

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado)**

*THE EFFECT OF DIFFERENTIATION OF PRODUCTS, SERVICE QUALITY AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) WITH ON CUSTOMER SATISFACTION  
(Case Study at PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado)*

Oleh:

**Glend Andre Ering<sup>1</sup>**  
**James D.D Massie<sup>2</sup>**  
**Michael Ch. Raintung<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

<sup>1</sup>[gvaering96@gmail.com](mailto:gvaering96@gmail.com)

<sup>2</sup>[jamesmassie@unsrat.ac.id](mailto:jamesmassie@unsrat.ac.id)

<sup>3</sup>[raintung,michael@gmail.com](mailto:raintung,michael@gmail.com)

**Abstrak:** Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor penting bagi perekonomian nasional. Persaingan dalam menjual produk wafer juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Nabati adalah salah satu kelompok bisnis produk konsumen di Indonesia, yang didirikan pada tahun 2002 dengan bernama PT. Nabati Jaya Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan customer relationship management (CRM) baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh yang berjumlah 100 konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* (CRM) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sebaiknya perusahaan dapat menambah produk dan mempertahankan kinerja agar mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *diferensiasi produk, kualitas pelayanan, customer relationship management, kepuasan pelanggan*

**Abstract:** *The food and beverage industry is one of the important sectors for the national economy. Competition in selling wafer products is also very influential to increase profits for the company. Nabati is one of the consumer product business groups in Indonesia, which was founded in 2002 with the name PT. Nabati Jaya Indonesia. The purpose of this study is to determine the effect of product differentiation, service quality and customer relationship management (CRM) both simultaneously and partially on customer satisfaction. The method of this research is quantitative research methods using multiple linear regression analysis. The sampling technique uses saturated samples totaling 100 consumers. The results of this study indicate that simultaneously and partial product differentiation, service quality and customer relationship management (CRM) affect customer satisfaction. Get companies to add products and maintain to be able to influence customer satisfaction.*

**Keyword:** *product differentiation, service quality, customer relationship management, customer satisfaction*

**PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Industri makanan dan minuman (Mamin) merupakan salah satu sektor penting bagi perekonomian nasional. Produk Domestik Bruto (PDB) sektor mamin pada 2016 mencapai Rp 586,5 triliun atau 6,2% dari total PDB nasional senilai Rp 9.433 triliun. Selain itu, sektor mamin selalu tumbuh di atas pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Pada triwulan III 2017 PDB sub sektor makanan dan minuman tumbuh (YoY) menjadi Rp 166,7 triliun, sementara ekonomi Indonesia hanya tumbuh 5,06%. Sepanjang triwulan I-III 2017, sub sektor mamin tersebut menyumbang 33,78% PDB sektor pengolahan yang mencapai Rp 1.406 triliun dan juga menyumbang 6,42% PDB nasional yang mencapai Rp 7.402 triliun.

Kota Manado adalah salah satu daerah yang menjadi pilihan dari perusahaan-perusahaan yang menjual atau mendistribusikan produk makanan ringan seperti wafer. Persaingan dalam menjual produk wafer juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan, salah satu contoh produk Nabati wafer saingan utamanya adalah wafer tango yang dijual oleh PT. Mayora Manado. Salah satu contoh persaingannya, perusahaan menjual dan memberikan promo di Tokoh-tokoh yang ada di Manado. Perusahaan juga bisa menjual langsung kepada konsumen seperti di warung-warung kecil yang ada di Manado.

Nabati adalah salah satu kelompok bisnis produk konsumen di Indonesia, yang didirikan pada tahun 2002 dengan bernama PT. Nabati Jaya Indonesia. Perusahaan ini terkenal memproduksi makanan ringan dengan meluncurkan produk pertamanya adalah Nabati Wafer adalah wafer berbentuk kecil. Pada juni 2007, Nabati Wafer dihentikan dan PT. Nabati Jaya Indonesia berganti nama menjadi PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia merupakan makanan ringan. Produk pertamanya adalah POW Snack 2 Warna (dihentikan 2011) dan Richeese Nabati Wafer bergizi (pada tahun 2008 berganti nama menjadi Richeese Nabati Wafer).

Pada tahun 2008, Nabati meluncurkan lima produk lagi yaitu Pow Donat, Richeese Ahh, Nabati Siip, Pillow Pow dan Richeese Rolls. Pada tahun 2008 produk nabati sudah terdaftar dalam badan POM dan sudah selesai mendaftarkan semua produk kedalamnya dari nomor registrasi DEPKES RI SP No. (2002-2007), P-IRT (2007-2008) menjadi BPOM RI MD. Kemudian produk Richeese semakin berkembang pada tahun 2009 karena Nabati bukan hanya memproduksi produk makanan ringan keju saja, tetapi juga produk makanan ringan coklat. Oleh karena itu pada akhir 2008 Nabati meluncurkan Richoco Wafer Coklat dan Richeese Chocochiz.

Pada tahun 2009 Nabati meluncurkan makanan ringan Bretos, makanan ringan berbentuk roti dengan selai keju dari Richeese. Lalu biskuit krim keju Richeese Bisvit, Richeese pasta keju dan Richeese bio minuman sereal dan susu.

**Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado
2. Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado
4. *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado

**TINJAUAN PUSTAKA****Manajemen Pemasaran**

Assauri (2013:12) pengertian Manajemen Pemasaran adalah kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan laba hasil dari transaksi/ pertukaran melalaui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

**Diferensiasi Produk**

Menurut Kotler (2002:2), diferensiasi produk ialah penawaran produk perusahaan yang mempunyai sesuatu yang lebih murah, lebih cepat dan lebih baik yang akan menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen dibandingkan dengan produk pesaing. Melakukan diferensiasi produk merupakan hal yang sangat penting bagi kesuksesan sebuah bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Dimana dengan melakukan diferensiasi, bisnis perusahaan akan semakin berkembang semakin baik dan semakin maju.

### **Customer Relationship Management (CRM)**

Laudon dan Traver (2002:374) CRM menyimpan informasi pelanggan dan menyimpan serta merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kotler dan Armstrong (2001:9) menyatakan Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

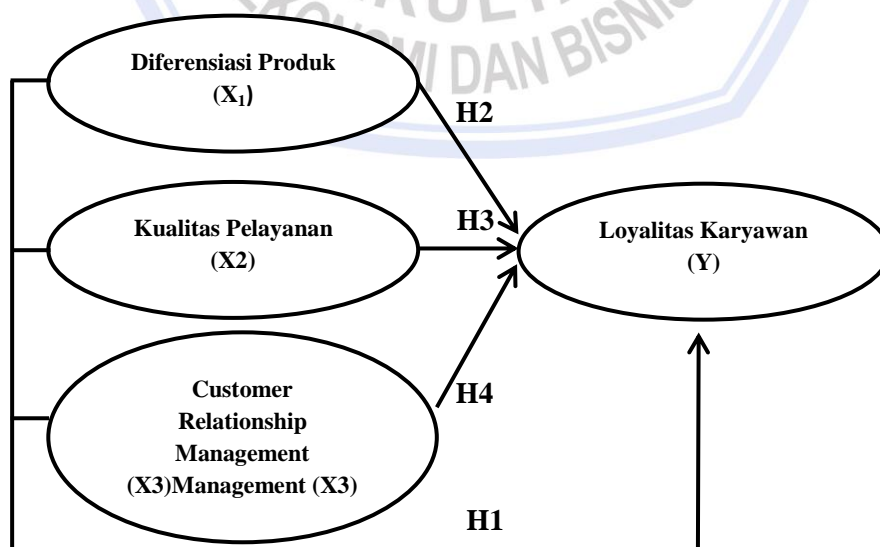
### **Penelitian Terdahulu**

Pandesia, Saerang, dan Sumarauw (2017) melakukan penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada perumahan Griya Paniki Indah Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah random sampling dan accident sampling. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Kesimpulan Penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan positif dan hipotesanya diterima dengan nilai signifikansi 0.000 dan nilai thitung adalah 20.919, Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan positif dan hipotesanya diterima dengan nilai signifikansi 0.003 dan nilai thitung adalah 2.456, Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan dan positif dengan nilai f sebesar 218.828 dan nilai signifikannya adalah 0.000 yang dimana kualitas produk dan kualitas layanan sama-sama memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen.

Moha dan Loindong (2016) melakukan penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta Di Kota Manado. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. Populasi adalah para tamu yang menginap. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Metode penelitian asosiatif, dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen Hotel Yuta sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen seperti memperhatikan kualitas pelayanan yang lebih baik, dan memberikan fasilitas yang terjangkau agar konsumen kembali menginap.

Ansyari (2016) melakukan penelitian Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Pegawai Kantor Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Kalimantan Timur). Teknik analisis data yang digunakan regresi linear berganda. Kesimpulan penelitian ini sebagai berikut Secara simultan, diferensiasi yang terdiri dari bentuk (X1), keistimewaan (X2), mutu kinerja (X3).

### **Kerangka Pemikiran**



**Gambar 1. Model Penelitian**

Sumber: Kajian Teori, 2018



Hipotesis penelitian ini adalah:

- H1: Diduga diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan *customer relationship management (CRM)* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
H2: Diduga diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
H3: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
H4: Diduga *customer relationship management (CRM)* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan sasaran pelanggan pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado dengan waktu penelitian selama kurang lebih 1 bulan. Selama 1 bulan saya akan mengumpulkan data dan mengelolanya dengan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* Versi 22 dengan alat ukur yang di pakai yaitu Uji Validasi dan Uji Realibilitas serta metode analisa data yaitu menggunakan Analisa Regresi Linear Berganda.

### Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado. Populasi dalam penelitian ini mencapai 100 pelanggan (toko-toko dan warung yang ada di Manado. Saya menentukan besaran sampel 100 karena jumlah pelanggan dari PT. PMA Nabati Manado tiap Triwulannya mencapai 100-110 pelanggan. Maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiono 2015:116). Sampel yang diambil adalah seluruh populasi sebanyak 100 responden.

### Data dan Sumber

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu :

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara atau jajak pendapat dari individu yang di tentukan berdasarkan objek dari penelitian ini. Sumber data primer yang akan di pakai dalam penelitian ini yaitu penyebaran angket yang berisi kuesioner kepada pelanggan PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung seperti buku, catatan, atau arsip yang di publikasikan secara umum. Dengan kata lain peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, atau membaca buku yang berhubungan dengan variabel yang di teliti

### Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam studi ini berdasarkan wawancara dan kuesioner. Pengertian wawancara menurut Subagyo (2011:39) adalah Suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden wawancara bermakna berhadapan langsung antara interview dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan. Wawancara di lakukan secara langsung dengan responden, yaitu pelanggan pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado.

Sugiyono (2010:199) yaitu kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Pengukuran persepsi responden ini menggunakan skala likert. Skala Likert adalah alat ukur yang di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2008:215). Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1 sampai 5 untuk mewakili pendapat dari para responden.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian****Deskripsi Objek Penelitian**

Pada awal berdirinya pada tahun 2002 dengan bernama PT. Nabati Jaya Indonesia dengan meluncurkan produk pertamanya adalah Nabati Wafer adalah wafer berbentuk kecil. Pada juni 2007, Nabati Wafer dihentikan dan PT. Nabati Jaya Indonesia berganti nama menjadi PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia merupakan makanan ringan. Produk pertamanya adalah POW Snack 2 Warna (dihentikan 2011) dan Richeese Nabati Wafer bergizi (pada tahun 2008 berganti nama menjadi Richeese Nabati Wafer).

Pada tahun 2008, Nabati meluncurkan lima produk lagi yaitu Pow Donat, Richeese Ahh, Nabati Siip, Pillow Pow dan Richeese Rolls. Pada tahun 2008 produk nabati sudah terdaftar dalam badan POM dan sudah selesai mendaftarkan semua produk kedalamnya dari nomor registrasi DEPKES RI SP No. (2002-2007), P-IRT (2007-2008) menjadi BPOM RI MD. Kemudian produk Richeese semakin berkembang pada tahun 2009 karena Nabati bukan hanya memproduksi produk makanan ringan keju saja, tetapi juga produk makanan ringan coklat.

Oleh karena itu pada akhir 2008 Nabati meluncurkan Richoco Wafer Coklat dan Richeese Chocochiz. Pada tahun 2009 Nabati meluncurkan makanan ringan Bretos, makanan ringan berbentuk roti dengan selai keju dari Richeese. Lalu biscuit krim keju Richeese Bisvit, Richeese pasta keju dan Richeese bio minuman sereal dan susu.

**Deskripsi Responden**

Berdasarkan pertanyaan yang telah diisi oleh responden dalam hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir maka didapat data responden sebagai berikut:

**Tabel 1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frequency	Percent %
1	Laki-laki	57	57.0 %
2	Perempuan	43	43.0 %
Total		100	100.0 %

Sumber: Olah data SPSS, 2018

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden banyak atau dominan berjenis kelamin laki-laki daripada perempuan. Responden laki-laki sebanyak 57 orang atau sebesar 57.0% dari total keseluruhan responden dan perempuan sebanyak 43 orang atau sebesar 43.0% dari total keseluruhan responden.

**Tabel 2. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frequency	Percent %
1	35 – 45 Tahun	28	28.0 %
2	46 – 55 Tahun	21	21.0 %
3	56 – 65 Tahun	27	27.0 %
4	Lebih dari 66 Tahun	24	24.0 %
Total		100	100.0 %

Sumber: Olah data SPSS, 2018

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa responden terbanyak berada pada usia antara 35-45 tahun sebesar 28.0%, usia antara 46-55 tahun sebesar 21.0%, usia antara 56-65 tahun sebesar 27.0%, dan usia lebih dari 66 tahun sebesar 24.0%.

**Tabel 3. Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Akhir	Frequency	Percent %
1	SMA/SMK	16	16.0 %
2	Sarjana (S1)	71	71.0 %
3	Magister (S2)	13	13.0 %

Sumber: Olah data SPSS, 2018

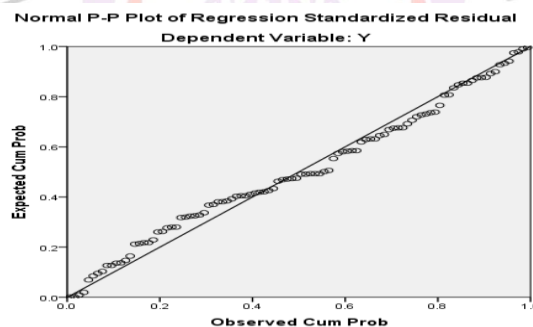
Berdasarkan tabel 3 tersebut tingkat pendidikan terakhir responden yaitu SMA/SMK dengan jumlah 16 orang atau sebesar 16.0%, Sarjana (S1) dengan jumlah 71 orang atau sebesar 71.0%, dan Magister (S2) dengan jumlah 13 orang atau sebesar 13.0%. dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan responden lebih banyak ada pada pelanggan tingkat pendidikan Sarjana (S1).

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Diferensiasi Produk (X1)	0.887	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.827	Reliabel
Customer Relationship Management (CRM) (X3)	0.631	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.812	Reliabel

Sumber: Olah data SPSS, 2018

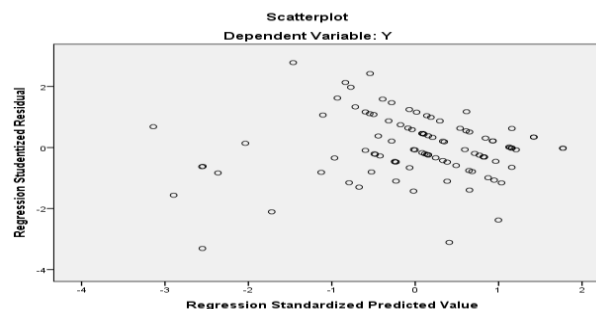
Berdasarkan tabel 4 hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel X1 (0.887), X2 (0.827), X3 (0.631) dan Y (0.812) memenuhi dan lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel dengan menggunakan variabel independen diferensiasi produk (X1), kualitas pelayanan (X2), *customer relationship management* (CRM) (X3) dan variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pengukur variabel dari kuesioner reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.



**Gambar 2. Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual**

Sumber: Olah data SPSS, 2018

Gambar 2 menunjukkan bahwa pernyataan tidak terdapat masalah pada uji normalitas karena berdasarkan grafik di atas terlihat titik-titik koordinat antara nilai observasi dengan data mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki data yang berdistribusi normal.



**Gambar 3. uji heterokedastisitas**

Sumber: Olah data SPSS, 2018

Gambar 3 menunjukkan bahwa uji heterokedastisitas menampilkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga data layak dipakai.

### Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel.

**Tabel 5. Collinearity Model**

Model		Collinearity Statistics	
1	(Constant)	Tolerance	VIF
	Diferensiasi Produk	.637	1.570
	Kualitas Pelayanan	.463	2.160
	Customer Relationship Management (CRM)	.458	2.181

Sumber: Olah data SPSS, 2018

Tabel 5 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut.

**Tabel 6. Hasil Uji Parsial (t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.786	1.049		1.703	.092
	Diferensiasi Produk	.144	.047	.270	3.049	.003
	Kualitas pelayanan	.229	.072	.333	3.203	.002
	Customer Relationship Management (CRM)	.262	.117	.234	2.242	.027

Sumber: Olah data SPSS, 2018

Pengaruh dari masing-masing variabel diferensiasi produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan *customer relationship management* (CRM) (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado, dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat probabilitas. Jika tingkat signifikansinya <0.05, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan.

Hasil pengujian parsial (t) antara variabel diferensiasi produk (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan, dari nilai t dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) dimana nilai signifikansi harus kurang dari 0.05 (<5%). Berdasarkan nilai signifikansi ditemukan bahwa nilai signifikansi dari variabel diferensiasi produk (X1) sebesar  $0.03 < 0.05$ , yang dinyatakan variabel diferensiasi produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Hasil pengujian parsial (t) antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan, dari nilai t dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) dimana nilai signifikansi harus kurang dari 0.05 (<5%). Berdasarkan nilai signifikansi ditemukan bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar  $0.02 < 0.05$ , yang dinyatakan variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Hasil pengujian parsial (t) antara *customer relationship management* (X3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan, dari nilai t dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) dimana nilai signifikansi harus kurang dari 0.05 (<5%). Berdasarkan nilai signifikansi ditemukan bahwa nilai signifikansi dari variabel *customer relationship management* (X3) sebesar  $0.27 < 0.05$ , yang dinyatakan variabel *customer relationship management* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).



## **Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini menguraikan pengaruh diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado dapat dibahas sebagai berikut :

### **Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diferensiasi produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *customer relationship management* (CRM) (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil tersebut terlihat pada nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas taraf signifikan yaitu 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) atau dilihat dari nilai F hitung dan F tabel yang dimana F hitung harus lebih besar dari F tabel ( $34.610 > 2.70$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan *customer relationship management* (CRM) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fure, Mananeke, Tawas (2014) dengan judul Pengaruh Diferensiasi produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Manalagi di Manado. Dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu diferensiasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini menyatakan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut terlihat pada nilai signifikan yaitu .003 yang mana nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 atau t hitung lebih besar dari pada t tabel ( $3.049 > 1.984$ ) dan memiliki nilai B positif yaitu sebesar 1.786. Hasil ini menjelaskan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan dan positif yang berarti semakin baik persepsi pelanggan terhadap diferensiasi produk maka semakin tinggi kepuasan pelanggan atau sebaliknya semakin buruk persepsi pelanggan terhadap diferensiasi produk maka semakin rendah kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anastuti, Arifin, Wilopo (2014) dengan judul Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Pengguna Iphone di Universitas Btawijaya Malang. Dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut terlihat pada nilai signifikan yaitu .002 yang mana nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 atau t hitung lebih besar dari pada t tabel ( $3.203 > 1.984$ ) dan memiliki nilai B positif yaitu sebesar 1.786. Hasil ini menjelaskan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan dan positif yang berarti semakin baik persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan atau sebaliknya semakin buruk persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan maka semakin rendah kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Manarisip (2013) dengan judul Retailing Mix dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Freshmart Superstore Bahu Mall Manado. Dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini menyatakan bahwa *customer relationship management* (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut terlihat pada nilai signifikan yaitu .027 yang mana nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 atau t hitung lebih besar dari pada t tabel ( $2.242 > 1.984$ ) dan memiliki nilai B positif yaitu sebesar 1.786. Hasil ini menjelaskan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan berpengaruh positif yang berarti semakin baik persepsi pelanggan terhadap *customer relationship management* (CRM) maka semakin tinggi kepuasan pelanggan atau sebaliknya semakin buruk persepsi pelanggan terhadap *customer relationship management* (CRM) maka semakin rendah kepuasan pelanggan.



Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sirait (2018) dengan judul Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matahari Department Store di Jambi. Dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu *customer relationship management* (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diferensiasi produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan *customer relationship management* (CRM) (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dikarenakan memiliki nilai F hitung lebih tinggi dibandingkan dengan F tabel ( $34.610. > 2.70$ )
2. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT.PMA Nabati Manado. Untuk hasil signifikan, variabel ini layak dikatakan signifikan karena memiliki nilai sig dibawah 0.05 dan memiliki hasil positif sebesar 0.03
3. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT.PMA Nabati Manado. Untuk hasil signifikan, variabel ini layak dikatakan signifikan karena memiliki nilai sig dibawah 0.05 dan memiliki hasil positif sebesar 0.02
4. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan variabel *customer relationship management* (CRM) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT.PMA Nabati Manado. Untuk hasil signifikan, variabel ini layak dikatakan signifikan karena memiliki nilai sig dibawah 0.05 dan memiliki hasil positif sebesar 0.27

### Saran

Saran penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan PT. PMA Nabati Manado  
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* (CRM) terhadap kepuasan Pelanggan, maka perusahaan dapat menjadikannya sebagai bahan kajian guna menambah produk melalui diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* (CRM) dengan menambah produk melalui media elektronik maupun media cetak dan bisa juga dengan komunikasi langsung produk tersebut agar mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Bagi Masyarakat  
Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu menjadi referensi bagi masyarakat dalam mengonsumsi produk dari PT. PMA Nabati Manado. Dari sini masyarakat dapat mengetahui bagaimana produk yang diberikan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, serta mengetahui produk-produk yang disediakan PT. PMA Nabati Manado.
3. Bagi Civitas Akademika  
Bagi peneliti yang tertarik ingin melakukan penelitian selanjutnya khususnya tentang diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* (CRM) peneliti dapat menambahkan variabel lainnya untuk penelitian selanjutnya. Misalnya adanya variabel, diferensiasi produk, kualitas pelayanan *customer relationship management* (CRM) kepuasan pelanggan dan lain-lain

## DAFTAR PUSTAKA

- Anastuti., Arifin., dan Wilopo. 2014. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Pengguna Iphone di Universitas Brawijaya Malang). *EJournal Adiministrasi Bisnis*. Vol. 7 No. 1.
- Ansyari, M. 2016. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Pegawai Kantor Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Kalimantan Timur). *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 4 No.2. <https://drive.google.com/file/d/0ByGtVhF1s0pwQTVYaG9Dajl4VEE/view>. Tanggal akses: 9/05/2018.
- Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press, Jakarta.

- Fure., Maneneke, G., dan Tawas, H. 2014. Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Manalagi Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 2 Hal 104-114. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5075>. Tanggal akses: 9/05/2018
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. PT Prenhallindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P., dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi keduabelas, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Laudon, K., dan Traver, C. 2002. *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Wesley, MA, Addison Boston.
- Manarisip, R. 2013. *Retailing Mix Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Freshmart Superstore Bahu Mall Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 242-251. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2013>. Tanggal akses: 8/05/2018.
- Moha, S. dan Loindong, S. 2016. Analisa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 4, Nomor 1, Hal 575-584. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>. Tanggal akses: 04/05/19.
- Pandesia, A., Saerang, I., dan Sumarauw, J. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2. Hal. 1315 – 1326. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16161>. Tanggal akses: 8/05/2018.
- Sirait. 2018. Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Matahari Department Store di Jambi). *Jurnal Digest Marketing*. Vol. 3 No. 1. ISSN : 2338 – 123 X. Hal. 79 -85. <https://online-journal.unja.ac.id/digest/article/view/4406>. Tanggal akses: 7/5 2019
- Subagyo. 2011. *Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Edisi 11. Alfabeta, Bandung.