

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di JNE Cabang Cilacap. Dalam penelitian ini dimensi kualitas pelayanan yang digunakan meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi pada penelitian ini merupakan pelanggan yang berdomisili di cilacap dan pernah menggunakan layanan jasa pada JNE Cabang Cilacap. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah dengan menggunakan analisis jalur dengan bantuan analisis regresi berganda dan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian dengan melihat dari hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Dan dari hasil analisis regresi sederhana menghasilkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: CRM, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence of service quality on customer satisfaction and loyalty, whether there is an influence of CRM on customer satisfaction and loyalty, and produce CRM information system recommendations to measure customer satisfaction in JNE Cilacap Branch. In this study the dimensions of service quality used include tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research is a quantitative study using survey methods. The population in this study is customers who live in Cilacap and have used services at the JNE Cilacap Branch. The sampling technique uses purposive sampling method with a sample size of 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis technique used to answer hypotheses is to use path analysis with the help of multiple regression analysis. The results of the study by looking at the results of the F Test show that the direct tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy significantly influence customer satisfaction and loyalty.

Keywords: CRM, Service Quality, Customers Satisfaction, Customer Loyalty

