

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN *REPEAT
ORDER* PELANGGAN PADA PT. ASIAPLAST INDUSTRIES
TBK DI SURABAYA**



OLEH:

RICHO SEBASTIAN CHANDRA

NPM: 17116013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2021

TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Richo Sebastian Chandra
NPM : 17116013
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kualitas
Pelayanan terhadap Keputusan *Repeat Order* Pelanggan pada PT.
Asiaplast Industries Tbk di Surabaya.

Pembimbing

Tanggal : 28 Januari 2021



(Dr. Thyophoida Wsp., S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi

Tanggal : 28 Januari 2021



(Lillk Indrawati, S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN *REPEAT ORDER*
PELANGGAN PADA PT. ASIAPLAST INDUSTRIES TBK DI SURABAYA**

Oleh

Richo Sebastian Chandra
17116013

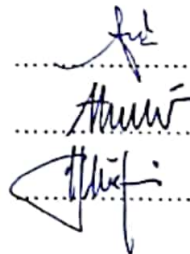
Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan
Tim Penguji Skripsi

Pada tanggal 28 Januari 2021

Ketua : Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Anggota : 1. Dr. Thyophoida, Wsp, M.M.

2. Drs. Ec. Bruno Hami, M.M.



SKRIPSI

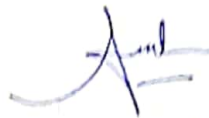
**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN *REPEAT ORDER*
PELANGGAN PADA PT. ASIAPLAST INDUSTRIES TBK DI SURABAYA**

Oleh

Richo Sebastian Chandra
17116013

Dipertahankan di depan Penguji
Pada tanggal 28 Januari 2021

Ketua Tim Penguji



(Dr. Maria Widyastuti, M.M.)

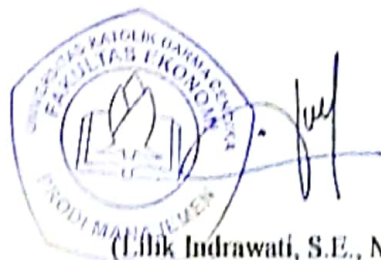
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Thyophoida W.S.P, M.M)

Ketua Program Studi



(Lili Indrawati, S.E., M.S.A)

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Richo Sebastian Chandra
NPM : 17116017
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan *Repeat Order* Pelanggan pada PT. Asiaplast Industries Tbk di Surabaya.

Pembimbing

Tanggal : 28 Januari 2021



(Dr. Thyophoida Wsp., S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi

Tanggal : 28 Januari 2021



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Richo Sebastian Chandra
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Alamat : Mulyosari Satu No. 114 B, Surabaya
No Identitas (KTP) : 3578110102890001

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 22 Januari 2021
Hormat Saya,

Richo Sebastuan C.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul :

“Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan *Repeat Order* Pelanggan Pada PT. Asiaplast Industries Tbk Di Surabaya. ” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak–pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam mengatasi kendala-kendala yang ada selama penelitian, diantaranya kepada:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah menginspirasi dan memotivasi dalam penyusunan skripsi,
2. Dr. Thyopodia Wsp., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi,
3. Ibu Lilik Indrawati S.E., M.M selaku Kepala Kaprodi Fakultas Ekonomi dan sebagai dosen wali yang telah memberikan banyak arahan dalam perkuliahan selama 8 (delapan) semester,



4. Dr. Maria Widyastuti, M. M. selaku dosen penguji pada sidang proposal maupun sidang akhir skripsi yang senantiasa memberikan masukan dan koreksi yang sangat bermakna,
5. Drs. Ec. Bruno Hami, M. M. selaku dosen penguji pada sidang proposal maupun sidang akhir skripsi yang senantiasa memberikan masukan dan koreksi yang sangat bermakna,
6. Bapak Rofie Soeandi selaku Direktur Penjualan yang telah mengijinkan penulis melakukan penelitian untuk menyusun skripsi.
7. Keluarga yang tercinta Papi, Mami, Veny, dan Colin yang telah mendukung dengan sepenuh hati.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi penulis,
9. Rekan-rekan Benteng Surabaya Bapak Andre Soetanto, Ko Agus Tandi, Ko Loman Setiawan, Pak Daniel Totok, Ko Rendy, Cahyo, Ce Feranita, Indri, Vina, Pak Handoyo, Ninik.
10. Hillary “Hilli”, Cin Young “Yong Ma”, Imel, Sam Henry, Candra, Tirta “Kentir”, Kris, Kevin, Nia, Caroline, Kartika, Sam Hendrya, Mega dan Styra “Cak Noor” yang telah menemani dan memberikan semangat kepada penulis dalam menjalani masa perkuliahan.
11. Teman-teman angkatan 2017 yang telah menemani hari-hari penulis selama 4 (empat) tahun perkuliahan,

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelar sarjana.

Penyusunan skripsi ini memiliki kekurangan dimana kiranya pembaca dapat memberikan kritik dan saran guna memperoleh hasil yang lebih baik lagi. Dan kepada pihak-pihak penulis selanjutnya kiranya dapat mengolah dan mendalami lagi variabel-variabel yang telah disebutkan oleh penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 22 Januari 2021

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSYARATAN GELAR	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan penelitian	5
1.4. Manfaat penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan teori	7
2.1.1. <i>Customer Relationship Marketing</i>	7
2.1.1.1. Pengertian <i>Customer Relationship Marketing</i>	7
2.1.1.2. Konsep <i>Customer Relationship Marketing</i>	8
2.1.1.3. Tujuan <i>Customer Relationship Marketing</i>	9



2.1.1.4. Dimensi <i>Customer Relationship Marketing</i>	10
2.1.2. Kualitas Pelayanan	17
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	19
2.1.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan	19
2.1.3. Keputusan <i>Repeat Order</i>	21
2.1.3.1. Pengertian Keputusan <i>Repeat Order</i>	21
2.1.3.2. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Repeat Order</i>	22
2.1.3.3. Indikator <i>Repeat Order</i>	24
2.2. Pengaruh Antar Variabel	24
2.2.1. Pengaruh Antara <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Keputusan <i>Repeat Order</i>	24
2.2.2. Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan <i>Repeat Order</i>	25
2.3. Penelitian Terdahulu	25
2.3.1. Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Wiki Koffie Bandung	25
2.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus Pada Legend Coffee Yogyakarta.....	27
2.4. Kerangka Pemikiran	29
2.5. Kerangka Konseptual	30
2.6. Hipotesis	30



BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian	31
3.2. Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	31
3.2.1. Pendekatan Penelitian	31
3.2.2. Sumber Data	31
3.3. Variabel Penelitian	32
3.3.1. Variabel Independen (Bebas)	32
3.3.2. Variabel Dependen (Terikat)	32
3.4. Definisi Operasional Variabel	33
3.5. Populasi dan Sampel	35
3.5.1. Populasi	35
3.5.2. Sampel Jenuh	36
3.6. Metode dan Teknik Analisa	36
3.6.1. Metode Pengumpulan Data	36
3.6.2. Teknik Analisis Data	38
3.6.2.1. Uji Deskripsi	38
3.6.2.2. Uji Validitas	38
3.6.2.3. Uji Reliabilitas	39
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	40
3.6.3.1. Uji Normalitas	40
3.6.3.2. Uji Heterokedastisitas	41
3.6.3.3. Uji Multikolinearitas	42



3.6.4. Uji Pengaruh Linear	42
3.6.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.6.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.6.5. Uji t	44
3.6.6. Uji f	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.1.2. Struktur Organisasi	48
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan	50
4.1.4. Kondisi Operasional Perusahaan	51
4.1.5. Hasil Produksi Perusahaan	51
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.2.1. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.2. Karakter Responden Berdasarkan Usia	52
4.3. Pembahasan dan Analisis Data	53
4.3.1. Uji Deskripsi	53
4.3.2. Uji Validitas	57
4.3.3. Uji Reliabilitas	58
4.3.4. Uji Asumsi Klasik	58
4.3.4.1. Uji Normalitas	58
4.3.4.2. Uji Heterokedastisitas	60
4.3.4.3. Uji Multikolinearitas	61



4.3.5. Uji Regresi Linear Berganda	61
4.3.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.3.7. Uji t	64
4.3.8. Uji f	65

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R^2	43
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3. Hasil Uji Deskripsi <i>Customer Relationship Marketing</i>	54
Tabel 4.4. Hasil Uji Deskripsi Kualitas Produk	55
Tabel 4.5. Hasil Uji Deskripsi Keputusan <i>Repat Order</i>	51
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.11. Hasil Uji t	64
Tabel 4.12. Hasil Uji f	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT Asiaplast Industries Tbk Surabaya	48
Gambar 4.2. Pabrik dan Kondisi Operasional Perusahaan PT. Asiaplast Industries Tbk	51
Gambar 4.3. Hasil Produksi PT. Asiaplast Industries Tbk	52
Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4.5. Hasil Uji Heterokedastisitas	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Hasil Rekapitulasi Kuesioner
Lampiran 3	Uji Validitas
Lampiran 4	Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Multikolinearitas
Lampiran 7	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 8	Uji Regresi Linear Berganda, Uji t (parsial) , dan Uji f (simultan)
Lampiran 9	Tabel r
Lampiran 10	Tabel t

ABSTRAK

Oleh :

Richo

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan persaingan antar kompetitor perusahaan sejenis yang perusahaan yang bergerak di bidang produsen plastik. Agar dapat bersaing dengan perusahaan kompetitor maka diperlukan adanya suatu perhatian lebih kepada pelanggan sehingga dapat mempertahankan pelanggan yang ada agar tidak diambil oleh perusahaan sejenis. Adanya hal tersebut maka perlu adanya penelitian sehingga penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan *Repeat Order* Pelanggan Pada PT. Asiaplast Industries Tbk di Surabaya. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan *Repeat Order* pada pelanggan PT. Asiaplast Industries Tbk di Surabaya. Teknik Analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda untuk menunjukkan arah hubungan antar variable. Populasi diambil semua sebagai sampel maka sampelnya adalah sampel jenuh yang berjumlah 70 responden. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS ver. 21. Koefisien determinasi menunjukkan *R square* sebesar 0,534 atau 53,4% artinya variabel independent yaitu *Customer Relationship Marketing* (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen Keputusan *Repeat Order* (Y) memiliki pengaruh sedang, sedangkan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi oleh variabel independent lainnya. *Customer Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Repeat Order* pelanggan PT Asiaplast Industries Tbk di Surabaya, hal ini dapat dilihat dari nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,546 > 1,99601$) dan nilai signifikan $0,027 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Repeat Order* pelanggan PT Asiaplast Industries Tbk di Surabaya, hal ini dapat dilihat dari nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,150 > 1,99601$) dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan *Repeat Order* Pelanggan Pada PT. Asiaplast Industries Tbk di Surabaya.

Kata Kunci : *Customer Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan, Keputusan *Repeat Order*



ABSTRACT

By :

Richo

This research is motivated by competition problems between competitors of similar companies engaged in plastic manufacturers. In order to compete with competitors, it is necessary to have more attention to customers so as to maintain existing customers so as not to be taken by similar companies. There is a need for research so that the author feels the need to conduct research entitled The Influence of Customer Relationship Marketing and Quality of Service on Customer Repeat Order Decisions On PT. Asiaplast Industries Tbk in Surabaya. The purpose of the research is to find out the influence of Customer Relationship Marketing and Service Quality on Repeat Order decisions on PT customers. Asiaplast Industries Tbk in Surabaya. The Analysis Technique used is Multiple Linear Regression to indicate the direction of the relationship between variables. The population was taken all as a sample so the sample was a saturated sample of 70 respondents. The results of data processing show that all statement items are declared valid and all variables are declared reliabel. Data processing results using SPSS ver. 21. Coefficient of determination shows R square of 0.534 or 53.4% meaning independent variables namely Customer Relationship Marketing (X1) and Service Quality (X2) against variable dependents Repeat Order Decision (Y) has a moderate influence, while the remaining 46.6% is influenced by other independent variables. Customer Relationship Marketing has a significant effect on customer Repeat Order Decision of PT Asiaplast Industries Tbk in Surabaya, this can be seen from the value of t-count > t-table ($2.546 > 1.99601$) and significant value of $0.027 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_1 is received and Service Quality has a significant effect on the Customer Repeat Order Decision of PT Asiaplast Industries Tbk in Surabaya, this can be seen from the t-count value > t-table ($3.150 > 1.99601$) and the significant value $0.002 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_2 is accepted. The results showed that Customer Relationship Marketing and Service Quality influenced customer repeat order decisions on PT. Asiaplast Industries Tbk in Surabaya.

Keywords: Customer Relationship Marketing, Service Quality, Repeat Order Decision



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.