

**ANALISIS PENGARUH CRM, NILAI
PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada DayTrans Jepara)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun Oleh :

SILFIA ANDRIYANI

NIM. 131110000729

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH CRM, NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS

LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus Pada DayTrans Jepara)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Silfia Andriyani
NIM : 131110000729
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

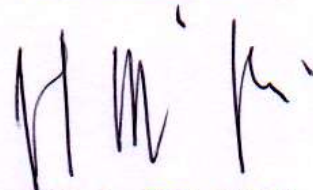
Pembimbing I



Hj. Nurul Komariyatin, SE, M.Si

Tgl 23 September 2017

Pembimbing II



Nurul Huda, S.E., M.M.

Tgl 20 September 2017

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH CRM, NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada DayTrans Jepara)

Nama Penyusun : Silfia Andriyani
NIM : 131110000729
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan tim penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Pada hari Senin, tanggal 2 oktober 2017

Penguji I



Anna Widiastuti, S.E., M.Si.

NIDN. 0602107401

Penguji II



Murharsito, S.E., M.Sc.

NIDN. 0010048101

Mengesahkan
Ketua
Program Studi Manajemen



A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.

NIDN. 0621048002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu akan menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum (hakim) sedangkan harta terhukum. Kalau harta itu akan berkurang apabila dibelanjakan, tetapi ilmu akan bertambah apabila dibelanjakan. (Sayidina Ali bin Abi Thalib)

Sabar memiliki dua sisi, sisi yang satu adalah sabar, sisi yang lain adalah bersyukur kepada Allah. (Ibnu Mas'ud)

Karya ini kupersembahkan untuk:

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama'
(UNISNU) Jepara*

Bapakku Rastin dan Ibuku Tri Budi Kusri atas doa dan kasihnya

Suamiku Nanang Nuril Muntaha dan anakku Misha Shafana, kakakku Feri dan Koko serta adikku Putra dan semua keluargaku atas semua, bantuan dan pengorbanannya

Pimpinan dan pegawai DayTrans Jepara atas segala dukungan dan bantuannya serta para pelanggan atas kesediaannya mengisi kuisisioner

Para sahabatku atas segala bantuan dan kebersamaannya.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar strata 1 (S-1) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul : "Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada DayTrans Jepara)".
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu :
 - a. Nurul Komariyatin, SE.M.Si
 - b. Nurul Huda, SE.MM

Apabila kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima pencabutan Gelar Akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 23 September 2017



Silfia Andriyani

131110000729

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr.wb

Alhamdulillah, dengan segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan rahmat, taufik dan hidayahnya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas dan syarat yang wajib dipenuhi guna menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara dengan judul : “Analisis Pengaruh CRM, Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada DayTrans Jepara)”. Sholawat serta salam semoga selalu mengalir kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang selalu meniti dijalanannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan walaupun penulis telah berusaha semaksimal mungkin. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan kerjasama, baik berupa dukungan moril dan materiil dari berbagai pihak maka penulisan skripsi ini tidak bisa terwujud. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. KH. Muhtarom, HM. selaku Rektor UNISNU Jepara.
2. Bapak Much. Imron, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.
3. Bapak A. Khoirul Anam, SE, MSi selaku Ketua Prodi Manajemen_Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.
4. Ibu Nurul Komariyatin, S.E, M.Si. dan Bapak Nurul Huda, SE,MM selaku dosen pembimbing yang berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan.

5. Bapak Murharsito, S.E, M.Si selaku dosen wali program studi manajemen, terima kasih atas bimbingannya dan kemudahan dalam menempuh kuliah.
6. Kepala Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara beserta seluruh petugas perpustakaan yang telah memberikan layanan perpustakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada karyawan kantor DayTrans Jepara yang sudah membantu dalam penelitian saya yaitu menjadi objek penelitian.
8. Ayah, Ibu dan Adik-adiku tercinta yang telah memberikan doa dan restu serta dorongan, baik material maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan.
9. Teman-teman, sahabat yang senantiasa memberikan bantuan dan motivasi, dan semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah membantu hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Atas jasa-jasa mereka, penulis hanya dapat memohon doa semoga amal mereka diterima disisi Allah SWT, dan mendapat balasan pahala serta mendapat kesuksesan baik itu di dunia maupun di akhirat kelak Amin.

Penulis dalam hal ini menyadari bahwa, dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dalam arti yang sebenarnya, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Namun demikian penulis masih berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan rekan-rekan pembaca pada umumnya. Amin.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

Jepara, 23 September 2017

Penulis
Silfia Andriyani

ABSTRAK

Penjualan tiket DayTrans Jepara dari tahun ke tahun telah mengalami peningkatan. Sejak tahun 2012 berjumlah 3361 penumpang menjadi 7199 pada tahun 2014 tapi terjadi penurunan pada tahun 2015 yakni menjadi 7062. DayTrans selalu berusaha memiliki keunggulan dibanding jasa Transporasi yang lain. Selain itu pelanggan akan menerima informasi dari bagian administrasi tentang keberangkatan jamnya dan ditunggu dimana yang sesuai jalurnya. Hal ini membuat muncul keyakinan pelanggan dalam melakukan perjalanan. Akan tetapi sekarang ini banyak persaingan termasuk dari Bejeu, Bus kota dan berbagai Travel lainnya tentunya tidak hanya persaingan harga tapi juga pelayanan dengan membuat keunggulan tersendiri yang membuat nilai bagi pelanggan.

Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan DayTrans Travel Jepara sebagai obyek dalam penelitian. Sebagai unit yang dianalisis sampel yang digunakan sebanyak 96 responden dengan menggunakan cara *accidental sampling*. Dalam penelitian analisis yang digunakan menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data dapat disimpulkan Ada pengaruh signifikan antara CRM, nilai pelanggan, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung (59,323) > F tabel (2,70) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya jika CRM, nilai pelanggan, dan kualitas pelayanan semakin meningkat, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

Kata Kunci: CRM, Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Kepuasan konsumen.....	9
2.1.2. CRM.....	11
2.1.3. Nilai Pelanggan	16
2.1.4. Kualitas Layanan.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
2.4. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Variabel dan Definisi Operasional	25
3.2. Jenis dan Sumber Data	29

3.3.	Populasi dan Sampel	30
3.4.	Metode Pengumpulan Data	31
3.5.	Metode Pengolahan Data.....	31
3.6.	Metode Analisis Data	33
3.6.1.	Uji Kualitas Instrumen Data	33
3.6.2.	Analisis Regresi Berganda	34
3.6.3.	Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	39
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan DayTrans TRAVEL JEPARA	39
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.3.	Lokasi dan Letak Perusahaan.....	44
4.1.4.	Struktur Organisasi Perusahaan DayTrans Jepara	44
4.2.	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	46
4.2.1.	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2.	Responden berdasarkan Usia	47
4.2.3.	Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.2.4.	Responden berdasarkan Pendapatan	49
4.3.	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.3.1.	Variabel CRM	50
4.3.2.	Variabel Nilai Pelanggan	51
4.3.3.	Variabel Kualitas Pelayanan	53
4.3.4.	Variabel Kepuasan Konsumen.....	55
4.4.	Uji Kualitas Instrumen	58
4.4.1.	Uji Validitas	58
4.4.2.	Uji Reliabilitas	59
4.5.	Uji Asumsi Klasik	60
4.6.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.7.	Uji Hipotesis.....	65
4.7.1.	Uji Statistik F	65
4.7.2.	Uji Statistik t	67

4.8. Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.9. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penumpang DayTrans	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.5 Hasil Persepsi Responden Tentang CRM	50
Tabel 4.6 Hasil Persepsi Responden Tentang Nilai Pelanggan	51
Tabel 4.7 Hasil Persepsi Responden Tentang Kualitas Pelayanan	53
Tabel 4.8 Hasil Persepsi Responden Tentang Kepuasan Konsumen.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik F.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik t.....	67
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan DayTrans Jepara	45
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	61
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	63
Gambar 4.4 Kurva Uji F Pengaruh CRM (X1), Nilai Pelanggan (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	67
Gambar 4.5 Kurva Uji Statistik t (CRM)	68
Gambar 4.6 Kurva Uji Statistik t (Nilai Pelanggan)	69
Gambar 4.7 Kurva Uji Statistik t (Kualitas Pelayanan)	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	84
Lampiran 2 Kuesioner	85
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 4 Frekuensi Responden dan Frekuensi Variabel Penelitian	95
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Berganda	101
Lampiran 6 Tabel t dan Tabel F	104