

SKRIPSI

***PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA LAYANAN BIDANG JASA ADVERTISING (STUDI KASUS : PT. MUKTI
CITRA JAYA)***



DINA DELIA FEBRIANI
NBI : 1212000074

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

2024

SKRIPSI

***PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA LAYANAN BIDANG JASA ADVERTISING (STUDI KASUS: PT. MUKTI
CITRA JAYA)***



Oleh:

Dina Delia Febriani

NBI: 1212000074

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

2024

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADALAYANAN BIDANG JASA ADVERTISING (STUDI KASUS: PT.
MUKTI CITRA JAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

Dina Delia Febriani

NBI: 1212000074

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Dina Delia Febriani
NBI : 1212000074
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi :
Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Bidang Jasa *Advertising* (Studi Kasus: PT. Mukti Citra Jaya)

Surabaya, 08 Januari 2024

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,



Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 22 Desember 2023


TIM PENGUJI:

1. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si
2. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, M.M
3. Dra. Ec. Dyahrini Prihastuty

TANDA TANGAN:

Ketua 

Anggota 

Anggota 

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



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

NPP. 20220930319

SURAT PERNYATAAN PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Dina Delia Febriani
2. NBI : 12120000 74
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3506024502020003
6. Alamat Rumah : Kemlaten 12 G/16 RT02/07
Kec Karang Pilang, Kel Kebraon Kota Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Bidang Jasa Advertising (Studi Kasus: PT. Mukti Citra Jaya)”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyalin 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 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 08 Januari 2024

Yang Membuat,



(Dina Delia Febriani)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Telp. 031 593 1800 (ext. 311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Dina Delia Febriani
NBI : 1212000074
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/~~Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktik~~

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

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN BIDANG JASA ADVERTISING (STUDI KASUS: PT. MUKTI CITRA JAYA)”

Dengan *Hak Bebas Royalti, Nonexclusive (Nonexclusive Royalti-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 : 08 Januari 2024

Yang Menyatakan



Dina Delia Febriani

KATA MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya ALLAH tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” **(QS-Ar-Ra’du 13:11).**

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu berharaplah!” **(QS-Al-Insyirah 5-8).**

“Kebermanfaatan adalah puncak dari pengetahuan, dan yakini proses dan usaha akan menemukan jalannya sendiri menuju kesuksesan” - **Iqbal, S.Gz.**

“Teruslah bergerak, hingga kelelahan itu lelah mengikutimu. Teruslah berlari, hingga kebosanan itu bosan mengejarmu. Teruslah berjalan, hingga keletihan itu letih bersamamu. Teruslah bertahan, hingga kefuturan itu future menyertaimu. Teruslah berjaga, hingga kesuksesan itu lesu menemanimu”

-Dina Delia Febriani-

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, laporan skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua, sahabat, serta teman teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah buruknya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baik skripsi adalah skripsi yang selesai? karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah yang selalu dicurahkan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Bidang Jasa Advertising (Studi Kasus: PT. Mukti Citra Jaya)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu prasyarat akademik dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan dapat selesai tanpa bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, M.M. selaku pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi saya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. 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 Manajemen.
3. 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 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Prastiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. 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.
6. Superheroku dan panutanku Ayahku Sunardi terimakasih telah berjuang untuk kehidupan yang layak bagi keluargamu tercinta ini, kemudian untuk Pintu Surgaku Ibuku Anis Farida, yang tak henti hentinya memberikan kasih sayang, motivasi dan Do'a yang tulus kepadaku sampai detik ini.

7. Kepada Emak Wagini dan Bapak Slamet Sujarwo (Ete) terimakasih sudah selalu mendukung cucu Perempuan kesayanganmu ini, semoga cucumu ini kelak bisa membahagiakan dan membanggakan keluarga, mejadi orang yang sukses. Terimakasih atas pembelajaran hidup nasehat yang telah diberikan sehingga kata menyerah tidak pernah keluar terucap dari mulut cucu tercintamu ini. Mak bapak semoga sehat selalu dan bisa menyaksikanku menjadi orang yang sukses seperti apa yang diinginkan emak dan bapak.
8. Terimakasih tak terhingga untuk Pak Wendrik, Bu Fonny yang telah membantu membiayai kuliah saya selama ini. Terima kasih telah memberikan tenaga, doa, pengertian dan menjadi support system dan selalu memberikan semangat dalam mengejar cita-cita terutama dalam menjalani proses perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan hingga sidang skripsi berjalan dengan lancar. Terimakasih Om dan Tante telah menyekolahkanku hingga jenjang yang lebih tinggi.
9. Kepada karyawan PT. Mukti Citra Jaya (Citra Advertising), saya mengucapkan terima kasih banyak sudah mengizinkan dan membantu saya dalam penelitian skripsi ini.
10. Kepada Sahabat-sahabat Terkasih Angkatan 2020. Dalam perjalanan panjang menuju kesuksesan, aku ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada kalian, teman-teman seperjuangan tercinta: Ekky Rahmahwati, Dhina Mei W, Via Nurkartika Rahajeng, Alwyn dan Iqbal. Bersama kita melewati berbagai liku-liku, tawa, dan tangis, menciptakan kenangan tak terlupakan selama perjalanan kuliah kita. Terimakasih, teman-teman, karena telah menjadi bagian tak terpisahkan dari setiap cerita sukses dan kegagalan. Kita saling mendukung, menginspirasi, dan menjadi sumber kekuatan satu sama lain. Tanpa kehadiran kalian, perjalanan ini takkan seindah dan sesukses yang kita rasakan saat ini.
11. Tak lupa, terima kasih tak terhingga kepada tempat yang selalu memberikan ketenangan dan inspirasi dalam proses pengerjaan skripsi ini, Acropolis. Tempat ini bukan hanya sekedar ruang, tapi juga saksi bisu perjuangan kita. Semua detik-detik penelitian dan penulisan menjadi lebih berwarna berkat atmosfer yang diberikan oleh Acropolis.
12. Dan kepada semua pihak yang turut berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih. Setiap dukungan, bimbingan, dan semangat yang diberikan sangat berarti bagi kelancaran perjalanan ini. Kita tidak pernah berjalan sendiri, dan untuk itu, ucapan terima kasih ini adalah ungkapan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam.

Dan terimakasih tak terhingga kepada diriku sendiri Dina Delia Febriani, Dengan rasa syukur yang mendalam, atas perjalanan yang telah dilalui dalam menyelesaikan skripsi ini. akhirnya kita sampai di garis finish. Terima kasih diriku, karena telah bersungguh-sungguh menaklukkan setiap rintangan. Terima kasih atas keteguhan hati dalam menghadapi deadline, segala upaya keras yang ditempuh. Terima kasih, diriku, atas dedikasi dan komitmen. Segala jerih payah yang telah diletakkan di setiap halaman skripsi ini adalah bukti nyata perjuangan kita.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam melakukan penyusunan skripsi ini sehingga masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat dapat bermanfaat dengan memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Surabaya, 08 Januari 2024

Dina Delia Febriani

RINGKASAN

PT. Mukti Citra Jaya merupakan perusahaan Advertising terbesar di Indonesia. Dengan mengandalkan kosep dan team design, PT. Mukti Citra Jaya merupakan perusahaan *Out-of-home advertising* yang didirikan berawal dari melihat peluang pada dunia advertising bahwa didunia advertising ini memiliki celah peluang yang cukup besar pada bidang advertising *Out-of-home advertising* untuk memenuhi permintaan promosi akan produk yang klient miliki agar dikenal luas oleh masyarakat melalui periklanan *Out-of-home advertising* ini.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Layanan, Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Konsumen pada layanan bidang jasa advertising (Studi kasus: PT. Mukti Citra Jaya) Surabaya. Terdapat populasi yang dibutuhkan di penelitian ini yaitu 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan simple random sampling dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisisioner. Untuk responden dalam penelitian ini ditunjukkan kepada pelanggan media advertising PT. Mukti Citra Jaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Sehingga penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yang dijadikan data penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Pengujian hipotesis menggunakan (Uji T), Sedangkan metode analisis data yang digunakan antara lain, Uji Validitas, Uji Reliabilitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Presepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Customer Relationship mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

SUMMARY

PT. Mukti Citra Jaya is the largest Advertising company in Indonesia. By relying on the concept and design team, PT. Mukti Citra Jaya is an Out-of-home advertising company that was established starting from seeing opportunities in the advertising world that in this advertising world has a large enough opportunity gap in the field of Out-of-home advertising to meet promotional demand for products that clients have to be widely known by the public through this Out-of-home advertising

The purpose of this study is to determine the effect of Price Perception, Service Quality, Customer Relationship Management on Consumer Satisfaction in advertising services (Case study: PT. Mukti Citra Jaya) Surabaya. There is a population needed in this study, which is 100 respondents. Sampling in this study the author used simple random sampling and the type of research used in this study used survey research, information collected from respondents using questionnaires. For respondents in this study, it was shown to customers of PT. Mukti Citra Jaya. This research is a quantitative research to determine the relationship between the independent variable and the dependent variable.

So, this study used questionnaires filled out by respondents who were used as data for this study. The analysis technique used is simple linear regression analysis. Hypothesis testing uses (T Test), while the data analysis methods used include Validity Test, Reliability Test. The results of this study show that Price Perception, Service Quality, and Customer Relationship have an influence on Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Industri periklanan adalah salah satu sektor yang sangat dinamis dan kompetitif. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis ini, industri jasa periklanan menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Keberhasilan layanan periklanan sangat bergantung pada seberapa baik perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan mereka. Untuk mencapai hal tersebut, sejumlah faktor utama perlu diperhatikan, antara lain seperti persepsi harga, kualitas layanan, dan manajemen hubungan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen PT. Mukti Citra Jaya Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner dengan responden sebanyak 100 konsumen atau klien PT. Mukti Citra Jaya Surabaya. Pengukuran data hasil kuesioner menggunakan skala likert dan diuji instrumen melalui validitas dan reliabilitas. Uji hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan melalui SPSS 26.0

Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, manajemen hubungan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan persepsi harga, kualitas layanan dan manajemen hubungan pelanggan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Mukti Citra Jaya Surabaya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Manajemen Hubungan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The advertising industry is one of the most dynamic and competitive sectors. In this era of globalization and business competition, the advertising service industry faces great challenges to maintain and increase customer satisfaction. The success of advertising services depends largely on how well companies can meet the needs and expectations of their customers. To achieve this, a number of key factors need to be considered, including price perception, service quality, and customer relationship management. The purpose of this study was to determine, analyze and prove the effect of these variables on customer satisfaction of PT Mukti Citra Jaya Surabaya.

This study uses quantitative methods with primary data obtained through distributing questionnaires to 100 consumers or clients of PT Mukti Citra Jaya Surabaya. Measurement of data from questionnaires using a Likert scale and tested instruments through validity and reliability. Hypothesis testing is done through multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, partial test and simultaneous test through SPSS 26.0.

The results stated that price perception has a significant effect on customer satisfaction, service quality has a significant effect on customer satisfaction, customer relationship management has a significant effect on customer satisfaction, and price perception, service quality and customer relationship management simultaneously or together have a significant effect on customer satisfaction of PT Mukti Citra Jaya Surabaya.

Keywords: Price Perceptions, Service Quality, Customer Relationship Management, Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

S K R I P S I	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PLAGIAT	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	x
SUMMARY	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat praktis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Pemasaran	7

2.2 Kepuasan Konsumen.....	7
2.2.1 Pengertian kepuasan konsumen.....	7
2.2.2 Dimensi kepuasan konsumen	8
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.....	9
2.2.4 Indikator kepuasan konsumen	10
2.3 Kualitas Layanan.....	11
2.3.1 Pengertian kualitas layanan	11
2.3.2 Dimensi kualitas layanan	12
2.3.3 Faktor yang mempengaruhi kualitas layanan	13
2.3.4 Indikator kualitas layanan	15
2.4 Persepsi Harga.....	16
2.4.1 Pengertian persepsi harga.....	16
2.4.2 Dimensi persepsi harga	17
2.4.3 Faktor yang mempengaruhi persepsi harga.....	18
2.4.4 Indikator persepsi harga	18
2.5 CRM (Customer Relationship Management).....	19
2.5.1 Pengertian CRM (Customer relationship management).....	19
2.5.2 Dimensi CRM (Customer relationship management)	19
2.5.3 Faktor yang mempengaruhi CRM (customer relationship managemen)..	22
2.5.4 Indikator CRM (Customer relationship management)	23
2.6 Penelitian Terdahulu	23
2.7 Hubungan Antar Variabel Penelitian	25
2.7.1 Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.....	25
2.7.2 Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen	26
2.7.3 Pengaruh CRM (Customer relationship management) terhadap kepuasan konsumen	26
2.8 Kerangka Konseptual	26
2.9 Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian.....	29

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.2.1 Lokasi penelitian.....	29
3.2.2 Waktu penelitian.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1 Jenis data	29
3.3.2 Sumber data	30
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.4.1 Populasi penelitian.....	30
3.4.2 Sampel penelitian	31
3.4.3 Teknik pengumpulan data	31
3.5 Definisi Varibel dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5.1 Definisi variabel	32
3.5.2 Definisi operasional variabel.....	33
3.5.3 Proses pengolahan data.....	35
3.6 Metode Analisis Data	36
3.6.1 Uji validitas	36
3.6.2 Uji reliabilitas	37
3.7 Teknik Pengujian Hipotesis.....	37
3.7.1 Uji parsial (uji t)	37
3.7.2 Uji simultan (uji F)	37
3.7.3 Uji koefisien determinasi (uji R ²)	38
3.7.4 Analisis regresi linier berganda	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum PT. Mukti Citra Jaya Surabaya	39
4.1.1 Visi dan misi PT. Mukti Citra Jasa Surabaya	39
4.1.2 Struktur organisasi	40
4.2 Deskripsis Hasil Penelitian	44
4.2.1 Analisis deskriptif berdasarkan karakteristik responden	44
4.2.2 Deskripsi variabel penelitian	45
4.3 Uji Instrumen.....	48

4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji reliabilitas.....	51
4.4 Analisis Data	52
4.4.1 Analisis regresi linier berganda.....	52
4.4.2 Uji koefisien determinasi (uji R ²).....	54
4.5 Pengujian Hipotesis.....	55
4.5.1 Uji parsial (uji t)	55
4.5.2 Uji simultan (uji F).....	56
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	57
4.6.1 Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.....	57
4.6.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.....	58
4.6.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap kepuasan konsumen.	59
4.6.4 Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan <i>customer relationship management</i> terhadap kepuasan konsumen.	60
4.7 Implikasi Penelitian.....	60
4.7.1 Implikasi teoritis.....	60
4.7.2 Implikasi praktis.....	60
4.8 Keterbatasan Penelitian	61
BAB V PENUTUP	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penawaran Tahun 2022-2023	3
Tabel 1.2 Data Job Order 2022-2023	3
Tabel 1.3 Review Penjualan 2022-2023	4
Tabel 3.1 Jawaban responden berupa pilihan dari 5 alternatif	32
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Persepsi Harga (X1)	46
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Kualitas Layanan (X2)	47
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner <i>Customer Relationship Management</i> (X3).....	47
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)	48
Tabel 4.7 Validitas Persepsi Harga (X1)	49
Tabel 4.8 Validitas Kualitas Layanan (X2)	50
Tabel 4.9 Validitas <i>Customer Relationship Management</i> (X3)	50
Tabel 4.10 Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	51
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.12 Uji Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.14 Uji Parsial (Uji t).....	55
Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Mukti Citra Jaya Surabaya.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	71
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	78
Lampiran 3. Output SPSS Hasil Uji Analisis Deskriptif	96
Lampiran 4. Output SPSS Hasil Uji Instrumen	98
Lampiran 5. Output SPSS Hasil Uji Analisis Data	107
Lampiran 6. Output SPSS Hasil Uji Hipotesis	108
Lampiran 7. Surat Perizinan.....	109
Lampiran 8. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	110
Lampiran 9. Hasil Turnitin	111
Lampiran 10. Kartu Bimbingan.....	113