

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI UD. DWI PUTRA PASAR KRIAN**



Oleh :

RIVALDI DWI FIRMANSYAH
NBI : 1211700306

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI UD. DWI PUTRA PASAR KRIAN**



Diajukan Oleh :

RIVALDI DWI FIRMANSYAH

1211700306

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI UD. DWI PUTRA PASAR KRIAN**



Diajukan Oleh :

RIVALDI DWI FIRMANSYAH

1211700306

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI UD. DWI PUTRA PASAR KRIAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

RIVALDI DWI FIRMANSYAH

NBI : 1211700306

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Rivaldi Dwi Firmansyah

NBI : 1211700306

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

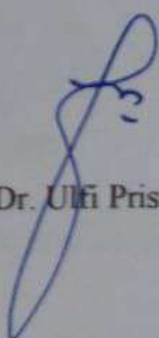
Judul Skripsi :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI UD. DWI PUTRA PASAR KRIAN**

Surabaya, 30 Mei 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,


(Dr. Ulfi Pristiana, M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

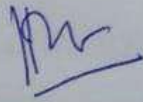
Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal **12 Juni 2023**.

TIM PENGUJI:

1. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si.

- Ketua 

2. Dr. Estik Hari Prastiwi, S.E., M.M.

- Anggota 

3. Dra. Ec. Dyah Rini, M.M.

- Anggota 

Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
D e k a n,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

- | | | | |
|-----------------------|---|--|----------------------|
| 1. Nama Lengkap (KTP) | : | Rivaldi Dwi Firmansyah | (L / P) |
| 2. NBI | : | 1211700306 | |
| 3. Fakultas | : | Ekonomi dan Bisnis | |
| 4. Program Studi | : | Manajemen | |
| 5. NIK (KTP) | : | 3515 1118 0798 0003 | |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : | Dsn. Sidogolong RT. 14 RW. 06, Desa
Watugolong, Kec. Krian, Kab. Sidoarjo | |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI UD. DWI PUTRA PASAR KRIAN**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAG Surabaya.

Surabaya, 18 Juli 2023

Penulis,



(Rivaldi Dwi Firmansyah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rivaldi Dwi Firmansyah
NBI : 1211700268
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ud. Dwi Putra Pasar Krian

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : **18 Juli 2023**

Yang Menyatakan,



(Rivaldi Dwi Firmansyah)

MOTTO

Ilmu itu seperti air,
jika ia tidak bergerak maka ia akan menjadi keruh dan membusuk.
(Imam Syafi'i).

Banyak orang gagal karena mereka tak menyadari kalau langkah mereka telah mendekati kesuksesan sedikit lagi. Tapi mereka memutuskan untuk berhenti dan menyerah.

Tidak ada sesuatu yang bisa dicapai dengan sekali mencoba. Tetaplah berjuang dan berusaha.

Selesaikan apa yang telah kamu mulai.

Tidak ada kata menyerah.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua tercinta serta kekasihku tersayang Nikmatuz Zuhriyah, terima kasih atas limpahan doa, semangat, motivasi, kasih sayang dan perhatian, serta dukungan yang telah diberikan selama ini.

Sahabat-sahabat dan orang terdekat, terima kasih atas support dan doanya.

Dan untuk almamaterku Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, tempatku menimba ilmu pengetahuan serta belajar banyak tentang perjalanan hidup.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah yang diberikan kepada penulis, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ud. Dwi Putra Pasar Krian**" yang merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan Program Studi Sarjana (Strata-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Adapun terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari keikut-sertaan pihak-pihak yang telah memberikan bantuan. Baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu tidak berlebihan sekiranya penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

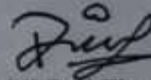
1. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Pembimbing serta Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak ilmu serta memberikan pengarahannya, bimbingan, dan tambahan wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

4. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
5. Seluruh sahabat dan keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak membantu, memberi semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 18 Juli 2023

Penulis



Rivaldi Dwi Firmansyah

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1 Devinisi Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.4 Perilaku Konsumen	10
2.2 Kualitas Pelayanan	10
2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan	10

2.2.2	Indikator Kualitas Pelayanan.....	11
2.3	<i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	12
2.3.1	Defenisi <i>Customer Relationship Management</i>	12
2.3.2	Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	13
2.4	Persepsi Harga.....	13
2.4.1	Definisi Persepsi Harga.....	13
2.4.2	Indikator Persepsi Harga.....	14
2.5	Kepuasan Pelanggan.....	14
2.5.1	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	14
2.5.2	Faktor Kepuasan Pelanggan.....	15
2.5.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	16
2.6	Penelitian Terdahulu.....	17
2.7	Hubungan Antar Variabel.....	22
2.7.1	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.7.2	<i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.7.3	Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.8	Kerangka Konseptual.....	23
2.9	Hipotesis.....	24
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.2.1	Tempat.....	25
3.2.2	Waktu Penelitian.....	25
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3.1	Jenis Data.....	25
3.3.2	Sumber Data.....	25
3.4	Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1	Populasi.....	26

3.4.2	Sampel.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5.1	Metode Angket atau Kuisisioner.....	27
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional	28
3.6.1	Definisi Variabel	28
3.6.1.1	Kualitas Pelayanan (X_1)	29
3.6.1.2	<i>Customer Relationship Management</i> (X_2).....	29
3.6.1.3	Persepsi Harga (X_3).....	29
3.6.1.4	Kepuasan Pelanggan (Y).....	29
3.6.1.5	Variabel Independen	29
3.6.1.6	Variabel Dependen.....	30
3.6.2	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6.2.1	Kualitas Pelayanan (X_1)	30
3.6.2.2	<i>Customer Relationship Management</i> (X_2).....	31
3.6.2.3	Persepsi Harga (X_3).....	31
3.6.2.4	Kepuasan Pelanggan (Y).....	31
3.7	Proses Pengolahan Data	32
3.7.1	Editing	32
3.7.2	Coding	32
3.7.3	Scoring	32
3.7.4	Tabulasi	33
3.8	Metode Analisa Data dan Analisis Data.....	33
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.8.2	Uji Validitas	33
3.8.3	Uji Reliabilitas.....	34
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	34
3.8.4.1	Uji Normalitas Data	34
3.8.4.2	Uji Multikolinieritas	35
3.8.4.3	Uji Heteroskedastisitas	35

3.8.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.8.6	Koefisien Determinan Berganda (R^2).....	36
3.8.7	Teknik Pengujian Hipotesis.....	36
3.8.8	Uji-t (Parsial).....	37
3.8.9	Uji-F (Simultan).....	37
BAB 4	PEMBAHASAN	39
4.1	Gambar Umum UD. DWI PUTRA Krian	39
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	39
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	40
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.2.1.1	Deskripsi Berdasarkan Usia	40
4.2.1.2	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.1.3	Deskripsi Berdasarkan Pendidikan.....	41
4.2.1.4	Deskripsi Berdasarkan Pendapatan	42
4.2.1.5	Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	43
4.2.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	44
4.2.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X2)	45
4.2.2.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X3).....	46
4.2.2.4	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	48
4.3	Pengujian Instrumen.....	49
4.3.1	Uji Validitas	49
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.4	Pengujian Asumsi Klasik	52
4.4.1	Uji Normalitas Data	52
4.4.2	Uji Multikolinieritas	53
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	54

4.5	Pengujian Analisis Data	55
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.5.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.6	Pengujian Hipotesis.....	58
4.6.1	Uji Parsial (Uji-t).....	58
4.6.2	Uji Simultan (Uji-F).....	60
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
4.7.2	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.7.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.7.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Customer Relationship Management</i> dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
4.8	Implikasi Penelitian.....	64
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1	Simpulan	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.5.1.1 <i>Skala Likert</i>	28
Tabel 4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.2.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	44
Tabel 4.2.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X2)	45
Tabel 4.2.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X3).....	47
Tabel 4.2.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	48
Tabel 4.3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.3.2.1 Uji Realibilitas	52
Tabel 4.4.1.1 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.4.2.1 Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.5.1.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.5.2.1 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4.6.1.1 Hasil Uji-t.....	59
Tabel 4.6.2.1 Hasil Uji-F.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7.3.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.4.3.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Form Responden.....	72
Lampiran 3 Lembar Pertanyaan.....	73
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	78
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	88
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	88
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	90
Lampiran 11 Hasil Uji Parsial (Uji - t).....	90
Lampiran 12 Hasil Uji Simultan (Uji - F).....	91
Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi.....	92
Lampiran 14 Lembar Pemeriksaan Tuntutan.....	93

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION AT UD DWI PUTRA PASAR KRIAN

This study aims to determine and analyze: the effect of service quality, customer relationship management and price perception on customer satisfaction at UD Dwi Putra Pasar Krian partially or simultaneously. In this study, the population is all customer of UD Dwi Putra Pasar Krian totaling 150 customers with sampling using quota sampling technique. The data analysis technique used multiple linear regression while the hypothesis testing used the F test and t test.

The results showed that: (1) The multiple linear regression equation model produced was $Y = 0.406 X_1 + 0.280 X_2 + 0.292 X_3$, which means that the independent variables (service quality, customer relationship management and price perception) have a positive influence on the dependent variable (customer satisfaction). (2) The result of the coefficient of determination test (R^2) is 0.848, which means that 84.8 percent of customer satisfaction can be explained by variables of service quality, customer relationship management and price perception, while the remaining 15.2 percent is influenced by other variables. (3) The results of the F test and t test are explained as follows: (a) there is a significant effect of the service quality customer satisfaction as evidenced by the t test value of 5.276 and a significance value of $0.000 < 0.05$, (b) there is a significant effect of customer relationship management on customer satisfaction as evidenced by the t test value of 3.795 and a significance value of $0.000 < 0.05$, (c) there is a significant effect of price perception on customer satisfaction as evidenced by the t test value of 4.347 and a significance value of $0.000 < 0.05$ and (d) there is a significant effect of service quality, customer relationship management and price perception on customer satisfaction as evidenced by the F test value of 203.171 and shows a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Service Quality; Customer Relationship Management; Price Perception; Customer Satisfaction.

RINGKASAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UD. DWI PUTRA PASAR KRIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: pengaruh kualitas pelayanan, customer relationship management dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Dwi Putra Pasar Krian secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan UD Dwi Putra Pasar Krian yang berjumlah 150 pelanggan dengan pengambilan sampel menggunakan teknik quota sampling. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Model persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = 0,406 X_1 + 0,280 X_2 + 0,292 X_3$, yang berarti bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, customer relationship management dan persepsi harga) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). (2) Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,848 yang berarti 84,8 persen kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, customer relationship management dan persepsi harga, sedangkan sisanya sebesar 15,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain. (3) Hasil uji F dan uji t dijelaskan sebagai berikut: (a) terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 5,276 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, (b) terdapat pengaruh yang signifikan dari customer relationship management terhadap kepuasan konsumen yang dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 3,795 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, (c) terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi harga terhadap kepuasan konsumen yang dibuktikan dengan nilai uji F sebesar 3,795 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Layanan; Customer Relationship Management; Persepsi Harga; Kepuasan Pelanggan.