

Customer relationship management, kepuasan dan loyalitas pelanggan DHL Worldwide Express

Henry Vienayoko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73958&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan pelanggan DHL Worldwide Express. Selain itu, penelitian ini juga ingin menguji dan menjelaskan pengaruh dari kepuasan pelanggan DHL Worldwide Express terhadap loyalitasnya. Pengujian dilakukan terhadap dua segmen pelanggan, yaitu ad hoc dan reguler. Pelanggan ad hoc adalah segmen pelanggan yang frekuensi pemakaian jasa terhadap DHL kurang dari 100 per tahunnya. Sebaliknya pelanggan reguler adalah segmen pelanggan yang menggunakan jasa DHL lebih dari 100 kali per tahunnya.

Penelitian dilakukan terhadap 666 responden yang terdiri dari 327 sampel pelanggan ad hoc dan 341 sampel dari segmen pelanggan reguler. Pemilihan sample dilakukan dengan menggunakan teknik proportionate stratified random sampling. Teknik analisis yang digunakan yang digunakan untuk menganalisis data adalah regresi linier sederhana.

Dari analisis yang dilakukan ditemukan hasil bahwa penerapan strategi customer relationship management pada segmen pelanggan ad hoc ternyata berpengaruh sangat kecil terhadap kepuasan, bahkan hubungannya ternyata bersifat tidak nyata. Namun, sebaliknya, pada segmen pelanggan reguler, penerapan strategi customer relationship management menunjukkan kontribusi yang kuat terhadap kepuasan. Selanjutnya dari hasil pengujian hubungan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada dua segmen ad hoc dan reguler menunjukkan hubungan yang positif dan nyata, namun kontribusinya sangat kecil.