

Pengaruh Customer Relationship Management dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Ekspor Laut

Putri Akhsa Nabila¹⁾, Wendy Agung Indriyansyah¹⁾, Febrisi Dwita²⁾

¹⁾ Prodi Manajemen Transportasi, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti

²⁾ Prodi Manajemen Administrasi, Universitas Bina Insani

Corresponding author: E-mail: dwitafebrisi@binainsani.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study to analyses the effect of customer service relationship management and brand image on customer satisfaction and loyalty in sea export department of PT HTP Transport Indonesia. CRM in freight forwarding is important to improve the company's services to customers so customer can feel satisfied and lead to customer loyalty. Brand image can affect customer loyalty. With a good brand image, customers will believe in the company, resulting in customer loyalty. Customers towards a product or service can have an impact on subsequent purchases, which can increase customer loyalty. This study uses quantitative methods with the sample research on 199 companies. The research technique used is path analysis. The results showed that the CRM variable did not have a direct influence on customer satisfaction and loyalty. Brand image variable has a direct influence on customer satisfaction and loyalty. The customer satisfaction variable has a direct influence on customer loyalty. The variable of customer satisfaction is able to function as a mediator or mediation of the indirect influence of CRM and brand image on the loyalty in sea export department of PT HTP Transport Indonesia

Keywords: customer relationship management, brand image, customer satisfaction, customer loyalty.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh customer service relationship management dan brand image terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada departemen ekspor laut PT HTP Transport Indonesia. CRM dalam freight forwarding penting untuk meningkatkan pelayanan perusahaan kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasa puas dan menimbulkan loyalitas pelanggan. Citra merek dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan citra merek yang baik, pelanggan akan percaya pada perusahaan, sehingga menghasilkan loyalitas pelanggan. Pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dapat berdampak pada pembelian selanjutnya, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel penelitian pada 199 perusahaan. Teknik penelitian yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CRM tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel citra merek memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan memiliki

pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan mampu berfungsi sebagai mediator atau mediasi pengaruh tidak langsung CRM dan citra merek terhadap loyalitas pada departemen ekspor laut PT HTP Transport Indonesia

Kata kunci: Manajemen hubungan pelanggan, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

A. Pendahuluan

Ada banyak cara dalam meningkatnya kegiatan perdagangan internasional yang dilakukan oleh *freight forwarding* agar mereka mendapatkan pelanggan baru atau tetap mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tidak kehilangan pelanggan. Sebab dalam bisnis jasa *freight forwarding* pelanggan memiliki aspek penting dalam berlangsungnya bisnis ini.

Jumlah Pelanggan PT HTP Indonesia	
2016	345
2017	400
2018	409
2019	365
2020	396

Sumber : Data Pelanggan PT HTP Indonesia

Berdasarkan tabel 1 di atas, pada tahun 2018 ke 2019 PT HTP Transport Indonesia sempat mengalami penurunan pelanggan yang cukup signifikan. Berdasarkan hasil penelitian Sabatini dkk pada 2017 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Berpalingnya pelanggan ke penyedia jasa lainnya menunjukkan rendahnya loyalitas pelanggan, dimana salah satu ciri dari pelanggan yang loyal adalah kebalinya terhadap pesaing. Pada tahun 2019 ke 2020 jumlah pelanggan HTP Indonesia mulai mengalami kenaikan. Pada bulan Mei 2020, PT HTP Transport

Indonesia merger dengan PT. Panalpina Nusajaya Transport ada tahun 2019 ke 2020 jumlah pelanggan HTP Indonesia mulai mengalami kenaikan. Pada bulan Mei 2020, PT HTP Transport Indonesia merger dengan PT. Panalpina Nusajaya Transport.

Citra merek (Brand Image) adalah suatu aspek atau unsur penting yang berhubungan dengan suatu produk. Citra merek yang kuat memungkinkan perusahaan meraih kepercayaan langsung konsumen. Apabila promosi dan citra merek sudah dapat dipercaya dengan produk yang dipasarkan maka loyalitas konsumen akan timbul, maka konsumen akan tetap memilih produk tersebut untuk digunakan (Amanah 2011:214). Melalui loyalitas konsumen, suatu merek dapat bertahan didalam benak konsumen sehingga dapat setia terhadap merek yang akan dikonsumsi (Ramadhana 2013:53). Citra merek yang baik akan berdampak positif pada keputusan pembelian oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan sebagai berikut:

- Untuk mengetahui dan menganalisis variabel CRM, citra merek, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung customer relationship management terhadap kepuasan pelanggan ekspor laut PT

- HTP Transport Indonesia cabang Jakarta.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung citra merek terhadap kepuasan pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia cabang Jakarta.
 - d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia cabang Jakarta.
 - e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia cabang Jakarta.
 - f. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia cabang Jakarta.
 - g. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia cabang Jakarta dengan mediasi kepuasan pelanggan.
 - h. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia cabang Jakarta dengan mediasi kepuasan pelanggan.

B. Metode Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah PT HTP Transport Indonesia yang berada di Gedung International Financial Centre Tower II, Lt 22, Jl. Jendral

Sudirman Kav 22-23, Jakarta. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2020. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini mengacu pada jumlah populasi yang telah ada, untuk menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

Rumus:

Dimana:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d² = Presisi 5%

Metode penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk mengetahui hubungan antara variabel. Untuk mencari pengaruh Customer Relationship Management dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Eskpor Laut PT HTP Transport Indonesia - Jakarta maka teknik analisis data yang digunakan penulis adalah analisis jalur. Menurut Riduan (2014) Path analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (exogenous) terhadap variabel terikat (endogenous). Untuk penilaian jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan menggunakan Skala Ordinal yaitu skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat construct yang diukur (Sugiyono, 2014:98). Menurut Sugiyono (2013:70) analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan

sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis jalur digunakan dengan menggunakan korelasi, regresi dan jalur sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel intervening. Adapun pendapat Kuncoro (2014) model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen).

C. Hasil dan Pembahasan

Pengujian data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis), untuk melakukan analisis jalur maka struktur hubungan dibagi menjadi dua bagian, yaitu sub-struktur 1 dan sub-struktur 2.

Berikut hasil perhitungan uji simultan sub-struktur1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.584	2	25.292	3.586	.030 ^b
	Residual	1382.370	196	7.053		
	Total	1432.955	198			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Citra Merek, CRM

- Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh CRM (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1) adalah sebesar 0,946 > 0,05 dan nilai t hitung 0,069 < t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh CRM (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1). Adapun besar koefisien jalur CRM (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1) yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,005.
- Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh citra merek (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1) adalah sebesar 0,009

< 0,05 dan nilai t hitung 2,626 > t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh citra merek (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1). Adapun besar koefisien jalur citra merek (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1) yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,187. 69

- Dari tabel R square di atas dapat diketahui bahwa besar R square (R^2) adalah 0,035 = 3,5% yang artinya kemampuan variabel CRM (X_1) dan citra merek (X_2) dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan (Y_1) adalah sebesar 3,5%.

Berikut hasil perhitungan uji simultan sub-struktur 2

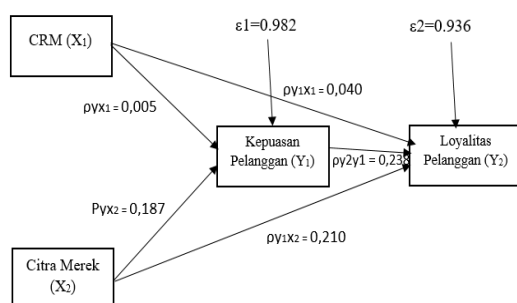
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.907	3	57.302	9.239	<.001 ^b
	Residual	1209.440	195	6.202		
	Total	1381.347	198			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, CRM, Citra Merek

- Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh CRM (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2) adalah sebesar 0,561 > 0,05 dan nilai t hitung 0,582 < t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh CRM (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Adapun besar nilai koefisien jalur CRM (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2) yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,040.
- Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh citra merek (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2) adalah sebesar 0,003 < 0,05 dan nilai t hitung 3,033 > t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh citra merek (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Adapun koefisien jalur citra merek

(X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2) yang di tunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,210.

- c. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh kepuasan pelanggan (Y_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,487 > t$ tabel 1.972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh loyalitas pelanggan (Y_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Adapun besar koefisien jalur kepuasan pelanggan (Y_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y_2) yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,238.
- d. Dari tabel *R square* di atas dapat diketahui bahwa besar *R square* (R^2) adalah $0,124 = 12,4\%$ yang artinya kemampuan variabel CRM (X_1), citra merek (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y_1) dalam menjelaskan variabel loyalitas pelanggan (Y_2) adalah sebesar 12



Gambar 1. Diagram Hasil Analisis Jalur

Dengan demikian hasil pengujian hipotesis 2 sub-struktur tersebut di atas dapat disimpulkan dalam tabel pengaruh langsung sebagai berikut:

Tabel 2 - Pengaruh Langsung

Pengaruh	Terhadap	Signifikasi	Besar Pengaruh
CRM	Kepuasan Pelanggan	0.946	0,035 = 3,5%
Citra Merek	Kepuasan Pelanggan	0.009	
CRM	Loyalitas Pelanggan	0.561	0,124 = 12,4%
Citra Merek	Loyalitas Pelanggan	0.003	
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0.001	

Variabel CRM tidak memiliki pengaruh langsung positif dan tidak signifikan terhadap variabel endogen karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05, sedangkan variabel citra merek dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap variabel endogen dengan nilai signifikasi seluruhnya lebih kecil dari 0,05.

Sobel test merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Agar lebih mudah, penulis menghitung menggunakan kalkulator sobel test online danielsooper. Dari pengujian sobel di atas dapat disimpulkan dalam tabel pengaruh tidak langsung sebagai berikut:

Tabel 3 - Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh	Terhadap	Melalui	Sobel (Z) hitung	Z tabel	Keterangan
CRM	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan pelanggan	2,99	1,96	Signifikan
Citra Merek	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan pelanggan	2,29	1,96	Signifikan

D. Simpulan

CRM berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia. CRM berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport

Indonesia. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia. Kepuasan pelanggan mampu berfungsi sebagai mediator atau mediasi pengaruh tidak langsung CRM terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia. Kepuasan pelanggan mampu berfungsi sebagai mediator atau mediasi pengaruh tidak langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan ekspor laut PT HTP Transport Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat beberapa implikasi yang dapat digunakan oleh perusahaan, beberapa aspek tersebut dapat diajarkan sebagai berikut. Untuk variabel citra merek memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, maka dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan dan jumlah *shipment* sehingga citra pembuatan, citra pemakaian dan citra produk yang baik dapat ditingkatkan.

Kepuasan layanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, dengan landasan tersebut, PT HTP Transport Indonesia perlu memastikan dapat selalu memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan memberikan pengalaman yang baik saat menggunakan jasa PT HTP Transport Indonesia. sehingga pelanggan dapat mencapai kepuasan pelanggan yang diinginkan. Perlu pula dilakukannya survey pelanggan berkala agar dapat menjadi bahan evaluasi dan

perbandingan untuk perencanaan strategi bisnis kedepannya. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk sumbangan baru bagi ilmu pengetahuan.

Secara teoritis hasil penelitian memiliki perbedaan hasil pada variabel CTM, dimana penelitian sebelumnya variabel CRM memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa CRM masih belum konsisten dalam memberikan dampak terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Perbedaan indikator dalam penyusunan kuesioner dan karakteristik responden dapat menjadi penyebab perbedaan pada hasil penelitian ini.

E. Daftar Pustaka

- Abdulkadir, Muhammad. 2008. *Hukum Pengangkutan Niaga*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Abekah-Nkrumah, Gordon, Maame Yaa Antwi, Stephen Mahama Braimah, And Charles Gyamfi Ofori. 2020. "Customer Relationship Management And Patient Satisfaction And Loyalty In Selected Hospitals In Ghana." *International Journal Of Pharmaceutical And Healthcare Marketing*.
- Afandi, P. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Aji, Baruna. 2020. "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab." Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeth.

- Amanah, Dita. 2011. "Pengaruh Promosi Dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan." *Jurnal Keuangan Dan Bisnis* 3(3).
- Ambarini, Nurillah Okta, Nurul Qomariah Dan Anwar. 2016. "Analisis Pengaruh citra Merek terhadap keputusan pembelian smartphone merek samsung Di Rudy Cell Komplek mutiara Jember." *Jurnal Penelitian Ipteks Januari* 2016.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Ed. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bhaskara, Satriyo U.P., Silvy L. Mandey, & Olivia Nelwan. 2014. "Customer Relationship Management (Crm) Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Virgo Ekspres Tours & Travel Manado." *Jurnal Emba* 2: 99–110.
- Capt. R.P.Suyono. 2007. *Shipping Pengangkutan Intermodal Ekspor Impor Melalui Laut Edisi Iv*. Jakarta: Penerbit Ppm.
- Damayanti, Cintya Dan Wahyono. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Management Analysis Journal* 4.
- Engkos Kosasih, S.E, M.M, Dan Prof. Capt. Hananto Soewedo, M.Mar., S.E, M.M., Ph.D. 2012. Edisi Kedua *Manajemen Perusahaan Pelayaran*. Jakarta: Stmt Trisakti.
- Fandy, Tjiptono Dan Greforius, Chandra. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gabrielle, Natasha, And Lily Harjati. 2018. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia." *Jurnal Manajemen* 8(1): 55–70.
- Gopal, Gurram & Steve Cline. 2007. "Driving Towards Sustainable Profitability: Transportation Service Providers And Customer Relationship Management." *Supply Chain Management: An International Journal* 2: 85–87.
- Handoko, T. Hani. 2012 *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Yogyakarta: Bpfe.
- Hapsari, Raditha & Michael D. Celemes & David Dean. 2017. "The Impact Of Service Quality, Customer Engagement And Selected Marketing Constructs On Airline Passenger Loyalty." *International Journal Of Quality And Service Sciences* 9: 21–40.
- Haryono, Sigit. 2010. "Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Bus Kota) Di Kota Yogyakarta." *Jurnal Transportasi* 7.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revi. Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Hessy, Via. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian."
- Ikanita Novirina Sulistyari. 2012. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame." Universitas Diponegoro.
- Imasari, Kartika Dan Kezia Kurniawati Nursalin. 2011. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap

- Loyalitas Pelanggan Pada Pt Bca Tbk
Influence Of Customer Relationship
Management Toward Customer Loyalty
On Pt. Bca Tbk. Fokus Ekonomi (Fe).”
- Iriandini, A. 2015. “Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Pt. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya).” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 23(2): 85998.
- Iskandar, Priasmoro & Tri Indrawijaksana. 2015. “Pengaruhkualitas Pelayanan Terhadaployalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Interveningpadapengguna Jasa Transportasi Pt. Tara Megahmuliutama (Taksigemah Ripah) Di Kota Bandung.” *E-Proceeding Of Management* 2.
- Kanaidi & Kurniawan, Ari. 2011. “Analisis Customer Relationship Management(Crm) Pada Sbu Admail.”
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*. Ed. Erlangga. Jakarta. 2016. *Marketing Managemen*. 15th Editi. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kuncoro, Achmad Engkos & Riduwan. 2014. *Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Cetakan Ke-6. Bandung: Alfabeta.
- Kurniawati, Dewi & Andriani Kusumawati. 2014. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas.” *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* 14.
- Kustianah. 2019. “Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Online (Studi Pada Konsumen Jasa Transportasi Go -Jek Kota Semarang).” Universitas Wahid Hasyim Semarang.
- Lovelock, C, Dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. 3rd Ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Pt. Remaja Rosda Karya.
- Miro, F. 2005. *Perencanaan Transportasi Untuk Mahasiswa, Perencana, Dan Praktisi*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramadhana, M. I. 2013. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. (Studi Pada Pelanggan Operator Telekomunikasi Indosat Di Kota Malang.” *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* 04(1): 53.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Rangkuti*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, Ririn Tri Dan H. Aksa Mastuti. 2011. *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Riley, Debra, Nathalie Charlton, And Hillary Wason. 2015. “The Impact Of Brand Image Fit On Attitude Towards A Brand Alliance.” *Management And Marketing* 10(4): 270–83.
- Rizaldy, Wynd & M. Rifni. 2013. *Manajemen Dasar Penanganan Kargo*. Jakarta: In Media.
- Rosalina. 2010. “Citra Merek: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 6(Mei 2010).

- Sabatini, Lidya Nurlita, I Made Ardiana, And Oce Prasetya. 2017. "Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Freight Forwarding." *Jurnal Manajemen Transportasi Dan Logistik* 3(3): 299.
- Sangadji, E.M., Dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sekaran, Uma Dan Roger Bougie. 2010. *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. 5th Editio. New York: John Wiley @ Sons.
- Setyaleksana, Bony Yosua, Suharyono, And Edy Yulianto. 2017. "Pengaruh Customer Relation Ship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Administrasi Bisnis* 46(1): 45–51.
- Setyo, Purnomoedwin. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Best Autoworks.'" *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1.
- Simanjuntak, Priskila Theodora & Fenny Bnl Tobing. 2016. "Analisis Loyalitas Pelanggan: Studi Empiris Terhadap Produk Im3 Indosat Pada Mahasiswa Feuki." *Fundamental Management Journal* 1.
- Sofyandi, Herman. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistian, Ogi. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Susilo, Andi. 2008. *Buku Pintar Ekspor-Import*. Jakarta: Trans Media Pustaka.
- Sutrisno, Edy. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ke-9. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Tjiptono*. Yogyakarta: Andi Offset. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. *Dasar – Dasar Customer Relationship Management (Crm)*. Jakarta: Harvindo.
- Utami, Chistina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Van Vuuren, T., Roberts-Lombard, M., And Van Tonder, E. 2012. "Customer Satisfaction, Trust, And Commitment As Predictors Of Customer Loyalty Within An Optometric Practice Environment." *Southern African Business Review* 16(3).
- Waluyo, Gunawan &. 2015. *Risk Based Behavioral Safety Membangun Kebersamaan Untuk Mewujudkan Keunggulan Operasi*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Widodo, Dr. 2018. *Metodologi Penelitian*. 2nd Ed. Depok: Rajagrafindo Perkasa.
- Zakin, Yasmin Fahmi & Hening Widi Oetomo. 2018. "Pengaruh Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7.