

ABSTRAK

RANI NOVITASARI, 18110081

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PEMASARAN RELASIONAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PT. JAMESON FREIGHT SEMESTA SURABAYA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2022

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Pemasaran Relasional, Kepuasan Pelanggan, Moderasi.

Pelanggan merupakan suatu asset perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari hasil penjualan kepada pelanggan. Perusahaan juga senantiasa berusaha menciptakan kepuasan pelanggan agar pelanggan tetap setia menggunakan jasa yang telah digunakan selama ini. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, pada penelitian ini peneliti menganalisis 2 faktor yakni kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan pemasaran relasional sebagai variabel moderasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh pemasaran relasional terhadap hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di PT. Jameson Freight Semesta Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah 70 pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh yang artinya jumlah populasi sama dengan jumlah sampel yakni 70 pelanggan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, menggunakan pendekatan eksplanatori dengan metode penelitian kuantitatif, dimana peneliti menggunakan kuisioner yang berupa pernyataan yang diisi melalui Google Form yang diberikan kepada responden. Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SmartPLS versi 3.0 yang meliputi Uji Outer Model, Inner Model, dan Uji Signifikansi, Uji Hipotesis, Uji Regresi.

Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh positif (+) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat dan apabila kualitas pelayanan menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. Pemasaran Relasional (Z) berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang artinya apabila variabel pemasaran relasional ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan apabila variabel kualitas pelayanan menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun. Dan Variabel Moderasi Interaksi kualitas pelayanan dan pemasaran relasional ($X*Z$) berpengaruh negative (-) dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Jameson Freight Semesta Surabaya yang artinya tinggi atau rendahnya moderasi interaksi kualitas pelayanan dan pemasaran relasional ($X*Z$) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan walaupun memperlemah tetapi tidak mempengaruhi pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan Pelanggan (Y). Variabel moderasi ini tergolong *predictor moderation* (moderasi prediktor) dimana variabel pemasaran relasional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *moderation effect* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.