. Railway Logistics (Case study JL. PJKA Utara Kediri Station)*

Supervisor : Dr. Hj. Sri Wahyuni Mega H.,M.Si

: Lina Saptaria, S.PD,M,M

Student Name : Brily Mahardika

Npm :19130210022

This study aims to determine the influence of Customer Relationship Management and Corporate Image on consumer satisfaction at PT. Kediri Logistics Railway. The variables of this study are Customer Relationship Management (X1), Company Image (X2) and Consumer Integrity (Y), this study uses a quantitative method using data collection in the form of interviews, questionnaires, and literature studies. Meanwhile, the analyses used were validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, t-test, f test, and determination coefficient. Sampling in this study uses Purposive sampling with the consideration of consumers of PT. Kediri Logistics Train which is 384 samples.

The results of this study use the SPSS program using a tariff of 5% or 0.05 with the result of (1) the results of the calculation of the t-test in the first hypothesis were obtained with a calculated t-value of 10.227 with a significance value of $0.000 < 0.05$. These results show that H_a was accepted by H_o and rejected, meaning that there is a partial influence between the variables of Customer Relationship Management on consumer satisfaction at PT Kereta Api Logistik Kediri. (2) The results of the calculation of the t-test in the second hypothesis were obtained with a calculated t of 6.93 with a significance value of $0.000 < 0.05$. These results show that H_a is accepted and H_o is rejected, meaning that there is a partial influence of the Company's image variables on consumer satisfaction at PT Kereta Api Logistik Kediri. (3) the result of the calculation of F in this study is 9.926 and the significance value of F is $0.000 < 0.05$. It can be concluded that H_a was accepted and H_o was rejected which means that in terms of Customer Relationship Management and Company Image have a significant effect on consumer satisfaction at PT Kereta Api Logistik Kediri, this result proves that empirically the third hypothesis can be proven.

Keywords: *Customer Relationship Management, Company Image, and Customer Satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERTANYAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	12
2.2.1 Pemasaran dan strategi pemasaran.....	12
2.2.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	13
2.2.3 Citra Perusahaan	21
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	27
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3.1 Hubungan antara <i>customer relationship management (CRM)</i> terhadap kepuasan konsumen	30
2.3.2 Hubungan antara citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen	31
2.4 Kerangka Teoritik.....	32
2.5 Hipotesis	33

2.5.1 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kereta Api Logistik.....	34
2.5.2 Citra Perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kereta Api Logistik	34
2.5.3 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dan Citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kereta Api Logistik.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2 Jenis Penelitian.....	36
3.3 Lokasi Penelitian	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel	37
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	38
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya.....	40
3.7.1 Sumber Data	40
3.7.2 Teknik Pengumpulan	41
3.8 Identifikasi Variabel	43
3.9 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.9.1 Kepuasan Konsumen (Y)	43
3.9.2 <i>customer relationship managemen</i> CRM (X1).....	43
3.9.3 Citra perusahaan (X2)	44
3.10 Teknik Analisis.....	45
3.10.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.10.3 Analisi Regresi Linier Berganda.....	48
3.10.4 Analisis Hipotesis	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Gambaran umum Perusahaan	52
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	58

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	59
4.1.4 Hasil Analisis Statistik	79
4.1.5 Regresi linier berganda.....	84
4.1.6 Uji Hipotesis	85
4.2 Pembahasan dan interpretasi hasil penelitian.....	88
4.2.1 Pengaruh <i>Costumer Relationship Management</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Kereta Api Logistik Kediri.	88
4.2.2 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Kereta Api Logistik Kediri.....	90
4.2.3 Pengaruh <i>Costumer Relationship Management</i> dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Kereta Api Logistik Kediri	92
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99