

**PENGARUH CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT*) DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. JNE PUSAT
BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH:

HULIYYAH



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2022 M/1443 H

**PENGARUH CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*) DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. JNE PUSAT BANJARMASIN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh :

Huliyah

1501151148

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Huliyyah
NIM : 1501151148
Tempat/Tgl. Lahir : Kelua/ 10 April 1997
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 10 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Huliyyah

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh CRM (*Customer Relationship Management*) dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin

Ditulis oleh : Huliyyah

N I M : 1501151148

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2022/2023


Tempat dan tanggal lahir : Kelua, 10 April 1997

Alamat : JL. A.Yani Km.5,5 Komp. Karya Mandiri Kel. Pemurus Luar, Kec. Banjarmasin Timur.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

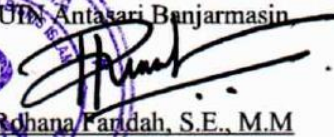
Banjarmasin, 07 Oktober 2022

Pembimbing


Faqih El Wafa, S.HI., M.S.I
NIP 197002062000031002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antsari Banjarmasin


Rohana Fardah, S.E., M.M
NIP 197804272009012010



PENGESAHAN

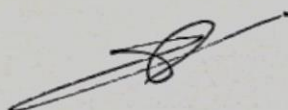
Skripsi yang berjudul: “Pengaruh CRM (*Customer Relationship Management*) dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin”, ditulis oleh Huliyyah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Oktober 2022





Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (86.6)

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Sukarni, M.Ag
NIP 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Radiansyah, S.Ag., M.Pd.I (Ketua)	1. 
2. Faqih El Wafa, S.HL., M.S.I (Anggota)	2. 
3. Fahrudin, S.AB., M.E (Anggota)	3. 
4. Annisa Mahfuzah, M.H (Anggota)	4. 

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
الْقُدُّوس	Ditulis	<i>al-quduus</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَة	Ditulis	<i>jami'ah</i>
مَكْتَبَة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamiilah</i>
-----------------	---------	--------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	Quri’a
ينطق	Dammah	Ditulis	Yantiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis Ditulis	<i>kaamilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis Ditulis	<i>shalla</i>
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis Ditulis	<i>syadiid</i>
4	dammah + wawu mati صدر	Ditulis Ditulis	<i>shuduur</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	Ditulis Ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	Ditulis Ditulis	au <i>wa fir’auna z\i al-autaad</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitab</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	Ditulis	<i>as-shubhu</i>
السااهرة	Ditulis	<i>as-saahirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-waalidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iz\ a asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh CRM (*Customer Relationship Management*) dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA., selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin.
2. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Rohana Faridah, S.E., M.M., selaku Ketua program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
4. Faqih El Wafa, S.HI., M.S.I., selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya serta memberikan saran kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
5. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI., selaku Penasehat Akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Guru-guruku yang tercinta baik formal ataupun informal dari sejak kecil hingga sampai saat ini.

8. Seluruh keluargaku yang mendukung dan terus memotivasi saya untuk menjadi seorang sarjana.
9. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah membantu baik dalam bentuk pikiran, tenaga serta motivasi hingga sampai sekarang ini.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 10 Oktober 2022

Penulis,

Huliyyah

PERSEMBAHAN

Sujud syukur saya sembahkan kepada-Mu ya Allah,

Tuhan yang Maha Agung dan Maha Tinggi.

Atas takdir-Mu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan saya dalam meraih cita-cita, Aamiin.

Saya persembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk:

Ayah dan Ibu tercinta,

Keluarga saya tersayang,

Dosen dan guru saya tersayang,

Teman-teman tersayang.

Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang

Yang tulus dan tiada ternilai besarnya

Terima kasih.

MOTTO

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ۖ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٧٨﴾

Artinya: “...Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada tuhanmu-lah hendaknya kamu berharap.” (QS. Al-Insyirah/ 94: 7-8).

“You can’t go back and change the beginning, but you can start where you’re and change the ending”

-C.S . Lewis

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”

-Aristoteles

ABSTRAK

Huliyah. 2022. *Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Faqih El Wafa, S.HI., M.S.I.

Kata Kunci: CRM (*Customer Relationship Management*), Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya persaingan di dunia bisnis, terutama perusahaan yang bergerak bidang jasa. Hal ini menuntut perusahaan untuk selalu dapat bertahan dalam mengelola bisnisnya dengan cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan melakukan strategi pemasaran yang sering disebut dengan CRM (*Customer Relationship Management*) dan kepuasan konsumen guna mempertahankan loyalitas pelanggan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah CRM dan kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan secara simultan variabel CRM dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin.

Jenis penelitian ini menggunakan metode *field research*, sifat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang menerima barang dari PT. JNE Pusat Banjarmasin pada tahun 2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Sampel yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 44 sampel dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa variabel CRM secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin, dengan hasil uji-t dimana $t_{hitung} 0,693 < t_{tabel} 2,020$ dan tingkat Sig. $0,492 > 0,05$. Sedangkan variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin, dengan hasil uji-t dimana $t_{hitung} 4,839 > t_{tabel} 2,020$ dan tingkat Sig. $0,000 < 0,05$. Adapun pada uji F, variabel CRM dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. JNE Pusat Banjarmasin, dimana nilai $F_{hitung} 37,852 > F_{tabel} 4,07$ dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$.

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN KEASLIAN TULISAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
KATA PENGANTAR	ix
PERSEMBAHAN	xi
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	13
1. Manfaat Akademik	13
2. Manfaat Praktis	13
E. Definisi Operasional	14
F. Kerangka Pemikiran	16
G. Hipotesis Penelitian	16
H. Penelitian Terdahulu	17
I. Sistematika Penulisan	20

BAB II CRM, KEPUASAN KONSUMEN & LOYALITAS PELANGGAN

A. Pemasaran Jasa	23
1. Pengertian Pemasaran Jasa	23
2. Pemasaran Jasa dalam Perspektif Islam	25
B. Pandangan Konsep Etika Bisnis Islam terhadap CRM	26
1. Prinsip Kebenaran	27
2. Prinsip Kepercayaan	27
3. Prinsip Keikhlasan	28
4. Prinsip Persaudaraan	28
5. Prinsip Keadilan	29

C. Konsep Sistem CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	31
1. Pengertian CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	31
2. Tujuan CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	32
3. Faktor-Faktor dan Indikator yang mempengaruhi CRM	33
D. Pandangan Konsep Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen	35
E. Konsep Kepuasan Konsumen	37
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	37
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	39
3. Manfaat Kepuasan Konsumen	40
4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	41
F. Konsep Loyalitas Pelanggan.....	42
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	42
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	43
3. Indikator Loyalitas Pelanggan	44
4. Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Islam.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Data dan Sumber Data	48
1. Data Primer	49
2. Data Sekunder.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Teknik Pengolahan Data	50
G. Desain Pengukuran dan Instrument Penelitian	51
1. Variabel	51
2. Skala Pengukuran	52
3. Instrument Penelitian	53
H. Uji Instrument Penelitian	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	55
3. Uji Asumsi klasik.....	56
I. Teknik Analisis Data	59
1. Analisis Regresi Linier Berganda	59
2. Uji Hipotesis	60

BAB IV ANALISIS DATA & LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data	62
-------------------------	----

1. Gambaran Umum PT. JNE Pusat Banjarmasin.....	62
2. Karakteristik Responden	65
B. Analisis Data.....	69
1. Uji Validitas	70
2. Uji Reliabilitas	71
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
4. Uji Asumsi Klasik.....	83
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	86
C. Laporan Penelitian	92

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	98
B. Saran	99

DAFTAR PUSTAKA 101

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Brand Index Jasa Ekspedisi Tahun 2017-2019	2
Tabel 1.2. Keluhan Pelanggan JNE	3
Tabel 3.1. Instrumen Pengukuran	53
Tabel 3.2. Kisi-kisi instrumen Penelitian	53
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	67
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.5. Data Responden Berdasarkan Rata-Rata Menggunakan Ekspedisi PT. JNE Pusat Banjarmasin Selama Satu Tahun Terakhir	69
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.8. Deskripsi Variabel CRM.....	73
Tabel 4.9. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	79
Tabel 4.10. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	82
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.14. Model Persamaan Regresi Linier Berganda.....	88
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
Tabel 4.16. Hasil Uji-t (Uji Parsial).....	91
Tabel 4.17. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Skema Pengaruh CRM dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	16
Gambar 4.1. Struktur Unit Inbound-Delivery	64