**ABSTRAK**

**PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP**

**KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SAP**

**(Satria Antaran Prima) MEDAN**

**MHD. ALI SAKTI P. HASIBUAN   
NPM : 153114520**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengguna teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SAP (Satria Antaran Prima) Medan, dengan jumlah populasi sebanyak 150 orang. Dari populasi tersebut diambil sampel 30 orang pelanggan yang menggunakan Jasa pengiriman di PT. SAP (Satria Antaran Prima) Medan.Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada setiap responden. Data diproses dengan manual dan menggunakan SPSS versi 20.0 *for windows*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, dengan rumus Y= a+bX+e, dan untuk mengetahui seberapa besar teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan perubahan signifikan menggunakan uji t (parsial). Hasil uji regresi linier diperoleh persamaan Y = 2,044 + 0,970X + e, Konstanta sebesar 2,044 menyatakan bahwa jika teknologi informasi diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 2,044. Koefisien regresi dari teknologi informasi adalah sebesar 0,970. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat teknologi informasi sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,970. Begitu juga sebaliknya, apabila teknologi informasi mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 0,970. Nilai koefisien determinan (R2) diperoleh sebesar 0,923 atau 92,3% yang berarti bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis dalam penelitian ini, digunakan teknik uji thitung yang diperoleh sebesar 18,303 sedangkan ttabel 2.048. Dengan demikian Ha diterima karena thitung > ttabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi atau variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada PT. SAP (Satria Antaran Prima) Medan.

**Kata Kunci : Teknologi Informasi, Kepuasan Pelanggan.**

***ABSTRACT***

***ANALYSIS OF MARKET CHICKEN MARKETING BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN INCREASING INCOME***

***OF ANIMAL HUSBANDRY IN DISTRICT***

***GALANG***

**MHD. ALI SAKTI P. HASIBUAN   
NPM : 153114520**

*This study aims to determine whether the marketing strategy of the business development of broilers affects the increase in income of farmers in the District of Galang, to find out how much marketing strategy of developing the business of broilers affects in increasing the income of farmers in the District of Galang, with a population of 30 people. From this population, 30 chicken breeders in Galang District were taken as samples. The data collection technique used is to use a questionnaire given to each respondent. Data is processed manually and using SPSS version 20.0 for windows. The data analysis technique used is simple linear regression, with the formula Y = a + bX + e, and to find out how much influence the marketing strategy has in increasing revenue significant changes using the t test (partial). Linear regression test results obtained by the equation Y = 7.135 + 0.833X + e, where the marketing strategy has a significant influence in increasing revenue. The determinant coefficient (R2) is 0.729 or 72.9% which means that the marketing strategy has an effect on increasing revenue. Knowing whether or not the hypothesis was accepted in this study, the t-test test technique obtained was 8.669 while the 2.048 table was used. Thus Ha is accepted because tcount> ttable. Therefore it can be concluded that the marketing strategy or the independent variable has a significant effect on the dependent variable in increasing farmers' income in Galang District.*

***Keywords: Marketing Strategy, Increase Revenue, Farmer Income.***