

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TIKI JALUR
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) KAB. TANGERANG**

(Studi Kasus: survei pada pelanggan agen JNE Kabupaten Tangerang)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Logistik pada program studi Logistik Kelautan



Oleh

Afifah Ayu Mardani

2002997

PROGRAM STUDI LOGISTIK KELAUTAN

KAMPUS SERANG

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TIKI JALUR
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) KAB. TANGERANG**

oleh

Afifah Ayu Mardani

NIM 2002997

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Logistik Kelautan

© Afifah Ayu Mardani

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Afifah Ayu Mardani
NIM : 2002997
Program Studi : Logistik Kelautan
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management*
Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tiki Jalur
Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Tangerang


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Logistik Kelautan pada Program Studi Logistik Kelautan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang.

DEWAN PENGUJI

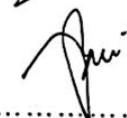
Penguji I : Kukuh Widiyanto, S.Pd., M.Sc
NIPT. 920190219870902101

tanda tangan.....

Penguji II : Syifa Fajar Maulani, S.Pd., M.AB
NIPT.920200819930916201

tanda tangan.....

Penguji III : Ahmad Beni Rouf, S.Pi, M.Si
NIPT. 920230219931124101

tanda tangan.....

Ditetapkan di : Serang

Tanggal : 27 Agustus 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Rencana Penelitian dengan judul "Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Tangerang" telah disetujui oleh Program Studi Logistik Kelautan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang untuk dilanjutkan menjadi Skripsi.

Serang, 27 Agustus 2024

Mengetahui

Koordinator Skripsi,



Melia Handayani, S.Pd., MBA.

NIPT. 920200819940710201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Logistik Kelautan



Syifa Fajar Maulani, S.Pd., M.AB.

NIPT. 920200819930916201

HALAMAN PERSETUJUAN

Rencana Penelitian dengan judul "Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Tangerang" telah disetujui oleh Program Studi Logistik Kelautan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang untuk dilanjutkan menjadi Skripsi.

Serang, 27 Agustus 2024

Mengetahui,
Pembimbing I



Rubby Rahman Tsani, S.Pd.,MM
NIPT. 920200819891115101

Mengetahui,
Pembimbing II



Melia Handayani, S.Pd., MBA.
NIPT. 920200819940710201

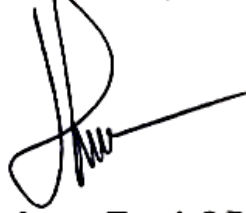
HALAMAN PERSETUJUAN

AFIFAH AYU MARDANI

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
KAB. TANGERANG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



Rubby Rahman Tsani, S.Pd.,MM

NIPT. 920200819891115101

Pembimbing II,



Melia Handayani, S.Pd., MBA.

NIPT. 920200819940710201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Logistik Kelautan



Syifa Fajar Maulani, S.Pd., M.AB.

NIPT. 920200819930916201

v

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan karunia-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Tangerang*”. Selama penyusunan skripsi ini saya telah dibimbing dengan baik oleh dosen pembimbing dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu saya ingin mengucapkan syukur dan terima kasih kepada:

1. Keluarga terutama Ayah (Maryanto) dan Ibu (Sri Murtini) yang selalu memberikan dukungan baik secara material, fisik, serta batin, selalu memberikan ketenangan, dan tidak pernah membuat penulis merasa kesepian atas kehadirannya, selalu ada disaat penulis dalam keadaan apapun, serta selalu sabar menunggu penulis sampai memakai toga.
2. Dr. Supriadi, M.Pd., selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang.
3. Syifa Fajar Maulani, S.Pd., M.AB, selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Kelautan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang.
4. Rubby Rahman Tsani, S.Pd.,MM., selaku Pembimbing I, yang telah membimbing dan memberikan pengarahan, saran dan masukan terkait penelitian sehingga membantu dalam penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Melia Handayani, S.Pd., MBA., selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan ilmiah melalui berbagai pengarahan, dan memberikan masukan pada hasil penelitian.
6. Seluruh Dosen Program Studi Logistik Kelautan yang telah memberikan ilmu pengetahuan baru dan pengalaman yang sangat bermanfaat.

7. Kepada seluruh anggota Treasure, terutama haruto dan hyunsuk yang selalu menginspirasi penulis agar terus semangat dalam menyelesaikan skripsi, lagu dan karyanya yang selalu menemani penulis saat mengerjakan tugas akhir.
8. Kepada teman-teman yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah, dan tidak lupa juga memberikan dukungan kepada penulis.
9. Terakhir, kepada diri sendiri terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Meskipun setiap prosesnya tidak mudah, penuh dengan lelah dan rasa jenuh, namun memilih untuk tetap berjuang adalah langkah yang tepat. Terima kasih sudah menikmati seluruh proses panjang mulai dari awal hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Serang, 27 Agustus 2024



Afifah Ayu Mardani

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Kampus Universitas Pendidikan Indonesia di Serang,
Universitas Pendidikan Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Afifah Ayu Mardani
NIM : 2002997
Program Studi : S-1 Logistik Kelautan
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang **Hak Bebas Royalti Noneksklusif**
(Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan
PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Tangerang”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti**
Noneksklusif ini Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang berhak
menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data
(database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap
mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Serang

Tanggal : 27 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Afifah Ayu Mardani

viii

**SURAT PERNYATAAN
TIDAK MELAKUKAN KEGIATAN PLAGIASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Tangerang” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saat ini.

Serang, 27 Agustus 2024

Yang menyatakan



Afifah Ayu Mardani

ABSTRAK

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) KABUPATEN TANGERANG

Afifah Ayu Mardani

Program Studi Logistik Kelautan

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Serang

Perusahaan jasa pengiriman di Indonesia semakin meningkat yang mengakibatkan ketatnya persaingan. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) menjadi salah satu perusahaan terbesar yang bergerak di bidang jasa pengiriman. Nilai indeks JNE 2023 mengalami penurunan sebesar 10% dari tahun 2022 dengan nilai sebesar 39,3%. JNE menempati posisi kedua dalam kategori penurunan market share sebesar 19% setelah J&T. Banyak pelanggan yang mengeluhkan layanan JNE baik dari artikel maupun aplikasi X. Permasalahan yang muncul perlu di tindaklanjuti, penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh *customer relationship management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi. Tujuan metode ini digunakan supaya dapat melihat sejauh mana kedua variabel saling berkaitan. Populasi pada penelitian ini adalah UMKM wilayah kabupaten tangerang yang berjumlah 59.317 UMKM dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang didapat dengan bantuan rumus solvin. Probability menjadi metode pengambilan sampel dan *Simple Random Sampling* menjadi metode penarikan sampel. Berdasarkan hasil uji F mendapatkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bagaimana variabel CRM memengaruhi loyalitas pelanggan, dan hasil uji T menunjukkan nilai signifikan yang didapat sebesar $0,001 < 0,05$ menunjukkan jika variabel CRM memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan gambaran, variabel CRM dan loyalitas pelanggan berada dalam kategori baik. Terdapat hubungan antara variabel CRM dengan variabel loyalitas pelanggan JNE Kab.Tangerang sebesar 78,3%. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R Square) sebesar 63,1% yang berarti variabel CRM berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan hasil ini masuk dalam kategori moderat dan 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Loyalitas Pelanggan, Simple Random Sampling, UMKM Kab. Tangerang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ON CUSTOMER LOYALTY OF PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) TANGERANG REGENCY

Afifah Ayu Mardani

Marine Logistic Study Program

Indonesian University of Education Serang Campus

The number of shipping service companies in Indonesia is increasing, resulting in tight competition. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) is one of the largest companies engaged in shipping services. The JNE index value in 2023 decreased by 10% from 2022 with a value of 39.3%. JNE is in second place in the category of decreasing market share by 19% after J&T. Many customers complain about JNE's services both from articles and applications X. The problems that arise need to be followed up, this study aims to see the effect of customer relationship management (CRM) on customer loyalty. The method used is a quantitative method with a correlation approach. The purpose of this method is to see the extent to which the two variables are related. The population in this study was UMKM in Tangerang Regency, totaling 59,317 UMKM with a sample size of 100 people obtained with the help of the Solvin formula. Probability is the sampling method and Simple Random Sampling is the sampling method. Based on the results of the F test, a significance value of $0.001 < 0.05$ was obtained, so the regression model can be used to predict how CRM variables affect customer loyalty, and the results of the T test showed a significant value of $0.001 < 0.05$ indicating that CRM variables have an influence on customer loyalty variables. Overall, the CRM and customer loyalty variables are in the good category. There is a relationship between CRM variables and customer loyalty variables at JNE Kab.Tangerang of 78.3%. The results of the determination coefficient calculation (R Square) of 63.1% mean that CRM variables have an effect on customer loyalty, these results are in the moderate category and 38.7% are influenced by other factors.

Keywords: Customer Relationship Management, Customer Loyalty, Simple Random Sampling, UMKM Kab. Tangerang

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
SURAT PERNYATAAN.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Teori	9
1. Loyalitas Pelanggan	9
a. Konsep Loyalitas Pelanggan dalam <i>Customer Behavior</i>	9
b. Definisi Loyalitas Pelanggan	10
c. Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	11
d. Pengukuran Loyalitas Pelanggan	14
e. Model Loyalitas Pelanggan.....	15
2. Customer Relationship Management	18
a. Konsep CRM terhadap Marketing Relationship	18
b. Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	20
c. Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	21

d.	Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	23
e.	Model <i>Customer Relationship Management</i>	24
f.	Hubungan CRM terhadap Loyalitas pelanggan	25
B.	Penelitian Terdahulu	26
C.	Kerangka Berpikir	27
D.	Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		34
A.	Jenis Penelitian.....	34
B.	Populasi dan Sampel	35
1.	Populasi	35
2.	Sampel.....	35
C.	Variabel Penelitian	37
D.	Operasionalisasi variabel	38
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
F.	Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
A.	Profil Perusahaan dan Karakteristik	56
1.	Sejarah dan Profil Perusahaan.....	56
2.	Karakteristik Responden	58
B.	Analisis Deskriptif	61
1.	Tanggapan Responden Mengenai CRM	61
2.	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan.....	71
C.	Analisis Data	78
1.	Uji Asumsi Klasik	78
2.	Uji Analisis Regresi Sederhana.....	81
3.	Koefisien Determinasi.....	82
4.	Uji Hipotesis.....	82
D.	Pembahasan Pengaruh CRM terhadap Loyalitas Pelanggan	84
E.	Implikasi Hasil Temuann Penelitian	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		88
A.	Kesimpulan	88
B.	Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Brand Index Tahun 2021-2023	3
Gambar 2. 1 Model Loyalitas Pelanggan.....	17
Gambar 2. 2 Model IDIC dalam CRM	xvi
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 3. 1 Garis Kontinum.....	45
Gambar 4. 1 Garis Kontinum CRM	71
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan	78
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Brand Index Tahun 2021-2023	3
Tabel 1. 2 Market Share Industri Jasa Pengiriman	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	43
Tabel 3. 3 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	45
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas CRM.....	47
Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Pelanggan	48
Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Masing-masing Variabel.....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	60
Tabel 4. 4 Pengalaman Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan JNE.....	61
Tabel 4. 5 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Program One To One Marketing	62
Tabel 4. 6 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Dimensi Partnering Program.....	63
Tabel 4. 7 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Dimensi Responsiveness.....	65
Tabel 4. 8 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Dimensi Two Way Communication	67
Tabel 4. 9 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Dimensi Empathy.....	68
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Mengenai Program CRM	69
Tabel 4. 11 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Dimensi Makes Regular Repeat Purchases/Repetition	72
Tabel 4. 12 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Program Purchases Across Product and Service Line/Referral	73
Tabel 4. 13 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Dimensi Refers Other	74
Tabel 4. 14 Tanggapan Pelanggan JNE Pada Dimensi Demonstrates an Immunity To The Full Of The Competition/ Retention.....	76
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Variabel Loyalitas Pelanggan ...	77

Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Sederhana	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 4. 20 Hasil Uji T (Parsial)	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji F (simulatan).....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji validitas Variabel Customer Relationship Management	97
Lampiran 2 Uji validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	97
Lampiran 3 Uji Reliabilitas CRM	98
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	98
Lampiran 5 Uji Normalitas	98
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas	99
Lampiran 7 Uji Linearitas	99
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Sederhana	99
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi	100
Lampiran 10 Uji T (Parsial)	100
Lampiran 11 Uji F (Simultan).....	100
Lampiran 12 Tanggapan responden pada Variabel CRM.....	100
Lampiran 13 Tanggapan responden pada variabel loyalitas pelanggan	103
Lampiran 14 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 15 Olahan Data Variabel CRM (X).....	111
Lampiran 16 Olahan Data Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	114
Lampiran 17 Bukti Screenshot chat Responden	117
Lampiran 18 Lembar Bimbingan	118
Lampiran 19 Kartu Kehadiran Seminar Hasil.....	119
Lampiran 20 Daftar Hadir Peserta Pra-Sidang	119

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di PT. Jasaraharja Putra Sabang Bengkulu. *Jurnal Profesional*, 1-19.
- Al-Hakim, & Hanifudin, A. (2020). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pengguna Dompot Digital Go-Pay. 100.
- Amruddin. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Andini, F. N. (2023). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Customer Loyalty. 125.
- Anggraini, F. D., Aprianti, Setyawati, V. A., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 14.
- Anwar, K. (2015). Pengaruh Persepsi Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen . *E-Jurnal Nobel*, 1-15.
- Apriyanto. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen Kuliner lalapan Belut Sawah Mas Gembul Madiun . *Jurnal Fokus Ekonomi*, 1-19.
- Aqil, M. N. (2021). Pengaruh Kompetensi Independensi dan Pengalaman Auditor Terhadap Kualitas Audit. 61.
- Asraini, D. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelyanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Nusantara Surya Sakti Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1-23.
- Breemer, M. C. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam. 142. Retrieved from UPB Repo.
- Dewi, R. (2021). Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi dan Pemngembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bina Buana Semesta. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia (JEBI)*, 1-7.
- Dianti, P. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pasien Dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan. 129.

- Erdiansyah. (2016). Pengaruh Disiplin dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada CV Patakaran Palembang. *Jurnal Ecoment Global*, 1-16.
- Fahira, H. D. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh). 103.
- Felix, R., Ratag, Y. S., & Andreani, F. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Tivoli Club House Sidoarjo Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara. *Jurnal Media Neliti*, 1-17.
- Hamid, R., Radji, D. L., Yulinda, & Ismail, L. (2020). Pengaruh Empathy dan Responsiveness Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pelanggan. *Jurnal Kajian Ekonomi Bisnis*, 1-12.
- Handriyani, P. E., & Astawa, I. G. (2022). Pengaruh Tingkat Penghasilan, Pemahaman Aturan Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kabupaten Buleleng. *Jurnal Riset Akuntansi*, 10.
- Harfianti, T. A. (2023, Februari Selasa (7)). *Tidak Puas dengan Penawaran JNE atas Penggantian Paket yang Hilang*. Retrieved from Kompas.com.
- Hasan, M. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Harian Umum Pikiran Rakyat Tahun 2020. 17.
- Huliyah. (2022). Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. JNE Pusat Banjarmasin . 99.
- I.G.M.O. Astana, & K. (n.d.). Implementasi CRM, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Maha Surya Motor Singaraja. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 1-10.
- Imam Munandar, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada CV Mars Global Group . 12.
- Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk. 10.
- Indra Wijayanto, & S. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Ilmu Manajemen*, 9.
- Irvan. (2023, November). *JNE Tangerang Tidak Menanggapi Penggantian Klaim YES dan Sudah Berjalan 1,5 Bulan*. Retrieved from MediaKonsumen.
- K. Abdullah, & M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini .

Afifah Ayu Mardani, 2024

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TIKI
JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) KABUPATEN TANGERANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- K.N. Lemon, & F. (2009). The Reinforcing Effects of Loyalty Program Partnerships and Core Service Usage: A. *Journal of Service Research* , 1-39.
- Kango, U. (2021). Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermarket: Literatur Review. *Manajemen dan bisnis*, 12.
- Kohar, J. (2019). Pengaruh Customer Satisfaction di Sport Station Surabaya Terhadap Attitudinal . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 1-14.
- Komparasi Brand Index* . (2020 - 2024). Retrieved from Top Brand Award.
- Kuncoro, T. S. (2012). Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Mahasiswa UNY Menggunakan Sepatu Sepakbola Specs. 144.
- Kurniawan, M. &. (2021). Mendorong Loyalitas Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan. *Ekonomi Manajemen Bisnis*, 10.
- L.N. Safitri, D. T. (2021). Keputusan Pembelian Yamaha Vixion (Studi Kasus Pada Jakarta Timur dan Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1-18.
- Larasati, L. N. (2021). Pengaruh E-service Quality Terhadap E-Loyalty Pada MarketPlace Indonesia (bab II).
- Liputan6. (2021). *Intip Tren Jasa Pengiriman Barang di Masa Pandemi*. Liputan6.com.
- Lucidchart. (n.d.). *4 CRM Models That Boost Customer Loyalty*. Retrieved from https://www-lucidchart-com.translate.google/blog/crm-models?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Maggie, G. Y., Hui, L. C., & Tzer, L. C. (2011). The Effect Od Relationship Quality and Switching Barriers on Customer Loyalty. *International Journal of Information Management*, 71-79.
- Majid, M. B., & Shaszad. (2012). Attaining Customer Loyalty: The Role of Consumer Attitude and Consumer Behavior. *International Review Of Management And Businnes Research*, 8.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Jurnal Ilmial Ekonomi Kita*, 1-11.
- Media, G. (2023). *Jumlah Pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang Mencapai 59.317 Pada Tahun Terbaru* . Geti Media.
- Mokoagouw , A. J., Megantar, M., & Lintong, D. C. (2023). Pengaruh Brand Awereness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Dalam

- Menggunakan JAsa Grab (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unsrat Manado). *Jurnal EMBA*, 1-11.
- Munandar, I., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada CV Mars Global Group. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 1-12.
- Nandy. (2021, 06 5). Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep. p. 1.
- Natoen, A., Sopiyan, A., Satriawan, I., & Periansyah. (2018). Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Keputusan WP BAdan (UMKM) di Kota Palembang. *Jurnal Riset Terapan Akutansi*, 1-22.
- Nejad, L. R., Firoozbakht, Z., & Taghipoor, A. (2014). Service Quality, Relationship Quality and Customer Loyalty (Case Study: Banking Industry In Iran). *Journal Of Social Sciences*, 1-7.
- Nordiyah, S. (2017). Pengaruh Pelatihan dan Kompetensi Pegawai Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kota Bandung . 90.
- Norfai. (2020). *Manajemen Data Menggunakan SPSS*. Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan.
- Nugroho, D. Y. (2018). Pengaruh Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express cabang Jember. 87.
- Populix. (2022, Oktober). *2022 Harbolnas Shopping Spree*. Retrieved from Populix.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1-14.
- Putra, G. L., & Lavianto, S. (2019). Analisa E-CRM Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Dengan Kerangka Kerja Dynamic CRM. 7.
- Putra, W., Winarno, & Sari, R. P. (2022). Analisis Pengaruh Periklanan Mobile Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar XL Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 1-10.
- Putri, A. (2023). Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pelangan Hotel Anaya Medan. 79.
- Putri, A. T. (2022). Pengaruh Inovasi Layanan Jasa Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Pos Indonesia. *Manajemen*, 9.

- Putri, D. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. 99.
- Rahmat, A. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Service Kendaraan AUTO2000 Kediri Suharmadji. 144.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang di Mediasi Oleh Kepuasan di Bank Muamalat Jombang. 14.
- Sabarkhah, D. (2018). Pengukuran Tingkat Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Uang Elektronik di Tangerang Selatan Dengan Menggunakan Model Utaut 2. 1-188.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Samuel, & Etuk, G. (2018). Two-Way Communication and Customer Loyalty: A Relationship Marketing Approach. *Journal of Economics and Management Sciences*, 1-7.
- Sari, H. K. (2009). Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada PT Indosat TBK. Kantor Cabang Malang. *Ilmu Komunikasi*, 30.
- Sari, J., & Komalasari, P. T. (2021). Leverage dan Market Share sebagai Faktor Penentu Posisi Persaingan Pasar Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12.
- Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1-10.
- Setianto, G., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Bukti Fisik dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Management Analysis Journal*, 1-10.
- Setyawan, D. (2021). *Modul Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Sukoharjo: Tahta Media .
- Shadeni, E. A., & Erinos, N. R. (2022). Pengaruh Market Share dan Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 14.
- Shanaz, K. (2022). *Ini Layanan Jasa Kurir Favorit Saat Harbolnas, JNE atau J&T Express? Bisnis.com* .
- Shiabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsih, B. A., . . . Syaharudin. (2021). *Ekonomi Dasar Teori dan Pakrtik Berbasis SPSS*. Banyumas: Pena Persada.

Afifah Ayu Mardani, 2024

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TIKI
JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) KABUPATEN TANGERANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Soleha, A. (2019). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Customer Loyalty: Survei Pada Pelanggan XL Prabayar di Kota Bandung. Bab II.
- Suharto, Ruspendi, W., Muhdar, J. H., Arif, F., & Sarana. (2022). Consumer loyalty of Indonesia e-commerce SMEs: The role of social media marketing and customer satisfaction. *International Journal Of Data and Network Science*, 1-8.
- Suhendar, a. (2011). Pengaruh Program Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket Griya (Survei Pada Pemegang Kartu Yogya di Supermarket Griya Kiaracondong Bandung). 153.
- Suryadi. (2019). Impact COuntinuty Marketing, One To One Marketing And Partnering Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Eka Save Pada Bank Eka Bumi Atha Kota Metro. *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, 1-11.
- Syauki. (2016, Oktober 16). *JNE - Sistem Informasi (Struktur Organisasi, Visi Misi, SOP)*. Retrieved from Blogspot: <https://yaukingsyaukiaulia.blogspot.com/2016/10/jne-sistem-informasistruktur.html?m=1>
- Theodora, P., & Sariguna, P. (2016). Analisis Loyalitas Pelanggan: Studi Empiris Terhadap Produk IM3 Indosat Pada Mahasiswa FEUKI. *Jurnal Fundamental Management*, 1-12.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- University, B. (n.d.). Memahami Analisis Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Ilmiah.
- Willy, W. (2018). Analisis Fashion Brand Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media di Surabaya Barat. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 10.
- Winarso, B. (2023). *Survei Populix: JNT dan JNE jadi Logistik Pilihan Generasi Z dan Milenial*. DailySocial.
- Ya'ala, S. N. (2022). Implementasi Customer Relationship Managemen (CRM) Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang kudu). 141.
- Zulyanti, N. R., & Irawan, M. R. (2023). Customer Relationship Management : Literature Review. *International Journal of Science, Technology & Management*, 9.