

Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress

Analysis of the Influence of Customer Relationship Management (CRM) and Service Quality on Shopee Xpress Customer Loyalty

Gufran Ramadhan P.P^{1*}, Hariyanto R. Djabatola², M. Risal³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Abdul Aziz Lamadjido

*Correspondence Author: gufranramadhan84@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk menganalisis Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress; 2) Untuk menganalisis Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress; 3) Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode verifikasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu observasi, kuesioner, studi literatur, dan studi kepustakaan. Berdasarkan hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa 1) *Customer relationship management*, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; 2) *Customer relationship management* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress. dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$. 3) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : CRM, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to: 1) analyze the effect of customer relationship management and service quality on Shopee Xpress customer loyalty; 2) analyze the effect of customer relationship management on Shopee Xpress customer loyalty; 3) analyze the effect of service quality on Shopee Xpress customer loyalty. This research is quantitative in nature and uses a verifiable method. The data analysis techniques used in this research are observation, questionnaires, literature study, and reference study. Based on the results of multiple linear regression, it shows that 1) Customer relationship management and service quality simultaneously have a significant effect on Shopee Xpress customer loyalty, as seen from the significance value of $0.000 < 0.05$; 2) Customer relationship management partially has a significant effect on Shopee Xpress customer loyalty, as seen from the significance value of $0.042 < 0.05$. 3) Service quality partially has a significant effect on Shopee Xpress customer loyalty, as seen from the significance value of $0.000 < 0.05$.

Key Words : CRM, Service Quality, and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat, serta mempertahankan pelanggan/customer merupakan salah satu tantangan yang penting bagi tiap perusahaan baik perusahaan dalam bidang teknologi, kesehatan, ekspedisi dan lainnya. Dalam hal ekspedisi sendiri terdapat banyak sekali persaingan, seperti persaingan dalam hal untuk membuat pelanggan menjadi loyal atau menjadi ingin

terus - menerus untuk menggunakan ekspedisi. Oleh sebab itu banyak perusahaan ekspedisi yang bersaing untuk membuat pelanggan menjadi loyal kepada ekspedisi. Loyalitas pelanggan sendiri tidak hanya menjadi indikator kepuasan terhadap produk atau layanan, tetapi juga menjadi hal penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan jangka panjang bagi suatu perusahaan.

Hasan (2015) mengatakan loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli atau melakukan pembelian secara teratur dan berulang-ulang, datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut. Oleh karena itu, beberapa perusahaan menggunakan yang efektif untuk membangun dan juga mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan, salah satunya adalah dengan melalui implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dan peningkatan kualitas layanan.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan strategis yang melalui proses, teknologi, dan sumber daya manusia untuk memahami pelanggan secara lebih baik, untuk meningkatkan interaksi yang bernilai, serta membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Menurut Kotler dan Keller (2016 : 148), CRM merupakan proses mengelola informasi secara rinci mengenai pelanggan dan semua titik awal pelanggan dengan perusahaan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan. Dalam konteks perusahaan seperti Shopee Express, penerapan CRM yang efektif dapat membantu mengidentifikasi atau mengklasifikasikan dari segi kebutuhan pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta menciptakan pengalaman yang dipersonalisasi, yang pada akhirnya akan mendorong loyalitas pelanggan.

Di sisi lain, kualitas layanan juga memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap perusahaan. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan konsisten akan menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk tetap setia dan bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Dalam banyak studi sebelumnya, ditemukan bahwa kualitas layanan yang tinggi memiliki korelasi atau hubungan yang positif dengan loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu, Shopee Express selalu berusaha untuk melakukan pelayanan yang sesuai dengan standard perusahaan yakni dengan, berusaha memberikan pelayanan pengantaran yang cepat, ramah dan tepat. Dan juga Shopee Express sendiri berusaha membuat pelanggan percaya dengan pelayanan mereka dengan cara, menerapkan system khusus yakni COD (Cash On Delivery) Cek Dulu. Dimana dengan adanya system ini pelanggan dapat lebih mudah untuk melakukan pembelian barang/ produk karena sebelum melakukan transaksi pelanggan dapat mengecek barang/ produk terlebih dahulu. Hal ini membuat pelanggan dapat menjadi nyaman atau menjadi loyal kepada ekspedisi karena system ini mempermudah pelanggan untuk mengetahui apakah barang/ produk yang di beli sudah sesuai dengan yang diinginkan atau tidak. Karena dalam banyak kasus yang terjadi dalam pengantaran sebuah ekspedisi, terdapat kasus dimana pelanggan marah kepada ekspedisi atau karyawan/kurir karena barang yang di pilih tidak sesuai dengan ekspektasi dari pelanggan. Hal inilah yang biasanya dapat merusak hubungan dari pelanggan/ customer dan ekspedisi mejadi tidak baik, yang dimana sebenarnya yang salah dalam hal suatu pengiriman produk adalah penjual tetapi karena biasanya pelanggan/customer berpikir bahwa jika terjadi kesalahan maka perusahaan ekspedisilah yang harus disalahkan karena perusahaan ekspedisi atau kurir yang melakukan pengantaran.

Namun demikian, dalam praktiknya, tidak semua perusahaan mampu mengelola hubungan pelanggan dan memberikan layanan berkualitas secara optimal. Shopee Express sebagai perusahaan yang bergerak di bidang logistik juga menghadapi tantangan serupa. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi terhadap sejauh mana pengaruh penerapan CRM dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Express. Dimana, ketika karyawan/ kurir dari perusahaan Shopee Express mendapat sebuah complain atau kritik dari pelanggan perusahaan akan melakukan tindakan yang cukup tegas. Yakni seperti, pemberian Surat Peringatan 1 (SP 1) kepada karyawan/ kurir yang bersangkutan.

Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan mengambil kasus yang langsung di alami oleh penulis yang dimana penulis ingin pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, serta menjadi dasar pertimbangan strategis bagi perusahaan dalam merancang kebijakan pelayanan yang lebih efektif. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya dapat mempertahankan pelanggan lama, tetapi juga meningkatkan daya saing di tengah dinamika persaingan ekspedisi yang terus berkembang dan semakin banyaknya ekspedisi baru yang bermunculan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah verivikatif., metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018, hlm. 14) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak (random), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian objektif, dan analisis data bersifat jumlah atau banyaknya (kuantitatif) atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan, menurut Sugiyono (2013:54) mengemukakan bahwa, penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini di lakukan pada wilayah Kota Palu, tetapi hanya dilakukan pada wilayah Tanamodindi pada 2025, dan waktu penelitian akan di lakukan setelah ujian kelayakan proposal penelitian dengan perkiraan waktu yakni agustus sampai oktober 2025.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Sehubungan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian serta hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini, maka pendekatan dengan model analisis yang dapat digunakan adalah analisis linear berganda. Alasan menggunakan metode regresi linear berganda karena dapat mengukur pengaruh variabel tidak bebas,

Menurut Sugiyono (2014:275) Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti dengan tujuan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen (kriterium), bila dua atau lebih variable independent sebagai factor prediktor di manipulasi. Maka analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variable independent minimal dua.

HASIL

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Setiap alat yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen dikenal sebagai regresi berganda. Analisis regresi linier berganda dihitung secara statistik dalam penelitian ini dengan bantuan perangkat lunak SPSS 22. Data yang telah diolah dapat dilihat pada tabel terlampir untuk informasi lebih lanjut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

No	Variabel Independen	Variabel Dependen Y = Loyalitas Pelanggan		
		Koefisien Regresi	Uji t	Sig t
1	Konstanta	4,210		
2	CRM (X ₁)	0,131	2,133	0,042
3	Kualitas Layanan (X ₂)	0,274	4,266	0,000
<i>Multiple R</i>		= 0,754	F-hitung	= 17,837
<i>R Square</i>		= 0,569	F-tabel	= 3,35
<i>Adjusted R Square</i>		= 0,537	t-tabel	= 2,04841
$\alpha = 0,05$			Sig F	= 0,000 ^b

(Sumber : data diolah peneliti menggunakan SPSS, 2025)

Berdasarkan tabel 1 diatas dengan menggunakan program *software* statistik SPSS versi 22, maka hasil analisis regresi linear berganda pada tabel di atas dapat disajikan kedalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,210 + 0,131X_1 + 0,274X_2$$

- Nilai konstanta 4,210 menunjukkan bahwa jika variabel CRM (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) bernilai 0, maka Loyalitas Pelanggan (Y) Shopee Xpress tetap berada pada nilai 4,210.
- Koefisien X_1 sebesar 0,131 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan CRM (X_1) akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) Shopee Xpress sebesar 0,131 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Koefisien X_2 sebesar 0,274 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Kualitas Layanan (X_2) akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) Shopee Xpress sebesar 0,274 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

PEMBAHASAN

Pengaruh Costumer Relationship Manegement dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress.

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh Costumer Relationship Manegement (CRM) dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 17,837 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3.35 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa ($17,837 > 3,35$) artinya diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM), dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Nurhasanah, Y et al (2024) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk melalui kualitas layanan dan hubungan baik dengan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2018), program *relationship management* dan kualitas layanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan retensi pelanggan.

Dalam konteks Shopee Xpress, semakin baik pengelolaan hubungan pelanggan dan semakin baik kualitas layanan (ketepatan waktu, kemudahan layanan, kecepatan respon), maka pelanggan cenderung semakin loyal, yakni tetap menggunakan layanan pengiriman Shopee Xpress dibandingkan penyedia lain.

Dengan demikian, berdasarkan hasil analisis statistik dan didukung oleh teori serta penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa CRM dan kualitas layanan memiliki kontribusi nyata terhadap peningkatan loyalitas pelanggan Shopee Xpress.

Pengaruh Costumer Relationship Manegement secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Customer Relationship Management* adalah 2,133 dan dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,04841 dengan demikian lebih besar dari dan nilai signifikan *Customer Relationship Management* sebesar $0.042 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress.

Temuan ini mengandung makna bahwa semakin baik perusahaan menjalin hubungan dengan pelanggan melalui program CRM seperti penyediaan layanan informasi yang tepat waktu, personalisasi layanan, pemberian feedback, penyampaian tracking paket secara real-time, serta kemudahan pengajuan komplain, maka pelanggan akan merasa semakin puas dan cenderung kembali menggunakan layanan Shopee Xpress.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadyani, W.R et al (2025), Nurhasanah, Y et al (2024), dan Nur Aisyah, Budi Sudaryanto, (2022) yang menyatakan

bahwa *customer relationship management* (CRM) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan CRM yang efektif pada Shopee Xpress menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Melalui sistem CRM yang terintegrasi, perusahaan memungkinkan untuk memahami kebutuhan pelanggan, memperbaiki kualitas komunikasi, dan meningkatkan kepuasan sehingga loyalty customer semakin kuat.

Pengaruh Kualitas Layanan secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Xpress.

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah 4,266 dan dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,04841 dengan demikian lebih besar dari dan nilai signifikan kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress.

Kualitas layanan menjadi faktor penting karena pelanggan lebih cenderung kembali menggunakan jasa pengiriman yang mampu memenuhi harapan mereka terkait ketepatan waktu pengiriman, keamanan paket, keramahan layanan kurir, respons cepat terhadap keluhan, serta kemudahan pelacakan paket. Ketika pelanggan merasa puas terhadap layanan tersebut, maka tingkat kepercayaan dan keterikatan emosional meningkat, yang pada akhirnya memengaruhi loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadyani, W.R et al (2025), dan Nurhasanah, Y et al (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan Shopee Xpress. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan konsistensi dalam memenuhi standar kualitas layanan, meningkatkan sistem monitoring pengiriman, memperbaiki proses operasional, dan memperkuat pemeliharaan kualitas interaksi antara kurir dan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas jangka panjang pelanggan.

KESIMPULAN

1. *Customer relationship management*, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress.
2. *Customer relationship management* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress.
3. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress.

SARAN

1. Bagi Perusahaan Shopee Xpress
 - a. Shopee Xpress disarankan untuk meningkatkan sistem Customer Relationship Management (CRM) dengan mengintegrasikan fitur pelacakan paket yang lebih akurat dan dapat diakses secara real-time, serta penyampaian informasi pengiriman melalui notifikasi yang lebih jelas dan tepat waktu. Selain itu, pengelolaan data pelanggan perlu ditingkatkan agar informasi yang digunakan lebih akurat dan mendukung pelayanan yang lebih personal.
 - b. Shopee Xpress perlu melakukan evaluasi secara rutin terhadap kinerja operasional, khususnya terkait ketepatan waktu pengiriman, proses penyortiran barang, serta cara penanganan paket selama proses distribusi. Evaluasi ini penting untuk memastikan layanan yang diberikan tetap konsisten dan sesuai dengan harapan pelanggan.
 - c. Pemanfaatan teknologi pendukung perlu terus dioptimalkan, seperti penggunaan sistem otomatis dan teknologi digital dalam proses operasional, guna mengurangi risiko keterlambatan pengiriman dan kerusakan paket. Penerapan teknologi tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi kerja serta kualitas layanan secara keseluruhan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan (trust), harga, dan citra merek (brand image) yang mungkin berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, N., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(5).
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* Volume 17 Nomor 2, hlm.114-126.
- As'ad, Achmad Shofiyyuddin dan Noermijati. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban). *Jurnal Aplikasi Manajemen* Volume 11 Nomor 3. ISSN 1693-5241.
- Budiyanto, G. A., & Surya, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai variabel Intervening (Studi Pada Pelabuhan Cigading–PT Krakatau Bandar Samudera). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol.5.No.3(2),198-214.
- Fandi Tjiptono. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Imasari, K. & Nursalin, K.K (2011) Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT.BAC,Tbk. *Fokus Ekonomi*. Volume 10 No. 3. 183-192
- Ismanto, I., & Syam, F. (2020). Kebijakan Pengelolaan Sampah oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Muaro Jambi. *Mendapo: Journal of Administrative Law*, 1(3), 149-169.
- Mishra, R. K., & Mohanty, K. (2018). Pyrolysis characteristics and kinetic parameters assessment of three waste biomass. *Journal of Renewable and Sustainable Energy*, 10(1).
- Nadyani, W. R., Amrulloh, A. A., Cristinawati, S., & Rahadhini, M. D. (2025). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Survei pada Konsumen MOSS (Motorcycle One Stop Service) di Surakarta). *Jurnal Strategi Bisnis dan Keuangan*, 6(3).
- Nurhasanah, Y., Akbar, R. F., Cahyani, C. P., & Tartiani, Y. A. T. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dompot Digital Gopay. *Jurnal Manifest*, 4(02), 236-252.
- Raharja, Aryawan Tri dan Imron Khasanah. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada nasabah PT. Prudential Life Assurance Semarang). *Diponegoro Journal of Management* Volume 4 Nomor 1, hlm. 1-12. ISSN 2337-3792.