

ABSTRAK

SITI ULYANI, NPM: 202329, Judul “PENGARUH ANALISIS HARGA TERHADAP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM BALANGAN (PERSERODA)” DOSEN PEMBIMBING BAPAK JAMIL RIFANI S.Sos. MM DAN DOSEN PENGUJI 2 BAPAK HARIS FADILLAH S.Sos. M.M

Keberhasilan operasional dari institusi penyedia jasa publik, seperti badan usaha daerah yang menyalurkan air bersih, sangat ditentukan oleh indikator vital berupa tingkat kepuasan para pelanggannya. Persepsi kepuasan konsumen ini dapat distimulasi oleh bermacam-macam faktor, salah satunya ialah penentuan nominal tarif yang rasional serta efektivitas implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam menjalin kedekatan interaktif dengan masyarakat. Atas dasar tersebut, kajian ini diselenggarakan dengan tujuan menguji dan menganalisis dampak dari variabel kebijakan harga serta CRM terhadap kepuasan pelanggan di lingkungan PDAM Balangan (Perseroda). Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, di mana penjarangan data di lapangan menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada 100 responden terpilih lewat skema purposive sampling. Untuk pembuktian hipotesis, data yang diperoleh diolah menggunakan rumus regresi linear berganda demi memetakan pengaruh secara mandiri (parsial) ataupun kolektif (simultan). Hasil analisis numerik memperlihatkan bahwasanya faktor harga maupun CRM memberikan kontribusi positif yang bernilai signifikan dalam mendorong kepuasan pelanggan, baik diuji secara terpisah maupun bersama-sama. Fakta empiris ini mengisyaratkan bahwa kesepadanan antara biaya yang dikeluarkan dengan kemanfaatan riil, ditambah kompetensi institusi dalam memelihara komunikasi, menyuguhkan layanan prima, dan menanggulangi keluhan, menjadi instrumen penentu tingginya kepuasan publik. Luaran dari riset ini diproyeksikan sebagai bahan rujukan teoretis dan praktis bagi PDAM Balangan (Perseroda) dalam memformulasikan program kemitraan pelanggan sekaligus menyempurnakan manajemen pelayanan agar kepuasan konsumen tercapai secara maksimal.

Kata Kunci: Kebijakan Tarif, Manajemen Hubungan Pelanggan, Kepuasan Publik, PDAM Balangan

ABSTRACT

SITI ULYANI NPM : 202329, Title "*The Influence of Price Analysis and Customer Relationship Management (CRM) on Customer Satisfaction at PDAM Balangan (Perseroda).*" Academic Advisor: Mr. Jamil Rifani, S.Sos., M.M.; Second Examiner: Mr. Haris Fadillah, S.Sos., M.M.

Within the scope of public service delivery, specifically for regional enterprises managing clean water distribution, customer satisfaction stands out as a critical parameter for evaluating institutional success. This specific metric is heavily influenced by dynamic drivers, including equitable tariff structures and the constructive adaptation of Customer Relationship Management (CRM) to foster robust interactions with consumers. Consequently, this investigation is tailored to analyze the empirical effects of pricing strategies and CRM practices on customer satisfaction within PDAM Balangan (Perseroda). Utilizing a quantitative framework, structured data collection was executed by administering research questionnaires to a cohort of 100 consumers selected via a purposive sampling strategy. The statistical evaluation engaged multiple linear regression techniques to scrutinize both the independent (partial) and joint (simultaneous) impacts on customer satisfaction. The computational analysis indicates that both price mechanisms and CRM yield positive and statistically substantial contributions to elevating customer satisfaction, both individually and collectively. These insights reveal that aligning financial costs with functional benefits, paired with corporate proficiency in dialogue maintenance, active service provision, and grievance handling, serves as a cornerstone for enhancing community satisfaction. Ultimately, these findings are anticipated to supply valuable strategic references for the corporate directors of PDAM Balangan (Perseroda) to consolidate customer alliances and optimize service modalities for peak consumer satisfaction.

Keywords: Pricing Policy, Customer Relationship Management, Public Satisfaction, Regional Water Utility.