

ABSTRAK

Agustin, Dina. 2020. **Skripsi. Pengaruh Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan hubungan kausal, dengan variabel X_1 Pemasaran Relasional, variabel X_2 Kualitas Pelayanan dan Variabel Y Kepuasan Pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel 93 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pemasaran Relasional berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Probolinggo hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($5,728 > 1,987$), signifikansi $0,000 < 0,05$; (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Probolinggo, hal ini dibuktikan nilai t hitung $> t$ tabel ($6,698 > 1,987$), signifikansi $0,000 < 0,05$; dan (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Probolinggo, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($243,628 > 3,10$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R^2 sebesar 84,4%, sedangkan sisanya sebesar 15,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pemasaran Relasional, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Agustin, Dina. 2020. Thesis. **The Influence of Relationship Marketing and the Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Probolinggo City Branch.** Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Panca Marga Pobolinggo.

The study is conducted at PT. Pos Indonesia (Persero) Probolinggo City Branch with the aim to determine the influence of relationship marketing and service quality on customer satisfaction of PT. Pos Indonesia (Persero) Probolinggo City Branch.

The study applied a quantitative approach with a causal relationship which used a variable X_1 as *Relationship Marketing*, a variable X_2 as service quality, and a variable Y as customer satisfaction. In addition, the study used non-probability sampling, namely purposive sampling with a sample of 93 respondents. The data were collected by distributing questionnaires that had been tested for the validity and reliability. The data are analyzed using a multiple regression analysis. Therefore, the result of the study proves that: (1) Relationship Marketing has a positive effect on customer satisfaction. It is proven by the score of $t_{value} > t_{table}(5,728 > 1,987)$, and the significance is $0,000 < 0,05$; (2) the service quality has a positive effect on customer satisfaction. It is proven by the score of $t_{value} > t_{table}(6,698 > 1,987)$ and the significance is $0,000 < 0,05$; and (3) There is a positive effect and a significance between Relationship Marketing and Service Quality simultaneously on customer satisfaction. It is proven by the score of $f_{value} > f_{table}(243,628 > 3,10)$ with the significance $0,000 < 0,05$. The R^2 test result in this study obtained the score of R^2 is 84,4%. On the other hand, the remaining score of 15,6% is influenced by another factor which is not included in this study.

Keywords: *relationship marketing; service quality; customer satisfaction*