

ABSTRACT

David hermansyah (2016), *Customer satisfication of wingko kelapa muda based on Customer relationship marketing (Study at UD. Dua Kelapa Babat subdistrict, Lamongan Regency) in guided of Dr.H. Muh Syarif, Drs. Ec .M.si and Nirma Kurriwati, Sp., M.si*

The aims of this research is to find the influence of Customer Relationship Marketing's variables that are consist Bonding, Emphaty, Reciprocity, and Trust that did influence simultaneously as well as partial on customer satisfication of wingko kelapa muda UD.Dua Kelapa Babat subdistrict, Lamongan regency and also to know which one from the fourth variables of Customer Relationship Marketing highest or dominant to customer satisfication at Wingko Kelapa Muda UD. Dua Kelapa Babat subdistrict, Lamongan Regency.

The method which used on this research is quantitative methods, that is the research which based on positive ideology which have the aim to Test the hypothesis that had been set up. The sample of this research is the customer of UD. Dua Kelapa which totally are 97 respondents. The methods which used to take the sample are insidental sampling and reability purposive sampling. To examine the instrument the writer used the test of validity and reability, whereas the technique which used analyze the data to test the hypotesis is double regression linear which used test F (simultan) and test T (parsial).

The result of this research show that customer relationship marketing variables which are : Bonding, Emphaty ,Reciprocity, and Trust simultaneously which influence significantly to customer satisfication UD. Dua kelapa babat subdistrict, Lamongan Regency. Partially, customer relationship marketing variables which are Bonding, Emphaty, Reciprocity, and trust that influence significantly to customer satisfication UD. Dua Kelapa babat subdistrict, Lamongan Regency and from the fourth customer ralationship marketing variables that trust is the variable which influence is highest/ dominant to customer satisfication UD. Dua Kelapa Babat subdistrict, Lamongan Regency.

Keywords; Customer relationship marketing and customer satisfication.

ABSTRAK

David Hermansyah (2016), Kepuasan Pelanggan Wingko Kelapa Muda Berdasarkan *Customer Relationship Marketing* (Studi pada UD. Dua Kelapa Kec. Babat Kab. Lamongan). Di bawah bimbingan Dr.H. Muh. Syarif, Drs Ec., M.si dan Nirma Kurriwati, Sp., M.si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *Customer Relationship Marketing* yang terdiri dari: Ikatan, Empati, Timbal Balik, dan Kepercayaan apakah berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan wingko kelapa muda UD. Dua Kelapa Kec. Babat Kab. Lamongan dan untuk mengetahui dari keempat variabel *Customer Relationship Marketing* manakah yang berpengaruh paling tinggi/dominan terhadap kepuasan pelanggan wingko kelapa muda UD. Dua Kelapa Kec. Babat Kab Lamongan.

Pendekatan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sampel dalam penelitian ini merupakan para pelanggan dari UD. Dua Kelapa yang berjumlah 97 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *insidental sampling* dan *purposive sampling*. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda dengan memakai uji F (simultan) dan uji T (parsial).

Hasil penelitian menunjukkan, variabel *Customer Relationship Marketing* Yang terdiri dari: Ikatan, Empati, Timbal Balik, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Dua Kelapa Kec. Babat Kab. Lamongan. Secara parsial variabel *Customer Relationship Marketing* Yang terdiri dari: Ikatan, Empati, Timbal Balik, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Dua Kelapa Kec. Babat Kab. Lamongan, dan dari keempat variabel *Customer Relationship Marketing* variabel Kepercayaan merupakan variabel yang berpengaruh paling besar/dominan terhadap kepuasan pelanggan UD. Dua Kelapa Kec. Babat Kab. Lamongan.

Kata Kunci: *Customer Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan