

**Pengaruh *Electronic Customer Relationship Management* terhadap
Kualitas Pelayanan dan *Customer Satisfaction***

Adinda Cahyaningrum¹, Indra Hastuti², Agus Suyatno³

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

¹ adindacahyaningrum.acn@gmail.com, ²indra_hastuti@udb.ac.id,

³agus_suyatno@udb.ac.id

ABSTRACT

The background of this research is that most consumers come to fulfill their needs. This is in accordance with Alfamart's mission of providing satisfaction to customers or consumers by focusing on superior quality products and services. CRM as an integration of processes, human capital and technology seeks the best understanding of the company's customer place and focuses especially on customer retention and relationship management. . This research uses field research, namely research in which the data is extracted through observations and data sources in the field, which means that researchers use data collection methods in qualitative research. With a qualitative approach because it is intended to understand the phenomenon of the research object and present the required data in a descriptive form. This technique is direct research in the field using interviews or observation. The influence of E-CRM on service quality greatly facilitates work in today's era because business strategies that integrate processes, people and technology can help attract sales prospects, convert them into regular customers, get comprehensive information about consumer behavior, retain existing customers and make consumers satisfied. the Alfamart Pakel 2 Karanganyar store to respond to problems related to the influence of E-CRM on the quality of this store's service is expected to always be consistent such as providing information to consumers

Keywords: *Electronic Customer Relationship Management, Service Quality, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah Sebagian besar konsumen datang untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini sesuai dengan misi Alfamart yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen dengan berfokus pada produk dan layanan yang berkualitas unggul. CRM sebagai integrasi proses, modal manusia dan teknologi mencari pemahaman yang terbaik dari tempat pelanggan perusahaan dan fokus terutama pada retensi pelanggan dan manajemen hubungan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan *field research* yaitu penelitian yang datanya digali melalui pengamatan dan sumber data di lapangan. Dengan pendekatan kualitatif karena dimaksudkan untuk memahami fenomena objek penelitian dan memaparkan data-data yang dibutuhkan dalam bentuk deskriptif. Teknik ini merupakan penelitian langsung di lapangan dengan menggunakan wawancara ataupun observasi. Pengaruh E-CRM terhadap kualitas layanan sangat memudahkan pekerjaan di era sekarang karena strategi bisnis yang memadukan proses, manusia dan teknologi ini dapat membantu menarik prospek penjualan, mengonversi mereka menjadi konsumen tetap, mendapatkan informasi secara menyeluruh tentang perilaku konsumen, mempertahankan konsumen yang

sudah ada dan membuat konsumen puas. pihak toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar menanggapi untuk masalah terkait dengan pengaruh E-CRM terhadap kualitas layanan toko ini diharapkan untuk selalu konsisten seperti memberikan informasi kepada konsumen

Kata Kunci: *Electronic Customer Relationship Management, Kualitas Layanan, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan ritel modern semakin hari semakin meningkat. Sebagian besar konsumen adalah ibu rumah tangga yang datang untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan anak sekolah yang datang sekedar membeli camilan. Perkembangan ritel modern sangat tergantung kepada pelayanan pegawai terhadap konsumen yang ingin berbelanja serta karena kualitas yang selalu ditingkatkan agar masyarakat bisa berbelanja dengan mudah dan nyaman. Dan sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas layanan yang terbaik agar mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan konsumen. Hal ini sesuai dengan misi Alfamart yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen dengan berfokus pada produk dan layanan yang berkualitas unggul. Menurut Ariyanto dalam karya Desma Erica Maryati Manik Kualitas Layanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (Erica Maryati, 2023). dan sedangkan menurut Bahrudin, M., dan Zuhro, S. Setiawan, R. menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi pemilihan yang di sebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa (Setiawan, 2021).

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Merupakan Toko Swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 400 produk makanan, minuman dan barang kebutuhan lainnya. PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk memiliki beberapa bagian atau sub divisi dalam perusahaan berupa bagian Assistance Chief of Store yang merupakan seseorang yang membantu Chief of Store dalam pelaksanaan kerja operasional toko sehari hari. Menerima pendelegasian dari Chief of Store tetapi bertanggung jawab tetap pada Chief of Store.

Pengertian ritel berasal dari Bahasa Perancis, '*retailer*', yang berarti memotong atau memecahkan sesuatu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eceran berarti secara satu-satu, sedikit-sedikit atau satu-satu langsung kepada konsumen akhir untuk keperluan konsumen pribadi, keluarga, ataupun rumah tangga dan bukan untuk keperluan bisnis.

Retailing adalah semua aktivitas yang mengikutsertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan." Sedangkan *retailer* adalah semua organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah hasil penjualannya dari *retailing*". Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari *retailing* adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri. Segala sesuatu yang ada disekitar pekerja atau karyawan yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja dalam

melaksanakan pekerjaan sedemikian rupa sehingga diperoleh hasil yang maksimal dianggap sebagai bagian dari lingkungan kerja. Termasuk fasilitas kerja yang membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan kepada karyawan dalam rangka meningkatkan kinerja karyawan di suatu perusahaan. Karyawan akan lebih produktif ketika merasa aman dan nyaman di tempat kerja.

Customer Relationship Management merupakan proses mengelola informasi secara rinci mengenai pelanggan dan semua titik awal pelanggan dengan perusahaan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan. Menurut Putri, A. A. I. M. V., & Purnami, N. M. membuktikan bahwa CRM yang terdiri dari variabel seperti timbal balik, komitmen, kebenaran serta, komunikasi secara bersamaan mempengaruhi kepuasan (Putri & Purnami, 2019).

Dengan perkembangan era digital yang semakin pesat membuat dunia ritel harus melakukan perkembangan dalam menyampaikan informasi dan menerima kritik dan saran dari masyarakat. PT Sumber Alfaria Trijaya melakukan sebuah inovasi dengan menerapkan sistem berbelanja secara digital bertujuan agar masyarakat dapat berbelanja dengan mudah, inovasi tersebut berupa aplikasi digital dengan nama Alfagift.

Alfagift merupakan aplikasi belanja *online* dari Alfamart yang memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dengan manfaat keanggotaan yang terintegrasi. Alfagift terhubung dengan lebih dari 15.000 toko Alfamart yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia sehingga memungkinkan pengiriman yang cepat dan gratis ongkos kirim. Menjadikan toko kesayangan masyarakat kini lebih dekat dalam genggaman dengan beberapa fitur dan manfaat, salah satunya yaitu *Same Day Delivery & Gratis Ongkir*.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian oleh Ismeth Emier Osman yang menginvestigasi pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sirup Sarang Sari Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara CRM dengan kepuasan pelanggan (Osman et al., 2023). Penelitian lain yang relevan adalah penelitian oleh Suci Fika Widyana dan Herdin Firmansyah yang menginvestigasi pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan produk. Penelitian ini juga menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara CRM dengan kepuasan pelanggan (Firmansyah Herdin & Widyana, 2021).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Riset

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian adalah Alfamart Pakel 2 Karanganyar, dan data primer diperoleh melalui wawancara dengan Kepala Toko. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan

pendekatan deskriptif . Penelitian ini memberikan wawasan bagi mahasiswa, karyawan Alfamart, dan manajemen toko.

Peneliti melakukan wawancara, peneliti akan menanyakan beberapa macam pertanyaan kepada pihak karyawan toko, lalu untuk pihak yang diwawancarai, pihak karyawan toko menggunakan Bahasa Indonesia yang dicampur juga dengan Bahasa lokal. Untuk hasil penelitian, data wawancara disajikan dengan Bahasa Indonesia. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penjelasan yang telah disampaikan oleh subjek penelitian

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah konsumen toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Populasi ini terdiri dari semua konsumen yang melakukan transaksi di toko tersebut. Namun, karena keterbatasan waktu dan sumber daya, peneliti menggunakan sampel yang representatif dari populasi tersebut.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu dengan memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian ini. Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan E-CRM di toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang diambil adalah 30 responden. Jumlah ini dianggap cukup untuk menggambarkan pandangan dan pengalaman konsumen terhadap pengaruh E-CRM terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen di toko tersebut .

Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses mengubah konsep abstrak menjadi variabel yang dapat diukur secara empiris. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang dioperasionalkan sebagai berikut:

1. Variabel Populasi: Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Populasi ini terdiri dari semua konsumen yang melakukan transaksi di toko tersebut.
2. Variabel Sampel: Sampel dalam penelitian ini adalah sejumlah konsumen yang dipilih secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu konsumen yang pernah menggunakan layanan E-CRM di toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Jumlah sampel yang diambil adalah 30 responden.
3. Variabel E-CRM: E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) adalah metode pengelolaan hubungan dengan pelanggan menggunakan teknologi elektronik. Dalam penelitian ini, E-CRM dioperasionalkan sebagai penggunaan layanan E-CRM oleh konsumen toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, di mana data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif. Data dianalisis dengan mengorganisasikan, menjelaskan, dan menyusun data ke dalam pola yang relevan. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan mengidentifikasi pola, memilih data yang penting, dan membuat kesimpulan yang dapat disampaikan kepada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban dari dua rumusan masalah yang akan diteliti. Untuk rumusan masalah yang pertama yaitu mengenai Bagaimana pengaruh E-CRM terhadap kualitas layanan di toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Sedangkan rumusan masalah yang kedua yaitu mengenai Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar.

Penelitian ini peneliti menggunakan Analisis data yang digunakan secara kualitatif *Narrative Reseach Designs* yaitu peneliti mendeskripsikan kehidupan individu, mengumpulkan informasi cerita tentang kehidupan masyarakat. Narasi biasanya berfokus pada mempelajari satu orang, mengumpulkan data cerita, melaporkan pengalaman individu, dan mendiskusikan makna pengalaman tersebut bagi individu.

Peneliti melakukan wawancara, peneliti akan menanyakan beberapa macam pertanyaan kepada pihak karyawan toko, lalu untuk pihak yang di wawancarai, pihak karyawan toko menggunakan Bahasa Indonesia yang dicampur juga dengan Bahasa lokal. Untuk hasil penelitian, penulis akan menyajikan data wawancara dengan Bahasa Indonesia. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penjelasan yang telah disampaikan oleh subjek penelitian yaitu kepala toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar.

E-CRM terhadap kualitas layanan di toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar

E-CRM yang merupakan sistem teknologi informasi atau aplikasi internet yang berkaitan dengan perusahaan di industri pelayanan konsumen bertujuan untuk meningkatkan akses, efektivitas, efisiensi dan kualitas dalam proses ini melibatkan beberapa bidang yaitu dalam bidang pemasaran, penjualan dan pelayanan.

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode observasi ke lokasi penelitian yang dimaksud observasi adalah peneliti melakukan kunjungan atau pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data secara langsung sebab dengan cara demikian peneliti dapat memperoleh data yang baik, utuh dan akurat. Observasi dilakukan dengan cara datang langsung ke lokasi dan mengamati kondisi sosial yang ada pada Toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan dari hasil wawancara

bersama dengan Kepala Toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Sehingga dapat disimpulkan dari peneliti bahwa pengaruh E-CRM terhadap kualitas layanan sangatlah penting berpengaruh dalam pelayanan Toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Karena dalam hal ini dapat meningkatkan rasio retensi konsumen, mengotomatiskan tugas berulang dan menambah pendapatan.

Wawancara ini lebih memfokuskan pada kualitas layanan dan kepuasan konsumen maka dari itu peneliti memfokuskan kepada 1 subjek saja yaitu Kepala Toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar dengan beberapa pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti mengenai sasaran utama dari pelayanan kepada pelanggan terhadap perusahaan ini. Sasaran utama nya yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan kualitas jangka panjang dan juga profitabilitas perusahaan dengan pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan *customer*, selain itu juga untuk memperoleh hubungan baik perusahaan dengan pelanggan.

Berdasarkan wawancara di atas, Bapak Guruh Fadli sebagai Kepala Toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar ini menjelaskan bahwasanya sasaran utama dari pelayanan ini yaitu untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan pelayanan prima yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan semaksimal mungkin dengan tujuan agar konsumen atau masyarakat bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan.

Pertanyaan berikutnya diajukan yaitu, mengapa *Customer Relationship Management* ini menjadi salah satu faktor kunci dalam keberlangsungan hidup bisnis ini.

Berdasarkan jawaban yang didapat dijelaskan bahwa dampak yang diperoleh yaitu adanya hubungan baik, mudah mendapatkan informasi tentang harapan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk, dengan banyaknya informasi ini juga mendapatkan memetakan bagaimana pola komunikasi, karakteristik dan konsumen itu sendiri yang akan lebih terbuka dalam penyampaian keluhan dan saran sehingga dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen untuk menentukan strategi peningkatan penjualan berikutnya. Dan membangun hubungan baik dengan konsumen bisa terus dilakukan untuk mengembangkan bisnis ke arah yang lebih baik dengan cara mengelola hubungan yang baik di antara konsumen dan bisnis dapat dilakukan melalui beberapa cara, misalnya *customer service*, kemudian media sosial dan aktivitas-aktivitas *marketing* lainnya. Dan hal ini bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan dan menguntungkan dengan konsumen.

Kualitas Pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di nyatakan baik dan memuaskan konsumen. Kepuasan tersebut dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Metode observasi pada tahap ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko

Alfamart Pakel 2 Karanganyar karena dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada konsumen akan menciptakan kepuasan kepada pelanggan.

Memiliki pelanggan bukan berarti bisnis yang dijalankan tidak akan melakukan berbagai terobosan baru lagi, pada kenyataannya untuk mempertahankan pelanggan sama sulitnya dengan mendapatkan pelanggan baru. Cara untuk meningkatkan loyalitas yang pertama ialah melayani konsumen dengan ramah dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh konsumen karena ada beberapa konsumen datang ke toko hanya membeli barang-barang tertentu saja dengan adanya pelayanan yang cepat tanggap dan ramah ini akan membuat konsumen merasa senang, nyaman, puas kemudian dengan melakukan penawaran yang menarik misalnya produk komplementer, atau menawarkan produk yang sedang promo seperti itu dan biasanya konsumen lebih suka memberi produk dengan gratis suatu produk yang sama atau yang lainnya karena itu juga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian berulang.

Untuk meningkatkan loyalitas dengan melayani konsumen ramah, cepat dan tanggap karena saat pelanggan sudah merasa nyaman, mereka umumnya malas untuk membeli produk baru. Mengenalkan konsumen secara personal dapat meningkatkannya kepuasan konsumen maka dalam hal ini peluang konsumen untuk datang ke toko kembali. Dengan kualitas pelayanan yang baik dengan menggunakan Bahasa yang sopan dan mudah dimengerti konsumen maka akan terhindar dari masalah yang dapat menurunkan performa toko. Dalam melakukan transaksi jual beli di toko Alfamart ini banyak yang perlu diperhatikan dalam melayani konsumen terutama yaitu dengan melakukan TSS (Tatap , Senyum, Sapa) kepada konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan E-CRM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan di toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar. Dengan menggunakan teknologi berbasis internet seperti email, *website*, aplikasi pesan, dan media sosial, toko dapat meningkatkan hubungan bisnis dengan konsumen, mempertahankan konsumen, dan meningkatkan penjualan. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko tersebut. Oleh karena itu, penting bagi toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar untuk terus meningkatkan penggunaan layanan E-CRM dan memastikan kualitas pelayanan yang konsisten. Dengan demikian, toko dapat memperoleh keunggulan bersaing, membangun *brand awareness* yang kuat, dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Pihak toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar perlu terus meningkatkan penggunaan layanan E-CRM. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi kepada konsumen melalui teknologi berbasis internet seperti email, *website*, aplikasi pesan, dan media sosial. Dengan menggunakan teknologi ini,

toko dapat memperkuat hubungan bisnis dengan konsumen, mempertahankan konsumen, dan meningkatkan penjualan.

2. Karyawan toko Alfamart Pakel 2 Karanganyar perlu selalu konsisten dalam memberikan pelayanan yang ramah dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh konsumen. Selain itu, mereka juga perlu cepat tanggap dalam melakukan setiap transaksi, baik transaksi belanja maupun transaksi *e-commerce*. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian berulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pengguna Pada Layanan Aplikasi E-wallet Gopay (studi Pada Generasi Z Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(6).
- Akadiyah, L. (2021). *PERAN ELECTONIC-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) DALAM PENGUATAN E-LOYALTY (Studi Pada Pelanggan Produk Elektronik di Tokopedia)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Fitriani, P. I. (2021). *Peran aplikasi digital alfa gift di alfamart dalam transaksi jual beli di tengah pandemi covid-19* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Erica Maryati, D. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Motor Pada Sinar Jaya Motor. *Bisnis Digital Dan Kewirausahaan (MEKANISDA)*, 1(1), 1-9. <https://ejurnal.mitrakreasicendekia.com/index.php/mekanisda/>
- Firmansyah Herdin, & Widyana, S. F. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 11.
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI).
- Gustina, A. (2022). *Laporan Praktik Kerja Lapangan di Toko Alfamart Km 5 Palembang* (Doctoral dissertation, Politeknik Palcomtech).
- Ibrahim, A., Mauluddin, M. H., Saputra, A. W., Carolina, A., Mardiana, M., Wiratama, Y., & Ramadhan, R. R. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Unipin. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(1), 1-6
- Osman, I. E. (2023). Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Sirup Sarang Sari Jakarta Pusat. *Journal of Management*, 6(1), 615 - 620.

- Putri, A. A. I. M. V., & Purnami, N. M. (2019). Peran Kepuasan Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mega Cabang Sunset Road Kuta. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4357-4383.
- Pratiwi, A. R., & Dermawan, D. A. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan ShopeePay pada Aplikasi Shopee di Kota Surabaya). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(3), 87-93.
- Panji Prasetya, R. L. (2021, Mei). PEMBANGUNAN SISTEM ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) PT. FARHAN SURYA INDAH. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Teknik Dan Ilmu Komputer*, 1, 21-26.
- Prihartanto, Y. (2022). ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH. *Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*, 12-19.
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102-115.
- Rudi Syaiful Anwar, S. I. (2022, Oktober). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 88-95.
- Rohmah, S., Iswandi, I., & Maulana, R. (2022). PRAKTIK PENGGUNAAN MEMBER CARD PONTA MENGGUNAKAN APLIKASI ALFAGIFT DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI ALFAMART DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus Alfamart Jembatan Serong, Kota Depok). *JURNAL HUKUM, POLITIK DAN ILMU SOSIAL*, 1(3), 29-42.
- Rohmana, D. (2022). ANALYSIS OF WHATSAPP BASED ONLINE SERVICES EFFECTIVITY AT KMU MADURA EYE CLINIC. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4), 43-48.
- Safira, I. A., Hendriyani, C., Damayanti, F., & Rochmah, T. S. (2021) Implementasi Electronic Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Hotel Aston Pasteur. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 119-126.
- Setiawan, R. (2021). KUALITAS PRODUK PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PADA PERUSAHAAN CV. SUKAHATI PRATAMA CHICKEN PROCESSING KOTA TASIKMALAYA. *Indonesian Journal Of Education and Humanity*, 1(4), 217-224.

Sudana, I. K., & Yesy Anggreni, N. L. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). *Jurnal Pendidikan Widyadari*, 22(2), 555-561.

Widyana, S. F., & Firmansyah, H. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Pro Mark*, 11(1), 11-11.

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 923-926.

<https://alfagift.id/about> Tentang Alfagift, di akses tanggal 02 April 2023 11:51

<https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/profil-kami>, di akses tanggal 26 Juni 2023 15:28