

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya zaman dari waktu ke waktu, dalam dunia bisnis secara signifikan banyak mengalami perkembangan dan perubahan yang sangat pesat, Banyak perusahaan layanan jasa transportasi berkembang dan bermunculan sebagai akibatnya akan lebih banyak pesaing. Semua berawal dari kebutuhan pelanggan yang beragam sehingga mendorong perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara menawarkan layanan jasa yang disesuaikan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, Dengan semakin terbukanya akses informasi dan berkembangnya teknologi komunikasi, masyarakat Indonesia kini lebih sadar akan hak mereka sebagai pelanggan, yang mengarah pada tuntutan akan produk dan layanan yang lebih berkualitas, cepat, dan responsif. Dengan adanya layanan jasa transportasi masyarakat akan terbantu dan terpenuhi dalam segi kebutuhan. Selain itu jasa layanan transportasi mempengaruhi pendapatan ekonomi suatu negara karena melibatkan penyebaran barang, jasa, dan tenaga kerja. Perusahaan jasa harus memastikan bahwa jasa mereka lebih unggul dari pesaing lainnya, dan lebih baik dari yang dibayangkan oleh pelanggan. Perusahaan harus memahami kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap barang atau jasa mereka.

Aragon Transport merupakan perusahaan layanan transportasi didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan transportasi yang aman, dan nyaman, terutama dalam perjalanan luar kota. Mengingat peningkatan aktivitas bisnis dan perjalanan kelompok wisata, permintaan akan layanan transportasi yang dapat diandalkan pun semakin tinggi. Memanfaatkan peluang itu, Aragon Transport hadir sebagai penyedia jasa sewa kendaraan yang mengutamakan kualitas pelayanan serta kepuasan. Metode penelitian yang diiigunakan penulis adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Metode ini menguraikan secara rinci mengenai variabel yang akan diselidiki. Variabel tersebut dijelaskan secara numerik (kuantitatif) dan diuji menggunakan uji hipotesis yang dirumuskan berdasarkan pengaruh atau hubungan antara variabel tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penerapan *Total Quality Management* (TQM) dan *Costumer Relationship Management* (CRM) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Bina Nusa Prestasi. Dan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh gabungan *Total Quality Management* (TQM) dan *Costumer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji parsial (*t-test*) variabel *Total Quality Management* (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,424 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai *t* hitung $0,803 < t$ tabel $1,661$, yang semakin menguatkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti *Total Quality Management* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil uji parsial (*t-test*) variabel *Costumer Relationship Management* (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, dengan nilai *t* hitung $7,114 > t$ tabel $1,661$, yang berarti X2 berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti *Costumer Relationship Management* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan koefisien regresi sebesar $0,551$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada X2 akan meningkatkan Y sebesar $0,551$ satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai signifikansi dari variabel bebas *Total quality management* (X1), dan *Costumer relationship management* (X2) adalah $0,001$. Dengan nilai *f* hitungnya adalah sebesar $87,253$. Maka dapat diketahui bahwa nilai *f* hitung $87,253 > f$ tabel $3,08$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh *Total quality management* (X1) dan *Costumer realitionship management* (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Kata kunci : *Total Quality Management* (TQM), *Costumer Realitionship Management* (CRM), Kepuasan Pelanggan.

