

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PENGGUNA KARTU PRABAYAR 3
(TRI)**

(Studi Kasus Pada Pengguna 3 (Tri) Di Jakarta Timur)

***THE EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT ON CUSTOMER
SATISFACTION IN 3 (TRI) PREPAID CARD USERS***

(Case Study on 3 (Tri) Users in East Jakarta)

Oleh :

Asifa Fauziah

2017410090

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN *CUSTOMER*
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PENGGUNA KARTU PRABAYAR 3
(TRI)**

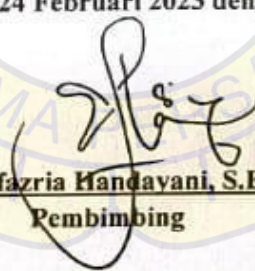
(Studi Kasus Pada Pengguna 3 (Tri) Di Jakarta Timur)

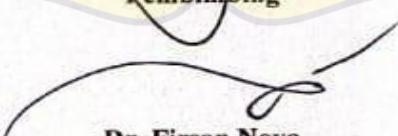
***THE EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT ON CUSTOMER
SATISFACTION IN 3 (TRI) PREPAID CARD USERS
(Case Study on 3 (Tri) Users in East Jakarta)***


Oleh
Asifa Fauziah
2017410090


SKRIPSI

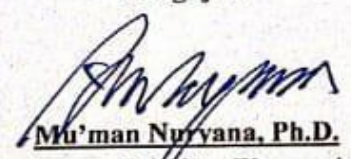
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 24 Februari 2023 dengan nilai

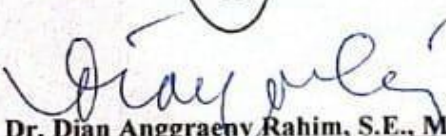

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Pembimbing


Dr. Firsan Nova
Penguji I


Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.
Penguji II

8/8/23

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji III


Mu'man Nuryana, Ph.D.
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Asifa Fauziah

NIM : 2017410090

Jurusan /Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Nilai Pelanggan dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Kartu Prabayar 3 (Tri) (Studi Kasus pada pengguna 3 (Tri) di Jakarta Timur) yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani,S.E.,M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 13 Februari 2023
Yang Membuat Pernyataan



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Nilai Pelanggan dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna kartu prabayar 3 (Tri) di Jakarta Timur. (1) Bagaimana pengaruh nilai pelanggan dan *customer relationship management* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna kartu prabayar 3 (Tri) di Jakarta Timur, (2) Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna kartu prabayar 3 (Tri) di Jakarta Timur, (3) Bagaimana pengaruh *customer relationship management* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna kartu prabayar 3 (Tri) di Jakarta Timur. Pengumpulan Data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pengguna kartu prabayar 3 (Tri) dalam kurun waktu minimal 3 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Nilai Pelanggan (X1) dan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,797 > 3,09$). Dari hasil olah data diketahui secara parsial variabel Nilai Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai ($0,012 < 0,05$), dan Variabel *Customer Relationship Management* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai ($0,093 > 0,05$).

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, *Customer Relationship Management*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of Customer Value and Customer Relationship Management on Customer Satisfaction in 3 (Tri) prepaid card users in East Jakarta. (1) How does customer value and customer relationship management affect customer satisfaction in 3 (Tri) prepaid card users in East Jakarta, (2) How does customer value affect customer satisfaction on 3 (Tri) prepaid card users in East Jakarta, (3) How customer relationship management affects customer satisfaction in 3 (Tri) prepaid card users in East Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who used 3 (Tri) prepaid cards within the last 3 months at least 3 months. Sampling is carried out using the formula of unexpected proportions. The analytical tools used are descriptive statistics and multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using test (F), partially using test (T).

The results of this study show that the customer value variable (X1) and has a significant influence on customer satisfaction (Y), this is evidenced by an F test of $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,797 > 3,09$). From the results of the data process, it is known that partially the Customer Value variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with a value ($0,012 < 0,05$), and the Customer Relationship Management Variable has no effect on customer satisfaction with a value ($0,093 > 0,05$).

Keywords : Customer Value, Customer Relationship Management, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan seminar proposal yang berjudul **“Pengaruh Nilai Pelanggan Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kartu Prabayar 3 (Tri) (Studi Kasus Pada Pengguna 3 (Tri) Di Jakarta Timur)”**. Laporan ini merupakan tugas wajib yang harus diselesaikan oleh mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan pembahasan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Pemasaran yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
2. Orang Tua dan Keluarga Tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan, semoga ini bisa menjadi persembahan yang terbaik.
3. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Mu'man Nuryana, PhD. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan proposal skripsi.
7. Sahabat dan Teman-teman yang telah memberikan dukungan semangat dan mendoakan, semoga ini bisa menjadi persembahan yang terbaik.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, saran dan kritik penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan dan pembahasan tugas akhir ini masih dapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki.

Jakarta, Februari 2023

Penulis



Asifa Fauziah



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah	19
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	19
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	20
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Kegunaan Penelitian	22
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Pengertian Manajemen	23
2.1.2 Pemasaran.....	23
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	25
2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran	27
2.1.5 Bauran Pemasaran	28
2.1.6 Produk	32
2.1.7 Kualitas Produk	33
2.1.8 Nilai Pelanggan	35
2.1.9 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	40

2.1.10	Perilaku Konsumen	45
2.1.11	Keputusan Pembelian	47
2.1.12	Kepuasan Pelanggan.....	50
2.2	Penelitian Terdahulu	61
2.3	Kerangka Pemikiran.....	72
2.4	Hipotesis	74
BAB III METODE PENELITIAN		76
3.1	Metode yang Digunakan	76
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	77
3.3	Operasional Variabel.....	77
3.4	Sumber Dan Cara Penentuan Data.....	82
3.4.1	Sumber dan Jenis Data	82
3.4.2	Cara Penentuan Data	83
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	85
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	88
3.6.1	Uji Keabsahan Data	88
3.6.2	Alat dan Analisis Data.....	92
3.6.3	Uji Hipotesis	97
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		99
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	99
4.1.1	Sejarah PT Hutchison 3 Indonesia.....	99
4.1.2	Visi dan Misi PT. Hutchison 3 Indonesia.....	100
4.2	Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden.....	101
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	101
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	101
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	102
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	103
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan.....	104
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kartu Prabayar 3 (Tri)	105

4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel	106
4.3.1	Nilai Pelanggan	106
4.3.2	<i>Customer Relationship Management</i>	115
4.3.3	Kepuasan Pelanggan.....	122
4.4	Uji Kabsahan Data	132
4.4.1	Uji Validitas.....	132
4.4.2	Uji Reliabilitas	134
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	135
4.5.1	Uji Normalitas	135
4.5.2	Uji Multikolinieritas	136
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	137
4.5.4	Uji Autokorelasi	138
4.6	Analisis Data.....	139
4.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda	139
4.6.2	Koefisien Korelasi Ganda (R)	140
4.6.3	Koefesien Determinasi (R^2).....	141
4.7	Uji Hipotesis	142
4.7.1	Uji Simultan (Uji F).....	142
4.7.2	Uji Parsial (Uji T).....	142
4.8	Pembahasan dan Pemecahan Masalah	146
4.8.1	Hubungan Nilai Pelanggan (X1) dan <i>Customer Relationship Management</i> (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).....	146
4.8.2	Hubungan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Prabayar 3 (Tri)	147
4.8.3	Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Prabayar 3 (Tri).....	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		149
5.1	Kesimpulan	149
5.2	Saran	150
DAFTAR PUSTAKA		151
LAMPIRAN		157

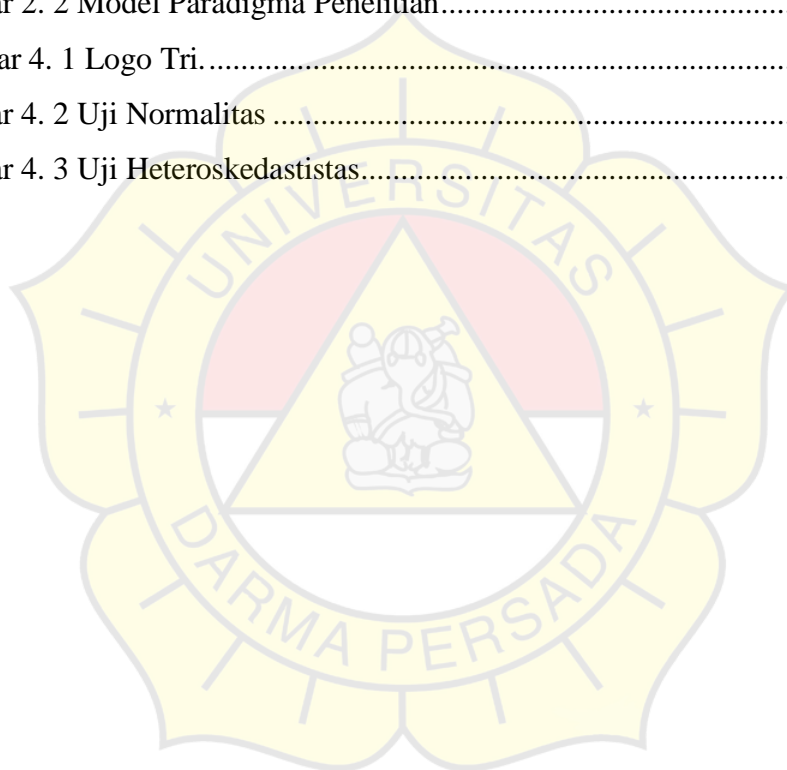
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Ulasan Keluhan Pengguna Kartu Prabayar Tri	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	59
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	78
Tabel 3. 2 Skala Likert	87
Tabel 3. 3 Rentan Skala.....	92
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	93
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	94
Tabel 4. 1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	99
Tabel 4. 2 Profil Responden Menurut Umur.....	99
Tabel 4. 3 Profil Responden Menurut Pekerjaan.....	102
Tabel 4. 4 Profil Responden Menurut Pendidikan	103
Tabel 4. 5 Profil Responden Menurut Pengeluaran Rata-Rata Perbulan	104
Tabel 4. 6 Profil Responden Menurut Lama Menggunakan Kartu 3	105
Tabel 4. 7 Saya merasa puas menggunakan 3 (Tri)	106
Tabel 4. 8 Saya bangga dengan 3 (Tri) telah memberikan manfaat sesuai kebutuhan pelanggan	107
Tabel 4. 9 Saya menggunakan tri karena memiliki citra yang baik di masyarakat.....	108
Tabel 4. 10 Saya bangga dengan 3 (Tri) dapat menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan	109
Tabel 4. 11 3 (Tri) memiliki kualitas jaringan luas	110
Tabel 4. 12 3 (Tri) memiliki sinyal yang kuat.....	111
Tabel 4. 13 3 (Tri) memiliki pelayanan internet yang baik.....	112
Tabel 4. 14 Harga paket 3 (Tri) yang relatif terjangkau.....	113
Tabel 4. 15 Harga paket 3 (Tri) sesuai dengan kualitas yang diberikan	114
Tabel 4. 16 Saya yakin Tri jujur sesuai dengan iklan dan promosi- promosi yang ditunjukkan	115
Tabel 4. 17 3 (Tri) tidak akan dengan sengaja merugikan pelanggannya	116
Tabel 4. 18 Pegawai ramah dalam berkomunikasi dengan pelanggan.....	117

Tabel 4. 19 Pegawai menyampaikan informasi atau jawaban atas keluhan dengan jelas.....	118
Tabel 4. 20 Layanan konsumen 3 (Tri) baik	119
Tabel 4. 21 Customer service 3 (Tri) mudah dapat dihubungi.....	120
Tabel 4. 22 Layanan 3 (Tri) tersedia di berbagai lokasi atau tempat	121
Tabel 4. 23 Saya puas dengan koneksi internet tri stabil selama pemakaian	122
Tabel 4. 24 Saya puas dengan kecepatan akses layanan internet 3 (Tri)	123
Tabel 4. 25 Saya puas dengan layanan 3 (Tri) yang sesuai dengan harapan.....	124
Tabel 4. 26 Saya puas dengan respon yang cepat atas keluhan.....	125
Tabel 4. 27 Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan pada 3 (Tri)	126
Tabel 4. 28 Saya merasa puas terhadap sarana yang disediakan oleh 3(Tri)	127
Tabel 4. 29 Harga paket Tri yang ditawarkan kepada pelanggan sangat menarik.....	126
Tabel 4. 30 Harga tri sesuai dengan kemampuan konsumen	129
Tabel 4. 31 Saya puas dengan layanan 24 jam dari tri	130
Tabel 4. 32 Saya puas dengan aplikasi bima+ sebagai layanan 3 (Tri) secara online	131
Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai pelanggan.....	132
Tabel 4. 34 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Relationship Management</i> .	133
Tabel 4. 35 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan pelanggan	133
Tabel 4. 36 Uji Reliabilitas.....	134
Tabel 4. 37 Hasil Uji Normalitas.....	136
Tabel 4. 38 Hasil Uji Multikolinearitas	137
Tabel 4. 39 Hasil Uji Autokorelasi.....	138
Tabel 4. 40 Hasil Variabel Penelitian.....	139
Tabel 4. 41 Hasil Korelasi Ganda	138
Tabel 4. 42 Koefisien Determinasi.....	139
Tabel 4. 43 Parameter Kuantitatif Uji F.....	142
Tabel 4. 44 Parameter Kuantitatif Uji T.....	143

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Lima Operasional Selular Indonesia Versi APJII 2021-2022	1
Gambar 1. 2 Proporsi Jumlah Pelanggan Operator Seluler Indonesia	2
Gambar 1. 3 Hasil Perolehan Skor dan Peringkat Provider Tahun 2020	3
Gambar 1. 4 Bonus Gratis Nelpon.	6
Gambar 1. 5 Tambahan Poin Tri.	7
Gambar 2. 2 Model Paradigma Penelitian.....	73
Gambar 4. 1 Logo Tri.....	97
Gambar 4. 2 Uji Normalitas	135
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastistas.....	136



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	158
Lampiran 2: Data Profil Responden Kuesioner Penelitian.....	166
Lampiran 3: Tabulasi Data Variabel Nilai Pelanggan.....	169
Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	173
Lampiran 5: Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan	176
Lampiran 6: Nilai T Tabel.....	179
Lampiran 7: Nilai F Tabel.....	182
Lampiran 8: Nilai R Tabel.....	185
Lampiran 9: Uji Validitas Nilai Pelanggan	187
Lampiran 10: Uji Validitas <i>Customer Relationship Management</i>	189
Lampiran 11: Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	191
Lampiran 12: Hasil Uji Reliabilitas.....	193
Lampiran 13: Hasil Uji Asumsi Klasik	193
Lampiran 14: Uji Alat Analisis Data.....	195
Lampiran 15: Hasil Uji Hipotesis	195
Lampiran 16: Bukti Penyebaran Kuesioner	193
Lampiran 17: Catatan Konsultasi Proposal Skripsi.....	194
Lampiran 18: Daftar Riwayat Hidup.....	196
Lampiran 19: Ulasan-Ulasan Pengguna 3 (Tri) di Play Store.....	197
Lampiran 20: Bonus Gratis Nelpon.....	198