

ABSTRAK

Tujuan penulisan adalah menganalisis system Customer Relationship Management pada dealer mobil Honda dan mencari tau hubungan penerapan system tersebut dengan kepuasan pelanggan dealer mobil Honda. Data diambil dari penyebaran kuesioner kepada 335 responden yang menjadi sample penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji regresi linier dan Rate model sebagai landasan untuk mengukur system tersebut. Hasil yang dicapai adalah rekomendasi untuk melakukan perbaikan pada system dan proses pada Customer Service. Dari analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa para pelanggan Honda cenderung tidak puas dengan pelayanan Customer Service Honda dan memiliki harapan yang lebih tinggi dibandingkan pengalaman mereka rasakan saat ini.

Kata Kunci :

Kepuasan Pelanggan, penerapan CRM

ABSTRACT

The goal of the thesis was to analyze the Customer Relationship Management system that recently implemented and to find out whether there's any correlation between system implementation result with customer satisfaction. Data collected by spreading 335 questionnaires to Honda's Customer whom became samples of this research. Data analyzed with validity test, reliability test, correlation test, linier regression test based on Rater model. The result achieved is a recommendation to develop an improvement throughout the system and work process. From the result of analysis, concluded that Honda's customer are not quite satisfied with Honda's Customer Service work performance. Customer's expectations are higher than what the customers experienced in present.

Keywords :

Customer Satisfaction, Customer Relationship Management