

ABSTRAK

Millenik, 181010056, 2022. Analisis Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut Pada PT. Anugerah Kreasi Selaras, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Ihdina Gustina S.E., M.M., Pembimbing II: Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *People* dan *Process* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Anugerah Kreasi Selaras. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT. Anugerah Kreasi Selaras serta unit observasinya adalah konsumen PT. Anugerah Kreasi Selaras. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian jasa pada PT. Anugerah Kreasi Selaras selama tahun 2021. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik Hair dan berjumlah 110 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Kepuasan Pelanggan = 6,295 + 0,980 *People* + 0,584 *Process* + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel *People* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Anugerah Kreasi Selaras dimana $t_{hitung} 7,306 > t_{tabel} 1,982$ dan variabel *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Anugerah Kreasi Selaras dimana $t_{hitung} 7,226 > t_{tabel} 1,982$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 96,521 > F_{tabel} 3,08$ yang berarti variabel bebas yaitu *People* dan *Process* secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan pada PT. Anugerah Kreasi Selaras. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 64,30% variabel Kepuasan Pelanggan pada PT. Anugerah Kreasi Selaras dipengaruhi oleh variabel *People* dan *Process*, sedangkan sisanya sebesar 35,70% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti *Physical Evidence*, *Advertising*, dan *Public Relation* yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *People*, *Process*, Kepuasan Pelanggan