

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN STUDI KASUS RECO GROUP
PANGKALPINANG**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024**

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN STUDI KASUS RECO GROUP
PANGKALPINANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis**



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NIM : 2077500036

Nama : Lola Anggreani

Judul Skripsi : Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan studi kasus Recco Group Pangkalpinang

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan didalam laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Pangkalpinang, 17 Juli 2024



(Lola Anggreani)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN STUDI KASUS RECO GROUP PANGKALPINANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lola Anggreani

2077500036

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 24 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing

Anggota



R. Ferry Bakti A, S.H., M.M.
NIDN. 0208038701



Lili Indah Sari, M.Kom
NIDN. 0228128003

Ketua



Dr. Amri, S.E., M.M.
NIDN. 0217056601

Kaprodi Bisnis Digital



Sarwindah, S.Kom., MM
NIDN. 0212068601

Sksripsi ini telah diterima dan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital
Tanggal 24 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


Hengki, S.Kom., M. Kom

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih setia dan kemurahanNya yang memberikan kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Bisnis Digital ISB ATMA LUHUR.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan skripsi ini takan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menciptakan dan memberikan kehidupan di dunia
2. Ayah dan kakak yang telah mendukung penulis dengan memberikan motivasi, semangat, dan doa.
3. Bapak Drs. Djaetun Hs yang telah mendirikan Atma Luhur.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Wendi Usino, MM, M.Sc., Ph.D Selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki, S.Kom., M.Kom Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ISB Atma Luhur.
6. Ibu Sarwindah, S.Kom., MM Selaku kaprodi Bisnis Digital.
7. Ibu Lili Indah Sari, M.Kom Selaku Dosen Pembimbing.
8. Teman – teman seperjuangan Rifka Rahmatullah dan Rivaldo serta teman – teman angkatan 2020 yang telah menjalin kebersamaan dalam suka maupun duka selama menuntut ilmu di ISB ATMA LUHUR
9. Dmitriev Abraham Hariyanto atau Abe Cekut, bayi tiktok yang sangat lucu nan menggemaskan dengan segala tingkah randomnya, yang selalu menjadi penghibur penulis ketika sudah merasakan lelah mengerjakan tugas akhir ini.

10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan kasih – Nya, Amin.

Pangkalpinang, Juli 2024

Lola Anggreani



ABSTRACT

Customer relationship management is a strategy for providing good service and building closer relationships with customers. This research aims to analyze the implementation of customer relationship management in Reco Group Pangkalpinang. This research uses quantitative methods using data analysis techniques, namely descriptive statistics. Data collection in this research used observation and questionnaire techniques. The data source obtained used primary data, namely a questionnaire involving 60 respondents who were a combination of Reco Group employees and customers. The results of this research state that the variables Technology, Process, Data and Information, and Human Resources have an influence on customer satisfaction of 64.3%. It is hoped that this research can improve the quality of service from staff at Reco Group.

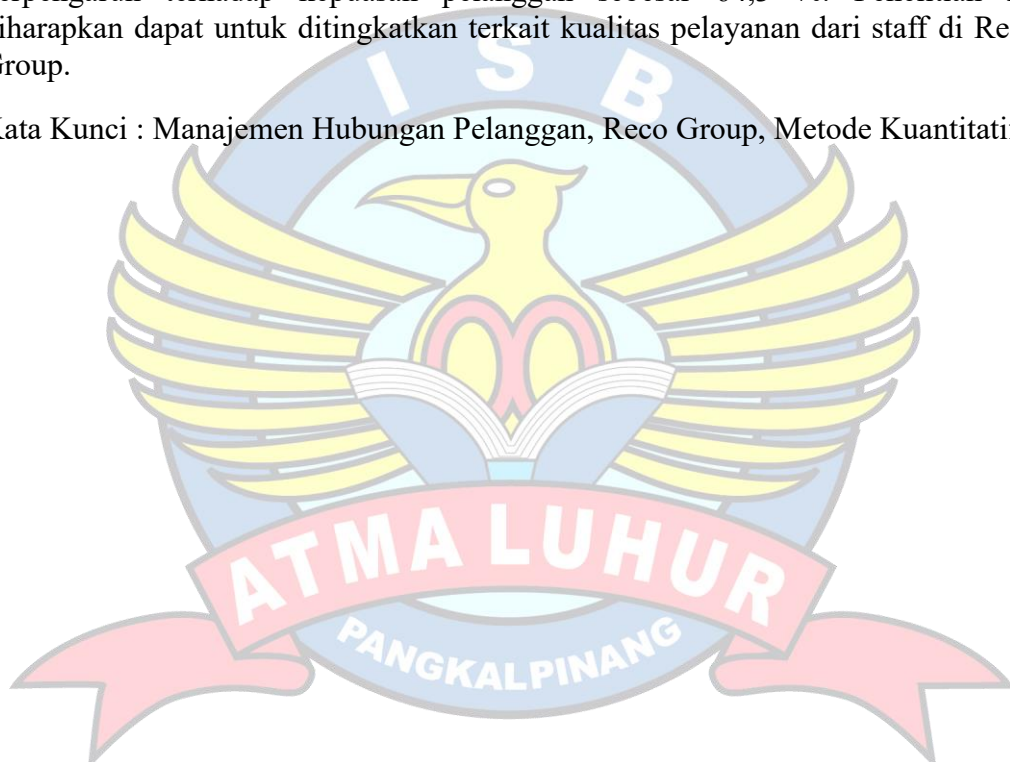
Keywords: Customer Relationship Management, Reco Group, Quantitative Method



ABSTRAK

Manajemen hubungan pelanggan merupakan salah satu strategi dalam memberikan pelayanan yang baik dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen hubungan pelanggan yang ada di Reco Group Pangkalpinang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data yaitu statistik deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan kuesioner (angket). Sumber data yang diperoleh menggunakan data primer yaitu kuesioner yang melibatkan 60 responden yang merupakan gabungan dari karyawan dan pelanggan Reco Group. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dari variabel Teknologi, Proses, Data dan Informasi, dan Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 64,3 %. Penelitian ini diharapkan dapat untuk ditingkatkan terkait kualitas pelayanan dari staff di Reco Group.

Kata Kunci : Manajemen Hubungan Pelanggan, Reco Group, Metode Kuantitatif



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Janganlah hendak kamu khawatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginan mu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.

(Filipi 4:6)

Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari esok. Karena hari esok punya kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari, cukuplah untuk sehari.

(Matius 6:34)

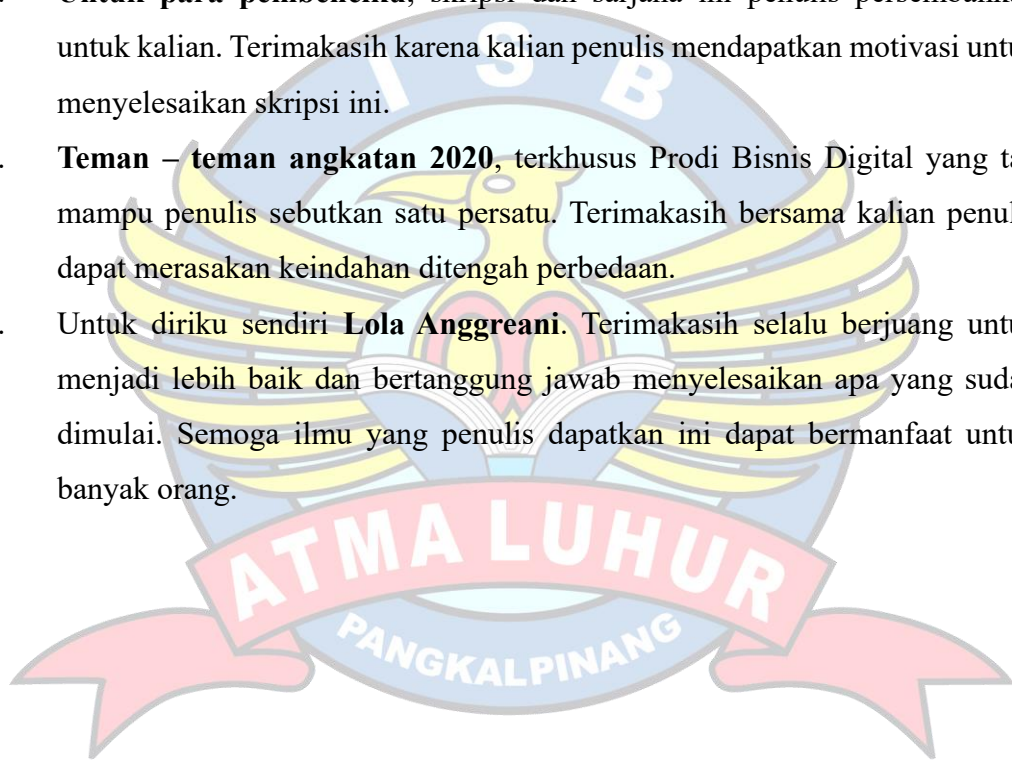
Persembahan :

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. **Tuhan Yesus Kristus**, Juruslamat ku yang selalu ada di setiap langkah penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini. Terimakasih karena selalu memberikan harapan dan mujizat di waktu yang tepat di tengah keputusan penulis. Terimakasih telah menjadi sumber kekuatan untuk penulis. Terimakasih sudah menjadi rumah bagi penulis untuk menetaskan air mata sukacita.
2. Cinta pertamaku, **Chin Hok An** yang telah memberikan cinta kasih yang tulus kepada penulis. Terimakasih telah memberikan penulis kasih sayang dengan penuh cinta dan memberikan motivasi. Terimakasih untuk semua doa dan dukungan yang papa berikan.
3. Pintu surgaku, Mendiang **Bong Nyock Sioe**. Terimakasih yang tiada terhingga. Terimakasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang diberikan semasa mama hidup. Beliau memang tidak sempat menemani penulis selama menumpuh masa perkuliahan. Puji Tuhan kini penulis sudah berada di tahap menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai permintaan

terakhir mu sebelum engkau benar – benar pergi. Terimakasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap semangat berjuang meraih gelar Sarjana Bisnis Digital. Skripsi ini penulis persembahkan untuk mama sebagai bentuk keinginan terakhir mu.

4. Kepada saudaraku yang tak kalah penting kehadirannya **Novianti, S.E.** Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terimakasih telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar.
5. **Untuk para pembenciku**, skripsi dan sarjana ini penulis persembahkan untuk kalian. Terimakasih karena kalian penulis mendapatkan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. **Teman – teman angkatan 2020**, terkhusus Prodi Bisnis Digital yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih bersama kalian penulis dapat merasakan keindahan ditengah perbedaan.
7. Untuk diriku sendiri **Lola Anggreani**. Terimakasih selalu berjuang untuk menjadi lebih baik dan bertanggung jawab menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Semoga ilmu yang penulis dapatkan ini dapat bermanfaat untuk banyak orang.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Customer Relationship Management (CRM)	6
2.1.1 Pengertian Customer Relationship Management (CRM)	6
2.1.2 Tujuan dan Manfaat Customer Relationship Management (CRM)	6
2.1.3 Fungsi Customer Relationship Management (CRM).....	8
2.1.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi Customer Relationship Management	8
2.1.5 Komponen Customer Relationship Management (CRM).....	8
2.1.6 Fase Customer Relationship Management (CRM)	9
2.2 Metode penelitian kuantitatif	10

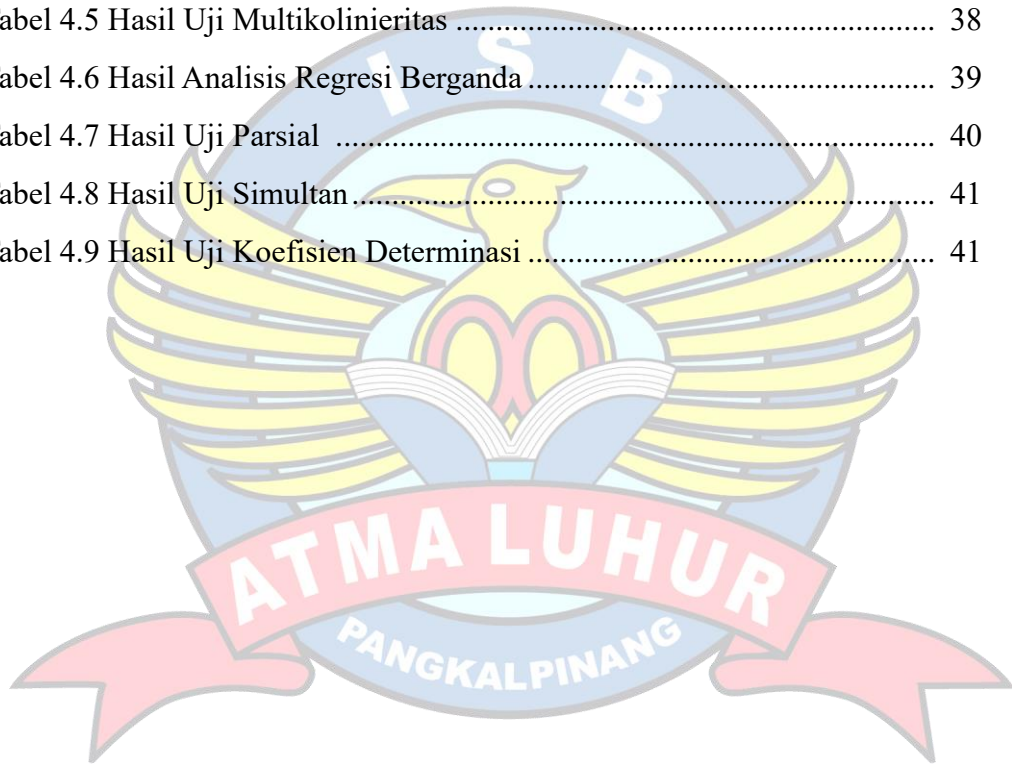
2.3 Subjek dan Objek penelitian	10
2.4 Sumber Data.....	11
2.4.1 Data Primer	11
2.4.2 Data Sekunder	11
2.5 Teknik Pengumpulan Data	11
2.6 Populasi dan Sampel	12
2.6.1 Populasi.....	12
2.6.2 Sampel.....	12
2.7 Variabel Penelitian	12
2.7.1 Variabel Bebas.....	12
2.7.2 Variabel Terikat	13
2.8 Pengukuran Variabel	13
2.9 Penelitian Terdahulu.....	13
2.10 Kerangka Berpikir.....	17
2.11 Hipotesis.....	17
BAB III ORGANISASI	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Subjek dan Objek penelitian.....	19
3.3 Sumber Data.....	19
3.3.1 Data Primer	20
3.3.2 Data Sekunder	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Tempat dan waktu penelitian.....	24
3.6 Populasi dan Sampel	25
3.6.1 Populasi.....	25
3.6.2 Sampel dan Teknik sampling	25
3.7 Variabel Penelitian	26
3.7.1 Variabel Bebas.....	26
3.7.2 Variabel Terikat	26

3.7.3 Pengukuran Variabel	26
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	27
3.8.1 Uji Validitas.....	27
3.8.2 Uji Reliabilitas	27
3.9 Teknik Analisis Data	28
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	28
3.9.2 Uji Normalitas.....	28
3.9.3 Uji Multikolinieritas.....	28
3.9.4 Uji Hetroskedastisitas.....	29
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3.11 Uji Hipotesis.....	30
3.11.1 Uji Parsial.....	30
3.11.2 Uji Simultan	30
3.11.3 Uji Koefisiensi Determinasi.....	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	31
4.2 Struktur Organisasi Reco Group	32
4.3 Hasil pengujian instrument penelitian.....	35
4.3.1 Uji Validitas.....	35
4.3.2 Uji Reliabilitas	36
4.4 Uji Asumsi klasik	36
4.4.1 Uji Normalitas.....	36
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	37
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	38
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
4.6 Uji Hipotesis	39
4.6.1 Uji parsial.....	39
4.6.2 Uji Simultan	41
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi	41

4.7 Pembahasan.....	42
BAB V PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46



DAFTAR TABEL	xiii
Tabel 3.1 Indikator pernyataan kuesioner	21
Tabel 3.2 Daftar Responden	25
Tabel 3.3 Skala Pengukuran likert	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	38
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	41



DAFTAR LAMPIRAN	xiv
Lampiran 1 Tabel R Tabel	48
Lampiran 2 Tabel Uji Simultan.....	50
Lampiran 3 Tabel uji parsial	52
Lampiran 4 Hasil Pengujian Penelitian.....	54
Lampiran 5 Data pengisian kuesioner.....	63
Lampiran 6 Bobot Nilai Kuesioner	69
Lampiran 7 Lembar Plagiat.....	79
Lampiran 8 Surat keterangan deteksi plagiat.....	86
Lampiran 9 Surat Balasan dari tempat riset.....	87
Lampiran 10 Kartu bimbingan Skripsi.....	88
Lampiran 11 Biodata Peneliti.....	89

