

PENGARUH PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* SUSHI RAKYAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Survei Terhadap Pengunjung Sushi Rakyat Tangerang)

Amelia Nurfajrina

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah mengenai pelayanan *customer relations* Sushi Rakyat terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pelayanan *customer relations* terhadap tingkat kepuasan pelanggan. **Tujuan penelitian** ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh pelayanan *customer relations* terhadap kepuasan pelanggan dimana pelanggan merupakan aset jangka panjang di perusahaan terlebih dalam bidang profit. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diciptakan oleh perusahaan, karena dengan kepuasan yang diterima oleh pelanggan, maka akan terbentuk pelanggan yang loyal. Pelayanan *customer relations* memiliki dimensi *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian), dan *tangibles* (penampilan). Sedangkan dimensi kepuasan pelanggan mencakup kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor emosional dan kemudahan. Penelitian ini menggunakan komunikasi organisasi, teori kualitas pelayanan, teori *customer relations*, dan teori kepuasan pelanggan sebagai definisi konsep. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Sushi Rakyat Tangerang sebanyak 1.250 orang dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden yang menggunakan rumus Yamane. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai instrument pengumpulan data dan menggunakan kepustakaan dan internet sebagai data tambahan. **Hasil penelitian** diperoleh uji korelasi sebesar 0,985 atau 98,5% yang berarti mempunyai hubungan yang cukup berarti, uji regresi diketahui bahwa $Y=2,182 + 0,898X$, yang menyatakan pengaruh yang signifikan dan koefisien determinasi besarnya 97% sedangkan t hitung $54,289 > t$ tabel $1,6617$ yang berarti terdapat pengaruh pelayanan *customer relations* terhadap kepuasan pelanggan. **Kesimpulan** dari penelitian ini dengan taraf signifikan 10% diperoleh t hitung $54,289 > t$ tabel $1,671$. Sehingga terlihat bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh pelayanan *customer relations* Sushi Rakyat terhadap kepuasan pelanggan (survei terhadap pengunjung sushi rakyat tangerang).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Customer Relations*, Kepuasan Pelanggan

THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONS SERVICE SUSHI RAKYAT TO THE CUSTOMER SATISFACTION

(Survey to Sushi Rakyat Tangerang Visitors)

Amelia Nurfajrina

Abstract

The background of this research is about customer relations service Sushi Rakyat to the customer satisfaction. The research want to knows how much is the influence of customer relations service to the customer satisfaction. **The purpose of the research** is the measure how much the influence of customer relations service to customer satisfaction. Where customer is an assets long-term in the company moreover in the field of profit. Customer satisfaction is must be created by the company by the company, because with satisfaction received by customers it will be formed customers loyalty. Customer relations service dimensions are reliability (the best thing of), responsiveness (responsiveness of), assurance (surety), empathy (concern), and tangibles (appearance). While dimensions of customer satisfaction are quality of services, quality of product, the price, factors emotional, and ease. This research using communication organization, the theory quality of services, quality customer relations, and the theory of customer satisfaction as theory definition concept. The research populations is Sushi Rakyat Tangerang visitors as many as 1.250 people and samples were obtained as many as 97 people by using Yamane's formula. This research uses a questionnaire as an instrument of data collection and use literature and internet as additional data. **Research results** obtained correlations test of 0,985 or 98,5% which means had links significant, regression test note that $Y=2,182 + 0,898X$, stating have leverage significant and determination of the 97% while t count $54,289 > t$ table 1,6617 which means is the public relations marketing of loyalty consumers. **The conclusion** of the research by significant level of 10% obtained t count $54,289 > t$ table 1,671. So that it can be seen that H_0 were rejected and H_a accepted, it means that there is the influence of customer relations service Sushi Rakyat to the customer satisfaction (Survey to Sushi Rakyat Tangerang Visitors)

Key words : Quality of services, Customer Relations, Customer Satisfaction.