

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(CRM) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KINERJA PELAYANAN PADA PT J&T
EXPRESS MEDAN PETISAH**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Strata Satu (S-1)

SKRIPSI

**Ditulis Oleh:
RESTINA HAREFA
211010199**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan Pada PT J&T Express Medan Petisah

Yang dipersiapkan oleh:

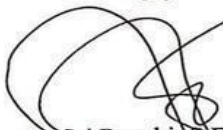
RESTINA HAREFA

211010199

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 04 Agustus 2025

Penguji I



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

NIDN: 0006037202

Penguji II



Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

NIDN: 0115019003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Restina Harefa
NIM	:	211010199
Judul Skripsi	:	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan Pada PT J&T Express Medan Petisah
Pembimbing 1	:	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
Pembimbing 2	:	Widalicin Januarty, S.E, M.M

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Medan , 04 Juli 2025



Restina Harefa
211010199

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan Pada PT J&T Express Medan Petisah”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Bapak Dr. Afrizal, S.E., M.Si.
5. Ibu Widalicin Januarty, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

7. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.
9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudara dan saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 04 Agustus 2025

Penulis

Restina Harefa

211010199

ABSTRAK

Restina Harefa, 211010199, 2025, Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan Pada PT J&T Express Medan Petisah, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Pembimbing II: Widalicin Januarty, S.E, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah, mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah, mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Hair dan berjumlah sebanyak 130 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Kinerja Pelayanan = 0,301 + 0,657 *Customer Relationship Management* + 0,272 Kualitas Pelayanan + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah berdasarkan uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 8,921 > t_{tabel} 1,979$. Hasil menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah berdasarkan uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 3,956 > t_{tabel} 1,979$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah, berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 463,478 > F_{tabel} 3,07$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R\ Square\ (R^2) = 0,880$ atau 88% yang artinya bahwa CRM dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 88% terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah. Sedangkan sisanya 12% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti efisiensi operasional, kecepatan pengiriman, teknologi informasi.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan, Kinerja Pelayanan

ABSTRACT

Restina Harefa, 211010199, 2025, The Influence of Customer Relationship Management (CRM) and Service Quality on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Advisor II: Widalicin Januarty, S.E, M.M

*This study aims to determine the effect of Customer Relationship Management (CRM) on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah, to determine the effect of Service Quality on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah, to determine the effect of Customer Relationship Management (CRM) and Service Quality on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data. Data sources are primary data and secondary data. The sampling technique used in this study is the Hair method and totals 130 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis methods. The results of the analysis provide the equation ***Service Performance = 0.301 + 0.657 Customer Relationship Management + 0.272 Service Quality + e***. The results of the research analysis indicate that Customer Relationship Management (CRM) has a significant effect on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah based on partial hypothesis testing, namely $t_{count} 8.921 > t_{table} 1.979$. The results show that Service Quality has a significant effect on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah based on partial hypothesis testing, namely $t_{count} 3.956 > t_{table} 1.979$. The results of the study indicate that Customer Relationship Management (CRM) and Service Quality have a positive and significant effect on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah, based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely $F_{count} 463.478 > F_{table} 3.07$. The results of this study are supported by the R Square (R^2) value = 0.880 or 88% which means that CRM and Service Quality simultaneously have an influence of 88% on Service Performance at PT J&T Express Medan Petisah. While the remaining 12% is influenced by other factors originating from outside this research model such as operational efficiency, delivery speed, information technology.*

Keywords: Customer Relationship Management, Service Quality, Service Performance

MOTTO

In the Name Of Jesus Christ

“Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi Tuhan menolong aku.”

(Mazmur 118:13)

“Tetapi carilah dahulu Kerajaan Allah dan kebenarannya, maka semuanya

itu akan ditambahkan kepadamu.”

(Matius 6:33)

Doakan apa yang dikerjakan, kerjakan apa yang di Doakan

“Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh

harapannya pada TUHAN!”

(Yeremia 17:7)

“I am not here to be perfect – I am here to be real, to grow,

and to finish what i’ve started.”

(Restina)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk:

Tuhan Yesus yang setia, sumber kekuatanku dalam setiap langkah.
Segala kemuliaan hanya bagi-Mu, atas setiap langkah, setiap napas, dan
setiap berkat yang menuntunku sampai di titik ini

Teristimewa untuk kedua orang tuaku yang paling kucintai, Bapak Herdin
Harefa dan Ibu Sudilasila Harefa yang selalu memberikan doa, kasih
sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tak ternilai
Thank you for everything, Mom and Dad. I love u more than words can say

Kakak-kakakku Nisnia Damenta Harefa dan Regis Natalia Harefa, A.Md
yang tak berhenti memberikan saya semangat, doa, motivasi, serta menjadi
salah satu donatur saya dalam menjalani masa perkuliahan, proses
penulisan skripsi hingga saat ini
This thesis for u, my beloved siblings

Nadia Napitupulu dan Urni Wati Daeli sahabatku sekaligus teman
seperjuangan yang selalu mendukungku dari awal perjalanan kuliah 2021
hingga saat ini, terima kasih atas segala tawa, tangis, dan dukungan kalian.

Sahabat-sahabat sejati yang selalu ada sejak masa putih abu-abu hingga
perjalanan kuliah ini, meskipun kini kita dipisahkan oleh jarak dan waktu
dari pendidikan. Yokhebeb, Cinta, Citra, Cinta Togi, Rani. Terima kasih
untuk semua kenangan indah, tawa, dukungan dan pelukan hangat yang
pernah kita bagi

Untuk keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril
maupun material

Terakhir, diri saya sendiri Restina Harefa karena telah mampu berusaha
dan berjuang sejauh ini. Terima kasih sudah memilih berusaha dan
meyakinkan diri sendiri sampai di titik ini. Berbahagialah, Resti.
Perjalanan kedepan masih panjang, akan ada rintangan dan proses yang
dihadapi kedepannya. Apapun kurang lebihmu mari merayakan dan
menerima diri sendiri

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK.....vii

***ABSTRACT*..... viii**

MOTTO..... ix

HALAMAN PERSEMBAHAN x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABELxvi

DAFTAR GAMBARxvii

DAFTAR LAMPIRAN..... xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah 9

1.3 Batasan Masalah..... 9

1.4 Rumusan Masalah 9

1.5 Tujuan Penelitian 10

1.6 Manfaat Penelitian..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU12

2.1 Landasan Teori 12

2.1.1	Teori Kinerja Pelayanan	12
2.1.1.1	Pengertian Kinerja Pelayanan.....	12
2.1.1.2	Manfaat Penilaian Kinerja Pelayanan.....	13
2.1.1.3	Tahapan Manajemen Kinerja Pelayanan	14
2.1.1.4	Faktor Mempengaruhi Kinerja Pelayanan.....	16
2.1.1.5	Indikator Kinerja Pelayanan	17
2.1.2	Teori Tentang <i>Customer Relationship Management</i>	17
2.1.2.1	Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	17
2.1.2.2	Komponen Utama CRM.....	19
2.1.2.3	Peran Penting CRM Dalam Perusahaan	20
2.1.2.4	Empat Prespektif Utama CRM.....	21
2.1.2.5	Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	22
2.1.3	Teori Kualitas Pelayanan.....	23
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	23
2.1.3.2	Tantangan Pengukuran Layanan.....	24
2.1.3.3	Peran Teknologi Dalam Kualitas Pelayanan.....	25
2.1.3.4	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.3.5	Indikator Kualitas Pelayanan.....	27
2.2	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Kerangka Konseptual	30
2.4	Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	31

3.1.1 Lokasi Penelitian.....	31
3.1.2 Waktu Penelitian	31
3.2 Jenis dan Sumber Data	31
3.2.1 Jenis Data	31
3.2.2 Sumber Data.....	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	33
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Validitas	35
3.6.2 Uji Reliabilitas	36
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.3.1 Uji Normalitas	36
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas	37
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.6.5 Pengujian Hipotesis	39
3.6.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	39
3.6.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	40
3.7 Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.8 Kontribusi Variabel	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Singkat J&T Express Medan Petisah	42
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
4.2.2.1 Uji Validitas	45
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	49
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	50
4.2.3.1 Uji Normalitas	50
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	52
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.2.5 Pengujian Hipotesis	55
4.2.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	55
4.2.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	57
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.2.7 Kontribusi Variabel	59
4.3 Pembahasan	61
4.3.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kinerja Pelayanan	61
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan	63
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dan Kualitas	

Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan	64
BAB V KESIMPULAN, SARAN AKADEMIS DAN IMPLIKASI	
MANAJERIAL.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	66
5.3 Implikasi Manajerial	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Keluhan dan Jumlah Konsumen J&T Express Medan Petisah Periode 2019-2023	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 3.2 Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	44
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	45
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Customer Relationship Management (X1)	46
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	47
Tabel 4.7 Uji Validitas Kinerja Pelayanan (Y)	48
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	51
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot	52
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Distribusi Responden
Lampiran 3	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Validitas <i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Reliabilitas <i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X ₂)
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X ₂)
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Validitas Kinerja Pelayanan (Y)
Lampiran 9	Hasil Analisis Data Reliabilitas Kinerja Pelayanan (Y)
Lampiran 10	Tabulasi Kuesioner Responden <i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)
Lampiran 11	Tabulasi Kuesioner Responden Kualitas Pelayanan (X ₂)
Lampiran 12	Tabulasi Kuesioner Responden Kinerja Pelayanan (Y)
Lampiran 13	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 14	Hasil Uji Multikolinieritas
Lampiran 15	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 16	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 17	Hasil Uji Signifikansi Parsial
Lampiran 18	Hasil Uji Signifikansi Simultan
Lampiran 19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)
Lampiran 20	Perhitungan Kontribusi Tiap Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat
Lampiran 21	Surat Izin Riset
Lampiran 22	Surat Balasan Riset
Lampiran 23	Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro
Lampiran 24	Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan
Lampiran 25	Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berjalannya waktu, teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan ke seluruh kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu efek yang sangat terlihat adalah pertumbuhan industri e-commerce Indonesia yang semakin pesat. Transaksi e-commerce Indonesia akan mencapai Rp 676 triliun pada tahun 2023 menurut data dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Meningkatnya kebutuhan akan jasa pengiriman barang disebabkan oleh pertumbuhan industri pengiriman telah didorong oleh kemajuan teknologi dan informasi.

Salah satu bisnis yang terus berkembang setiap tahun adalah industri jasa pengiriman barang. Perkembangan industri ini sangat memudahkan proses pendistribusian produk kepada pelanggan atau konsumen, yang menguntungkan bisnis Indonesia. Sejak 2015, PT J&T Express telah berkembang menjadi salah satu pemain utama dalam industri jasa pengiriman. Perusahaan ini mengembangkan sistem pengiriman modern berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks. Salah satu cabang strategisnya berada di Medan Petisah, yang melayani area bisnis dan pemukiman padat di kota Medan.

Dalam hal ini, konsumen memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan layanan terbaik untuk membuat pelanggan setia. Kepuasan pelanggan adalah hal utama yang harus diperhatikan karena pelanggan yang puas dengan program dan layanan cenderung menggunakan layanan perusahaan lagi dan bahkan menyarankan orang lain untuk menggunakannya (Yoan et al., 2025). J&T Express adalah perusahaan jasa yang menawarkan konsumen produk tidak berwujud sambil memperoleh keuntungan. Perusahaan ini menawarkan berbagai layanan kepada pelanggan termasuk kemudahan, kepuasan, dan keamanan.

Kinerja layanan adalah hasil dari layanan yang diterima oleh pelanggan dan penilaian kualitas layanan yang sebenarnya mereka alami. Pelayanan yang baik sangat penting dalam industri ekspedisi, di mana kecepatan, ketepatan waktu, dan keamanan pengiriman menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Hera (2023) menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang tinggi juga berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa ekspedisi.

Kinerja pelayanan adalah indikator keberhasilan perusahaan ekspedisi. J&T Express, berdasarkan laman Top Brand Award, menjadi perusahaan ekspedisi dengan indeks tertinggi sebesar 50,90% pada tahun 2024, mengalami peningkatan signifikan dari 33,30% di tahun sebelumnya. Di sisi lain, perusahaan kurir lain yang berada di jajaran teratas versi Top Brand Award, seperti JNE Express dan Tiki, memiliki indeks masing-masing sebesar 11,50% dan 10,20%. Pos Indonesia berada di urutan keempat dengan indeks 9,40%, sementara DHL melengkapi lima besar

dengan indeks 4,10%. Masalah utama yang masih sering terjadi dalam kinerja pelayanan meliputi keluhan pelanggan mengenai ketepatan waktu.

J&T Express mengalami lonjakan kinerja yang signifikan karena beberapa faktor. Lonjakan ini disebabkan oleh kemampuan J&T untuk memanfaatkan pertumbuhan pesat industri *e-commerce* di Indonesia, menjalin kemitraan strategis dengan berbagai platform *e-commerce* besar, serta meluncurkan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, J&T berhasil membangun citra positif di kalangan konsumen melalui komitmen terhadap kualitas layanan dan inovasi yang berkelanjutan. Mereka juga lebih memahami kebutuhan pasar lokal dibandingkan DHL, yang merupakan perusahaan internasional, sehingga dapat menawarkan solusi yang lebih relevan dan tarif pengiriman yang lebih kompetitif.

Sejak 2015, PT J&T Express telah menerapkan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja pelayanan dan memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik. Penelitian oleh Ibrahim (2021) menunjukkan bahwa *customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Selain CRM, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kinerja pelayanan PT J&T Express. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah bisnis inti yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal serta jaringan eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan nilai bagi pelanggan sasaran dalam rangka mendapat laba (Ilmiah & Muhammadiyah, 2022).

Meskipun telah diterapkan, masih ditemukan adanya kendala seperti sistem *tracking* yang tidak selalu akurat.

Kualitas pelayanan yang baik sangat penting dalam industri ekspedisi, di mana kecepatan, ketepatan waktu, dan keamanan pengiriman menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Erlangga & Prabowo, 2024). Aspek-aspek seperti ketepatan waktu pengiriman, keamanan barang, dan keramahan petugas sering dianggap sebagai indikator kualitas pelayanan. Namun, meskipun kecepatan layanan adalah tolak ukur kinerja yang vital dalam industri ekspedisi, mempertahankan fokus pada variabel kualitas pelayanan sangat penting. Kualitas pelayanan tidak hanya mencakup kecepatan, tetapi juga pengalaman pelanggan secara keseluruhan, yang berdampak langsung pada kinerja pelayanan (Sembiring & Fordian, 2023). Berdasarkan laporan keluhan pelanggan, adanya aspek layanan yang masih memerlukan perbaikan seperti layanan *customer service* yang kurang responsif.

Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan adanya keluhan pelanggan terkait layanan J&T Express Medan Petisah, sistem *tracking* yang tidak selalu akurat, layanan *customer service* yang kurang responsif, dan ketepatan waktu. Data keluhan ini dikumpulkan dari sistem manajemen keluhan internal perusahaan, di mana setiap keluhan pelanggan dicatat dan dianalisis. Selain itu, J&T Express juga memanfaatkan media sosial dan survei kepuasan pelanggan untuk mengidentifikasi area perbaikan. Catatan khusus tentang keluhan memungkinkan perusahaan memantau tren dan melakukan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan.

Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi mendalam terhadap implementasi CRM dan kualitas pelayanan yang diberikan. J&T Express telah melakukan beberapa langkah penting terkait implementasi CRM, mereka mengembangkan sistem teknologi informasi yang terintegrasi mobile dan platform online untuk pelacakan paket secara real time. Selain itu, J&T memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai pentingnya layanan pelanggan dan penggunaan sistem CRM, serta aktif mengumpulkan umpan balik dari pelanggan melalui survei dan media sosial untuk memperbaiki layanan. Berikut ini data jumlah keluhan J&T Express Medan Petisah

Tabel 1.1
Data Jumlah Keluhan dan Jumlah Konsumen J&T Express Medan Petisah Periode 2019-2023

Tahun	Jumlah Keluhan	Jumlah Konsumen
2019	90	900
2020	85	850
2021	100	1000
2022	95	950
2023	80	800

Sumber: J&T Express Medan Petisah, 2023

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa dapat diketahui pada tahun 2019, J&T Express Medan Petisah menerima 90 keluhan, yang mencerminkan tantangan operasional dasar dalam pengiriman. Dengan jumlah konsumen yang diperkirakan mencapai 900, angka keluhan ini menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan dalam kualitas layanan dan proses pengiriman. Pada tahun 2020, jumlah keluhan sedikit turun menjadi 85, menunjukkan adanya upaya peningkatan layanan. Jumlah konsumen juga diperkirakan menjadi 850. Penurunan keluhan ini mencerminkan

respons positif perusahaan terhadap masukan pelanggan, meskipun pandemi COVID-19 mulai memengaruhi operasional dan volume pengiriman. Namun, tahun 2021 mengalami lonjakan keluhan menjadi 100 akibat peningkatan volume pengiriman selama pandemi yang menyebabkan penurunan kualitas layanan. Dengan jumlah konsumen diperkirakan mencapai 1.000.

Lonjakan ini menandakan bahwa banyak pelanggan beralih ke layanan online, tetapi juga menunjukkan tantangan dalam memenuhi permintaan yang meningkat. Keterlambatan pengiriman, masalah dalam sistem tracking yang tidak selalu akurat, dan penurunan respons dari *customer service*. Pelanggan juga melaporkan kekhawatiran terkait keamanan barang selama proses pengiriman. Pada tahun 2022, jumlah keluhan kembali menurun menjadi 95, dengan jumlah konsumen diperkirakan stabil di sekitar 950. Penurunan ini menunjukkan bahwa perusahaan mungkin telah mengambil langkah-langkah perbaikan berdasarkan umpan balik dari pelanggan, meskipun tantangan tetap ada. Di tahun 2023, jumlah keluhan mencapai angka terendah dengan 80 keluhan, sementara jumlah konsumen diperkirakan sekitaran 800. Penurunan keluhan ini mencerminkan peningkatan kepuasan pelanggan dan perbaikan dalam kualitas layanan.

Penurunan kualitas layanan ini mencerminkan tantangan yang dihadapi J&T Express dalam memenuhi harapan pelanggan di tengah meningkatnya permintaan. Pada tahun 2022, keluhan menurun menjadi 95 seiring perusahaan mulai beradaptasi dengan situasi dan memperbaiki operasional. Akhirnya, pada tahun 2023 jumlah keluhan berkurang signifikan menjadi 80, menandakan bahwa

penerapan CRM dan peningkatan kualitas pelayanan telah berhasil mengurangi komplain pelanggan. Seiring dengan perkembangan logistik, pelanggan semakin mengharapkan layanan yang cepat, tepat, dan diandalkan.

Penurunan keluhan pada tahun 2023 menunjukkan bahwa ada perbaikan signifikan dalam operasional dan manajemen keluhan. Hal ini dapat dicapai melalui optimalisasi CRM, yang mencakup peningkatan pengumpulan data pelanggan, penyesuaian komunikasi agar lebih personal, analisis data untuk mengidentifikasi tren, pelatihan staf dalam penggunaan sistem CRM, dan pemanfaatan umpan balik pelanggan. Optimalisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan efisiensi operasional. Selain itu, strategi CRM yang baik memungkinkan perusahaan untuk lebih proaktif memahami kebutuhan pelanggan, mengurangi keluhan, dan meningkatkan loyalitas.

Dengan demikian, latar belakang penelitian ini menekankan pentingnya CRM dan kualitas pelayanan sebagai komponen esensial dalam meningkatkan kinerja pelayanan di J&T Express Medan Petisah. Penggunaan strategi CRM yang tepat memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif dan efisien dalam menangani kebutuhan pelanggan, sementara kualitas pelayanan yang konsisten dapat memperkuat persepsi positif pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Kedua variabel ini diharapkan berkontribusi secara signifikan dalam mengurangi keluhan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan meningkatnya ekspektasi pelanggan dalam era digital, penerapan CRM mencakup tiga aspek utama. Pertama, otomatisasi melalui perangkat lunak,

yang memungkinkan perusahaan untuk secara efisien mengelola interaksi dengan pelanggan, seperti penjadwalan komunikasi dan pengelolaan data kontak. Kedua, analisis data pelanggan yang bertujuan untuk memahami perilaku dan preferensi mereka. Sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi pola pembelian dan segmentasi pelanggan dengan lebih baik. Ketiga, personalisasi pengalaman pelanggan, di mana perusahaan memberikan rekomendasi yang relevan berdasarkan data yang telah dianalisis, sehingga menciptakan interaksi yang lebih berarti dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan (Dinh Vu et al., 2025).

J&T Express telah menerapkan kerangka CRM terkomputerisasi untuk meningkatkan layanan dan pengalaman pelanggan. Contoh penerapannya adalah penggunaan aplikasi seluler yang memungkinkan pelanggan untuk memesan pengiriman, melacak status paket secara real-time, dan mengakses layanan pelanggan dengan mudah. Selain itu, J&T juga menggunakan chatbot di platform digitalnya untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat, sehingga meningkatkan respons layanan. Analisis data pelanggan juga dilakukan untuk mendapatkan desain perilaku, yang membantu dalam merencanakan program loyalitas yang lebih efektif dan kampanye pemasaran.

Berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan Pada PT J&T Express Medan Petisah”**

1.2 Identifikasi Masalah

Bahwa dengan adanya kinerja pelayanan yang disebabkan oleh:

1. Sistem *tracking* yang tidak selalu akurat, sehingga pelanggan sering mengalami kesulitan dalam memantau status pengiriman barang secara real-time.
2. Layanan *customer service* yang kurang responsif, menyebabkan pelanggan merasa kesulitan dalam mendapatkan informasi atau menyelesaikan kendala terkait pengiriman paket.
3. Ketepatan waktu pengiriman yang belum konsisten, di mana beberapa paket mengalami keterlambatan yang tidak diinformasikan sebelumnya kepada pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Setelah masalah ditemukan, penulis membatasi penelitian ini pada Pengaruh *Customer Relationship Management* (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2) pada Kinerja Pelayanan (Y) di PT J&T Express Medan Petisah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express?
3. Apakah *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut ini yaitu:

1. Aspek Teoritis

Dari perspektif akademis, penelitian ini dapat memperluas pengetahuan yang ada tentang *customer relationship management*, kualitas pelayanan

dan kinerja pelayanan. Penelitian ini dapat menambah literatur penting tentang bagaimana variabel-variabel tersebut mempengaruhi kinerja pelayanan. Hal ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang persepsi pelanggan terhadap kinerja pelayanan di suatu perusahaan lainnya.

2. Aspek Praktis

Studi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman PT J&T Express tentang cara meningkatkan kinerja pelayanan mereka. Dengan mengetahui bagaimana *customer relationship management* dan kualitas pelayanan mempengaruhi kinerja pelayanan. PT J&T Express dapat terus belajar untuk mengikuti trend sehingga banyak pelanggan yang datang. Kualitas pelayanan yang terpenuhi juga dapat meningkatkan keinginan pelanggan untuk merekomendasikan PT J&T Express ke orang lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Kinerja Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kinerja Pelayanan

Kinerja pelayanan adalah kemampuan suatu organisasi untuk memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan, berdasarkan aspek seperti kualitas, kecepatan, dan kepuasan. Menurut Hera (2023), *service performance* adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Menurut Putu (2022), dalam industri ekspedisi, kinerja pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui layanan yang baik dan ketepatan waktu pengiriman.

Menurut Silaen (2021), seorang karyawan yang berhasil secara kualitas maupun kuantitas dan melakukan tugasnya sesuai dengan tanggung jawabnya didefinisikan sebagai kinerja. Menurut Puteri (2022), kinerja pelayanan adalah kemampuan organisasi untuk memberikan layanan yang memenuhi harapan masyarakat, dengan fokus pada efisiensi, efektivitas, dan responsivitas dalam proses pelayanan. Menurut Mulasari & Suratman (2020), kinerja adalah hasil yang dihasilkan oleh karyawan yang memulai pekerjaan mereka pada waktu tertentu sesuai dengan peraturan perusahaan.

Berdasarkan pendapat menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting kinerja pelayanan adalah dimana suatu organisasi dapat memberikan layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

2.1.1.2 Manfaat Penilaian Kinerja Pelayanan

Dalam suatu organisasi, penilaian kinerja sangat penting, terutama untuk memastikan bahwa setiap pekerja dapat bekerja secara optimal untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Silaen (2021), terdapat beberapa manfaat dari penilaian kinerja, di antaranya:

1. Perbaikan Kinerja

Penilaian kinerja dapat digunakan oleh manajer, departemen SDM, dan karyawan sebagai sarana untuk memperbaiki kinerja mereka sendiri.

2. Penyesuaian Kompensasi

Para pengambil keputusan dapat menggunakan penilaian kinerja untuk menentukan upah, bonus, dan berbagai kompensansi lainnya.

3. Keputusan Penempatan

Proses promosi, transfer, dan penurunan posisi juga dapat didasarkan pada penilaian kinerja.

4. Kebutuhan Pelatihan dan Pengembangan

Hendaknya setiap karyawan mampu mengembangkan diri karena kinerja yang buruk menunjukkan bahwa karyawan membutuhkan pelatihan dan pengembangan.

5. Program Pengembangan Karir

Umpan balik kinerja dapat membantu proses pengambilan keputusan tentang kekhususan karir karyawan.

6. Penyimpangan Proses *Staffing*

Proses pengadaan karyawan di perusahaan atau organisasi dapat menunjukkan kekuatan dan kelemahan.

7. Ketidakakuratan Informasi

Penilaian kinerja yang buruk dapat diukur dengan data rencana SDM, informasi analisis pekerjaan, atau hal-hal yang berkaitan dengan sistem manajemen sumber daya manusia.

8. Kesalahan Rancangan Pekerjaan

Penilaian kinerja yang buruk menunjukkan rancangan pekerjaan yang salah.

9. Kesempatan Kerja yang Sama

Jika penilaian kinerja dilakukan dengan benar, keputusan tentang penempatan internal dapat dilaksanakan tanpa adanya konsekuensi.

10. Tantangan Eksternal

Faktor di luar lingkungan kerja, seperti keadaan kesehatan dan keuangan, dapat memengaruhi penilaian kinerja.

2.1.1.3 Tahapan Manajemen Kinerja Pelayanan

Proses yang disebut sebagai manajemen kinerja pelayanan bertujuan untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan standar yang telah

ditetapkan oleh organisasi. Menurut Silaen (2021), tahapan dalam manajemen kinerja pelayanan meliputi:

1. Perencanaan Kinerja

Menetapkan harapan kinerja, tujuan bagi kelompok dan individu untuk mencapai tujuan organisasi, adalah bagian dari perencanaan kinerja untuk memastikan bahwa organisasi berjalan dengan baik. Apa yang menjadi sasaran dan bagaimana mencapainya dapat membantu menentukan tingkat kinerja.

2. Pengelolaan Kinerja

Jika rencana kinerja dapat diterapkan, hasil akan dicapai. Manajer harus mendukung karyawan untuk berkomitmen terhadap rencana tersebut, menyesuaikan target dan prioritas perusahaan, dan memberikan pelatihan dan pengembangan. Pada tahap ini, setiap orang bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan.

3. Evaluasi Kerja

Penilaian kinerja terdiri dari pencapaian kinerja dan hasil yang digunakan sebagai umpan balik. Penilaian kinerja dilakukan secara objektif berdasarkan hasil evaluasi yang melibatkan berbagai pihak.

4. *Reward dan Punishment*

Jika organisasi ingin mendorong kinerja karyawannya, mereka dapat memberikan penghargaan atau hukuman setelah melihat hasil kinerja mereka.

2.1.1.4 Faktor Mempengaruhi Kinerja Pelayanan

Kinerja pelayanan dalam suatu organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat menentukan efektivitas dan efisiensi dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Menurut Harahap (2023), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja pelayanan, antara lain:

1. **Iklm Organisasi**

Konfigurasi sikap, persepsi, emosi, dan perilaku individu yang berpartisipasi dalam suatu organisasi yang mengungkapkan prinsip, dan nilai-nilai utama dikenal sebagai iklim organisasi.

2. **Disiplin Kerja**

Sangat tingginya kesadaran pegawai untuk mematuhi aturan dan tata tertib yang berlaku adalah tanda disiplin kerja yang baik.

3. **Reward System**

Reward digunakan sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan karyawan dan mencapai titik kualitas diri yang terbaik. Secara keseluruhan, reward akan menjadi acuan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengembangan diri, yang pada gilirannya akan menghasilkan peningkatan kinerja yang berdampak pada perusahaan.

4. **Kompetensi Pegawai**

Faktor penting yang harus dimiliki oleh setiap karyawan saat melakukan tugasnya adalah kompetensi. Dengan memiliki kompetensi, karyawan dapat menyelesaikan tugas sesuai dengan target yang telah ditentukan.

2.1.1.5 Indikator Kinerja Pelayanan

Menurut Mulasari & Suratman (2020), kinerja pelayanan mempunyai indikator-indikator kinerja yaitu:

1. **Kualitas Kerja**

Kualitas kerja diukur berdasarkan seberapa baik pekerja memenuhi standar organisasi.

2. **Kuantitas Kerja**

Kuantitas kerja adalah jumlah pekerjaan atau tugas yang dapat diselesaikan oleh seorang pekerja dalam jangka waktu tertentu.

3. **Pelaksanaan Tugas**

Sejauh mana pegawai menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku disebut pelaksanaan tugas.

4. **Tanggung Jawab**

Tanggung jawab mencerminkan kesadaran dan komitmen pegawai terhadap tugas yang diemban.

2.1.2 Teori Tentang *Customer Relationship Management*

2.1.2.1 Pengertian *Customer Relationship Management*

Customer Relationship Management (CRM) adalah pendekatan strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola interaksi dan hubungan dengan pelanggan, baik yang sudah ada maupun calon pelanggan. Menurut Akbar (2021), CRM adalah sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk

merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas prapenjualan dan pascapenjualan dalam sebuah organisasi usaha. Menurut Rahmawati (2019), *customer relationship management* adalah proses keseluruhan untuk membangun dan menjaga hubungan dengan konsumen melalui pemberian nilai konsumen superior dan kepuasan konsumen. Menurut Asraini (2019), *customer relationship management* (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan.

Menurut Santoso & Maiistriyati (2021), CRM didefinisikan salah satu bentuk aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk mengelola hubungan korporasi dan pelanggan pada level bisnis sehingga dapat memaksimalkan komunikasi, pemasaran melalui pengelolaan berbagai kontak yang berbeda dengan pelanggan. Menurut Siagian dkk (2021), CRM merupakan strategi bisnis yang terdiri dari software dan layanan yang didesain untuk meningkatkan keuntungan (*profit*), pendapatan (*revenue*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dengan cara membantu berbagai bentuk perusahaan untuk mengidentifikasi pelanggannya dengan tepat, memperoleh lebih banyak pelanggan dengan lebih cepat, dan mempertahankan kesetiaan pelanggannya.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *customer relationship management* adalah suatu pendekatan pelayanan kepada pelanggan yang berfokus pada pembangunan jangka panjang dan hubungan pelanggan yang berkelanjutan.

2.1.2.2 Komponen Utama CRM

Customer Relationship Management atau manajemen hubungan pelanggan memiliki tiga komponen penting di dalamnya, yaitu:

1. Manajemen (*Management*)

CRM harus berkonsentrasi pada pengelolaan dan peningkatan hubungan nyata dengan pelanggan dalam jangka panjang. CRM membantu perusahaan untuk memahami nilai yang diperoleh dari membangun hubungan yang solid dan bagaimana hubungan tersebut membantu perusahaan memperoleh keunggulan.

2. Hubungan (*Relationship*)

Dalam membangun *Relationship* (hubungan) dengan pelanggan, perusahaan harus memahami mata rantai yang menghubungkan perusahaan dengan pelanggannya yaitu komunikasi dua arah. Tujuan dari hubungan dengan pelanggan adalah kepuasan jangka panjang yang melampaui transaksi individual. Arena hubungan yang mengimplikasikan loyalitas, emosi dan perasaan positif terhadap sesuatu atau seseorang.

3. Pelanggan (*Customer*)

Untuk komponen pelanggan atau *customer* merupakan semua pihak yang akan, sedang, maupun pernah menggunakan jasa sebuah perusahaan. Baik itu dalam proses melihat melakukan transaksi, maupun perbaikan (maintenance) (Akbar, 2021).

2.1.2.3 Peran Penting CRM Dalam Perusahaan

Customer Relationship Management (CRM) memiliki peran penting dalam perusahaan, terutama dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Berikut ini adalah beberapa keuntungan yang bisa didapat dari CRM, yaitu:

1. **Loyalitas Pelanggan**

Keberhasilan dari suatu bisnis tergantung dari jumlah pelanggan yang didapatkan. Persaingan bisnis saat ini sangatlah ketat, sehingga organisasi dituntut untuk mampu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk. Upaya ini salah satunya bisa dilakukan melalui CRM. Pada dasarnya, target utama dari CRM adalah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. **Efektivitas Biaya dan Pendapatan**

Melalui CRM, setiap produk yang ingin dijual bisa secara otomatis dikampanyekan. CRM juga bisa melakukan pelayanan dengan cepat dan mudah, bahkan bisa mengetahui kebutuhan pelanggan secara spesifik.

3. **Menambah Pendapatan**

CRM juga mampu meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal itu dikarenakan CRM mampu melakukan pelayanan secara global melalui website, sehingga pendapatan dari penjualan pun akan meningkat karena bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan mudah. (Akbar, 2021)

2.1.2.4 Empat Prespektif Utama CRM

Customer Relationship Management (CRM) memiliki beberapa tipe yang dikembangkan berdasarkan karakteristik dan tujuan penerapannya dalam perusahaan. Setiap tipe CRM memiliki pendekatan yang berbeda dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, tergantung pada strategi bisnis dan kebutuhan perusahaan. Pada dasarnya ada 4 tipe utama CRM berdasarkan karakteristiknya, yaitu:

1. *Strategic CRM*

CRM Strategis difokuskan pada pengembangan budaya bisnis berorientasi pelanggan (*customer-centric*). Budaya ini didekasikan untuk menang dan mempertahankan pelanggan dengan menciptakan dan memberikan nilai yang lebih baik dibanding pesaing.

2. *Operasional CRM*

CRM operasional mengotomasisasi dan meningkatkan proses bisnis yang dihadapi pelanggan dan mendukung pelanggan. Aplikasi perangkat lunak CRM memungkinkan fungsi pemasaran, penjualan, dan layanan menjadi otomatis dan terintegrasi.

3. *Analytical CRM*

CRM analitik berkaitan dengan mendapatkan, menyimpan, mengekstrak, mengintegrasikan, memproses, menafsirkan, mendistribusikan, menggunakan, dan melaporkan data terkait pelanggan untuk meningkatkan nilai pelanggan dan perusahaan.

4. Kolaboratif CRM

CRM kolaboratif adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan strategi dan taktis penyelarasan perusahaan yang biasanya terpisah dalam rantai pasokan untuk identifikasi, daya tarik, retensi dan pengembangan yang lebih menguntungkan pelanggan (Akbar, 2021).

2.1.2.5 Indikator *Customer Relationship Management*

Menurut Asraini (2019), indikator dari *customer relationship management* (CRM), yaitu:

1. Teknologi

Teknologi yang mendukung CRM. Dengan adanya teknologi, interaksi dengan pelanggan dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti aplikasi mobile, email, chatbot, dan media sosial.

2. Proses

Proses yang digunakan perusahaan untuk mengakses dan berinteraksi dengan pelanggan mereka dalam mengejar nilai baru dan kepuasan timbal balik.

3. Pengetahuan dan Pemahaman

Pendekatan yang digunakan perusahaan untuk menambah nilai pada data pelanggan, sehingga mereka memperoleh pengetahuan dan wawasan yang diperlukan untuk memperdalam suatu hubungan.

4. Orang (Sumber Daya Manusia)

Keterampilan, kemampuan dan sikap orang-orang yang mengelola CRM.

2.1.3 Teori Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang lebih profesional menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, sekaligus mendukung terhadap pelanggan dalam membeli suatu barang. Para manajer masa kini dituntut untuk meningkatkan dan mengedepankan kualitas sebagai prioritas utama, sehingga setiap usaha bisnis tidak punya pilihan lain kecuali menjalankan konsep kualitas yang lebih profesional dan berkesinambungan. Menurut Nasution (2021), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Richadinata (2024), kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Sulaeman (2021), kualitas pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan. Menurut Pramezwary (2021), kualitas pelayanan merupakan sebuah penilaian tentang kehandalan dan superioritas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang

dilakukan oleh perusahaan guna untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut Situmorang & Hendrian (2019), kualitas pelayanan didefenisikan sebagai keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat oleh konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan atau *service quality* merupakan sebuah tingkat keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen pelanggan atau penerima layanan dengan tujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

2.1.3.2 Tantangan Pengukuran Layanan

Jika dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas layanan jauh lebih sulit untuk didefenisikan, dijelaskan, dan diukur.

Menurut Tjiptono & Chandra (2020), terdapat tiga hal yang menjadi tantangan dalam pelayanan, yaitu:

1. Kualitas layanan merupakan sikap atau penilaian global terhadap superioritas sebuah layanan.
2. Kualitas layanan berbeda dengan kepuasan pelanggan.
3. Dimensi kualitas layanan *offline* dan *online* berada.

2.1.3.3 Peran Teknologi Dalam Kualitas Pelayanan

Menurut Richadinata (2024), berikut beberapa poin penting tentang peran teknologi dalam kualitas pelayanan, yaitu:

1. **Respon Instan**

Layanan pelanggan melalui chatbot atau platform online dapat memberikan respon instan 24/7 kepada pelanggan. Ini sangat bermanfaat dalam menangani pertanyaan sederhana atau permintaan cepat tanpa harus menunggu lama.

2. **Skalabilitas**

Teknologi memungkinkan organisasi untuk menangani jumlah pelanggan yang lebih besar dengan lebih efisien. Ini dapat membantu dalam menghadapi lonjakan permintaan selama periode sibuk atau promosi.

3. **Analisis Data**

Teknologi dapat digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan dengan lebih baik. Hal ini memungkinkan organisasi untuk memahami preferensi, kecenderungan, dan masalah yang umum dihadapi pelanggan.

4. **Personalisasi**

Sistem berbasis teknologi dapat digunakan untuk memberikan pengalaman yang lebih dipersonalisasi kepada pelanggan. Ini mencakup memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan dan mengingat detail pribadi mereka.

5. Penghematan Biaya

Dengan mengotomatiskan beberapa aspek layanan pelanggan, organisasi dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi.

2.1.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Zaid (2021), dimensi kualitas pelayanan terdiri dari:

1. Penyesuaian (*Conformance*)

Standar kualitas untuk berbagai proses dan operasi diperlukan untuk penyesuaian. Tujuannya adalah untuk mengurangi kesalahan, membuat alur kerja lebih aman.

2. Ekspektasi Pelanggan

Expectation dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kendali manajemen, seperti pengalaman pelanggan sebelumnya, dari mulut ke mulut, dan perilaku pesaing kerja. Kinerja yang berulang kali, atau dengan cara tertentu, gagal memenuhi harapan pelanggan adalah sinyal yang jelas bagi manajemen bahwa perbaikan diperlukan.

3. Persepsi Pasar

Dimensi ketiga kualitas pelayanan adalah evaluasi persepsi pasar terhadap pesaing. Perusahaan menyadari bahwa mereka memiliki pesaing di luar perusahaan lain.

2.1.3.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Sulaeman (2021), Terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi, administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya.
2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kesanggupan untuk membantu menyediakan secara cepat dan tepat serta tanggap keinginan pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan dan memberikan rasa aman, serta keramahan dan sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan.
5. Empati (*Empathy*)

Untuk mengukur kemampuan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan karyawan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dr. Golan Hasan, dkk (2023) Jurnal Minfo Polgan E-ISSN: 2797-3298, Vol.12, No. 2 https://doi.org/10.55208/aj.v4i2 SINTA 5 Batam	Dampak <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kinerja Perusahaan di Tiga Segmen (Keuangan, Pemasaran dan Operasional)	Independen X_1 =Penerapan CRM Dependen Y =Kinerja Perusahaan	Hasil menunjukkan baik secara parsial maupun simultan Penerapan CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan
2	Monang Hutabarat, dkk (2023) Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMSTRANSLOG) E-ISSN: 2442-3149, Vol. 10, No. 2 http://dx.doi.org/10.54324/j.mtl.v10i2.1097 SINTA 4 Jakarta	Pengendalian Persediaan dan Waktu Tunggu Pengiriman Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Online Store di Jakarta	Independen X_1 =Pengendalian Persediaan X_2 =Waktu Tunggu Pengiriman Dependen Y_1 =Kualitas Pelayanan Y_2 =Kinerja Karyawan	Hasil menunjukkan Pengendalian Persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan, Waktu Tunggu Pengiriman berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan
3	Vicente Guerola-Navarro, dkk (2021) Economic Research – Ekonomiska Istraživanja E-ISSN: 2669-2691, Vol. 34, No. 1 https://dx.doi.org/10.1080/1331677X.2020.1836992	<i>Research Model for Measuring the Impact of Customer Relationship Management (CRM) on Performance Indicators</i>	Independen X_1 =CRM Practices Dependen Y =Firm Performance	Hasil menunjukkan bahwa CRM Practices berpengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Performance

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	SCOPUS Valencia			
4.	Mora (2024) Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA E-ISSN: 1981-982X, Vol. 18, No. 7 https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-055 SCOPUS Miami	<i>The Influence of Service Quality, Customer Relationship Management (CRM), and Image on Patient Satisfaction and Service Marketing Performance at a Type B Private Hospital in Makassar</i>	Independen $X_1 = \text{Service Quality}$ $X_2 = \text{CRM}$ Dependen $Y_1 = \text{Patient Satisfaction}$ $Y_2 = \text{Service Marketing Performance}$	Hasil menunjukkan bahwa <i>Service Quality</i> dan CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Patient Satisfaction</i> dan <i>Service Marketing Performance</i>
5.	Fathey Mohammed (2024) IJIM: International Journal of Information Management Data Insights ISSN: 2667-0968, Vol. 4, No. 2 https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100248 SCOPUS Amsterdam	<i>An Empirical Evidence on the Impact of Social Customer Relationship Management on the Small and Medium Enterprises Performance</i>	Independen $X = \text{Social Customer Relationship Management}$ Dependen $Y = \text{Performance of Small and Medium Enterprises}$	Hasil menunjukkan secara parsial <i>Social Customer Relationship Management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Performance of Small and Medium Enterprises</i>
6.	Lalu Edy Herman (2021) Journal of Relationship Marketing E-ISSN: 1533-2675, Vol. 20, No. 1 https://doi.org/10.1080/15332667.2019.1688600 SCOPUS Mataram	<i>Electronic Customer Relationship Management and Company Performance: Exploring the Product Innovativeness Development</i>	Independen $X = \text{Electronic Customer Relationship Management (e-CRM)}$ Dependen $Y = \text{Company Performance}$	Hasil menunjukkan baik secara parsial maupun simultan <i>Electronic Customer Relationship Management (e-CRM)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Company Performance</i> melalui <i>Product Innovativeness Development</i>

Sumber: Data Diolah, 2025

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

H₁

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini:

H₁: Terdapat Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah.

H₂: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah

H₃: Terdapat Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah J&T Express yang beralamat di Jl. Sekip No. 92a, Sei Putih Tim. I, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20118.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari sampai dengan Mei 2025.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Data penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sujarweni (2020), Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran), pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Pada pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah: sumber data primer yaitu: hasil jawaban responden atas kuesioner, wawancara, dan sumber data sekunder yaitu: studi dokumentasi dan studi pustaka

1. Data primer

Adalah berarti peneliti mengumpulkan informasi baru yang mungkin dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner, melakukan interview secara personal menggunakan konten analisis untuk publikasi dokumen, atau melakukan eksperimen (Sujarweni, 2022).

2. Data sekunder

Kebanyakan didapat dari sumber-sumber yang publikasi yang sudah ada. Dengan publikasi yang sudah ada ini maka peneliti harus lebih peduli dalam melaporkan semua sumber data yang digunakan dalam laporan (Sujarweni, 2022).

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Sujarweni & Utami (2019) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di J&T Express Medan Petisah.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah jumlah responden yang di pilih oleh peneliti dengan berbagai metode yang akan dijadikan sebagai responden atau mewakili populasi dalam penelitian. Metode penarikan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode Heir dengan rumus: jumlah indikator x 10. (Hair et al, 2019)

Alasan peneliti untuk menggunakan metode ini adalah karena peneliti tidak dapat mengetahui dengan pasti berapa jumlah populasi secara akurat. Berikut adalah hasil perhitungan sampel menurut metode Heir.

$$\text{Jumlah responden} = 13 \times 10 = 130 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka peneliti menggunakan 130 orang sebagai responden di dalam penelitian ini.

3.4 Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional masing-masing variabel dapat disajikan pada tabel

3.1 berikut:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
<i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)	<i>Customer Relationship Management</i> (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan.	1. Teknologi 2. Proses 3. Pengetahuan dan pemahaman 4. Orang (Sumber Daya Manusia) Asraini (2019)	<i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka	1. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	<i>Likert</i>

(X ₂)	memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan.	3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) Sulaeman (2021)	
Kinerja Pelayanan (Y)	Kinerja pelayanan merupakan perolehan hasil dari diri karyawan untuk memulai bekerja dengan waktu tertentu sesuai dengan kewajiban peraturan dari perusahaan.	1. Kualitas Kerja 2. Kuantitas Kerja 3. Pelaksanaan Tugas 4. Tanggung Jawab Mulasari & Suratman (2020)	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam penelitian. Menurut Riyanto & Tunjungsari (2020), ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengumpulkan data yaitu:

1. Observasi

Pengumpulan data secara langsung pada subjek penelitian disebut observasi. Observasi ini tidak hanya dapat dilakukan melalui kuesioner, tetapi juga dapat dilakukan melalui buku, gambar, video, dan media lainnya.

2. Dokumentasi

Data yang dikumpulkan dari kejadian historis disebut dokumentasi, teks tertulis, gambar, karya seni, hasil observasi atau wawancara, dan lainnya, semuanya dapat digunakan sebagai data dokumentasi.

3. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan sesi tanya jawab secara langsung antara peneliti, narasumber, dan pengumpul data (enumerator).

4. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana partisipan diberikan daftar pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab. Survey dapat dilakukan secara online (misalnya, Google Formulir) atau dalam bentuk cetak.

Berdasarkan pendapat Hatmawan & Riyanto (2020), skala *likert* merupakan model skala yang banyak digunakan penelitian dalam mengukur sikap, pendapat, persepsi, atau fenomena sosial lainnya. Skala *likert* yang sering digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Pilihan	Skala Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Hatmawan & Riyanto (2020)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2020), uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas diukur dengan nilai r . Kriteria dalam uji validitas yaitu:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = butir pertanyaan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = butir pertanyaan tidak valid

Cara mencari r_{tabel} adalah dengan melihat nilai r pada tabel distribusi r

dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 5%.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2020), reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah terdapat kesamaan data pada waktu yang berbeda. Reliabilitas diukur dengan koefisien *alpha cronbach's*.

Kriteria uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika *alpha cronbach's* $> 0,70$ maka reliabel
2. Jika *alpha cronbach's* $< 0,70$ maka tidak reliabel

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Sujarweni (2020), uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data, yang artinya sebelum kita melakukan uji analisis seperti uji signifikan atau uji hubungan, data yang kita punya harus diuji dulu kenormalannya. Atau secara singkat uji normalitas untuk melihat apakah data yang kita miliki terdistribusi normal atau tidak.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan 3 cara, yaitu dengan cara melihat grafik PP-Plot, melihat nilai *Kolmogorov-Smirnov*, dan juga dengan cara melihat

nilai *skewness* dan standar *error*-nya. Berikut adalah kriteria untuk setiap cara:

1. Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov disebut data dalam variabel berdistribusi normal jika:
 - a. Nilai Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
 - b. Nilai Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal
2. Uji normalitas dengan PP-Plot disebut data dalam variabel berdistribusi normal jika terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal.
3. Uji normalitas dengan histogram, disebut data dalam variabel berdistribusi normal jika gambar grafik histogram membentuk pola lonceng.
4. Uji normalitas dengan *skewness* dan kurtosis, disebut data dalam variabel berdistribusi normal jika nilai rasio *skewness* dan kurtosis masih berada diantara (-2) sampai dengan 2.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Sujarweni (2020), uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antarvariabel independen dalam suatu model. Kemiripan antarvariabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat/tinggi di antara variabel independen. Cara yang

digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflation Factor/VIF*). Kriteria dalam pengujian ini adalah jika nilai *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) yang dihasilkan diantara 1-10, maka tidak terjadi multikolinieritas. (Situmorang, 2024)

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain, apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian scatterplots dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui bagaimana perubahan pada variabel independen mempengaruhi variabel dependen yang dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kinerja Pelayanan (*dependent variabel*)
- X₁ = Customer Relationship Management (*independent variabel*)
- X₂ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)
- a = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji parsial (t) yaitu untuk mengetahui pengaruh dari variable independent terhadap variable dependen secara parsial. Uji t digunakan pada penelitian yang memiliki satu atau lebih variabel independen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} (Situmorang, 2024b).

Berikut ini kriteria penilaian uji t:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen yang diuji memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini perbandingan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} akan dilakukan pada tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05.

3.6.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji simultan (F) yaitu untuk mengetahui pengaruh dari variable independent terhadap variable dependen secara simultan. Uji F digunakan pada penelitian yang memiliki dua variabel independen atau lebih. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} (Situmorang, 2024b). Berikut ini kriteria penilaian pada uji F:

- a. Jika $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$ maka variabel independen yang diuji memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$ maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini perbandingan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} akan dilakukan pada tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05.

3.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2020), koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat besarnya hubungan yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai *R Square* (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel.

3.8 Kontribusi Variabel

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN AKADEMIS DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka peneliti membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Hasil uji-t menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah.
2. Hasil uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah.
3. Hasil uji-F menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah.

5.2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah:

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kinerja Pelayanan pada PT

J&T Express Medan Petisah selain variabel *Customer Relationship*

Management (CRM) dan Kualitas Pelayanan.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari beberapa konsumen saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh perusahaan pengiriman barang yang ada di Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 130 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3. Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada PT J&T Express Medan Petisah sebagai berikut:

1. *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT J&T Express Medan Petisah perlu diperhatikan, sehingga PT J&T Express Medan Petisah harus memperhatikan:
 - a. PT J&T Express Medan Petisah disarankan agar mempertahankan

karyawan yang memiliki keterampilan dalam menjalankan tugasnya, karena hal ini menjadi salah satu kekuatan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

- b. PT J&T Express Medan Petisah disarankan meningkatkan respons dan efektivitas dalam menangani keluhan pelanggan agar hubungan dengan konsumen tetap terjaga dengan baik.
2. Kualitas Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah perlu diperhatikan, sehingga PT J&T Express Medan Petisah harus memperhatikan:
 - a. PT J&T Express Medan Petisah disarankan untuk mempertahankan penampilan karyawan yang rapi dan profesional terhadap kualitas pelayanan kepada pelanggan.
 - b. PT J&T Express Medan Petisah disarankan agar meningkatkan jaminan barang selama proses pengiriman agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga.
3. Kinerja Pelayanan pada PT J&T Express Medan Petisah perlu diperhatikan, sehingga PT J&T Express Medan Petisah harus memperhatikan:
 - a. PT J&T Express Medan Petisah disarankan untuk mempertahankan karyawan yang dapat diandalkan dalam menjalankan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya agar kinerja pelayanan tetap maksimal.
 - b. PT J&T Express Medan Petisah disarankan meningkatkan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan jumlah pengiriman yang tinggi setiap harinya agar kinerja pelayanan tidak menurun.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, F. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Mahardhika*, 22(2), 271-27
- Afrida, F., & Setyorini, D. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Green Innovation Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Sustainable Accounting Sebagai Variabel Moderating. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 10(2), 221-233.
- Afrida, F., Nasution, L. E., Setyorini, D., Harahap, D. S., Sihombing, I. R., & Simbolon, D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Quizizz sebagai Media Pembantu Guru dalam Pembuatan Soal Pilihan Berganda pada Guru-guru di SMKS Budi Agung Medan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(08), 698-704.
- Afrizal, A., Marliyah, M., & Fuadi, F. (2021). Analisis Terhadap Cryptocurrency (Perspektif Mata Uang, Hukum, Ekonomi Dan Syariah). *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 13-41.
- Afrizal, S. S., & Sugianto.(2022). Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *Jurnal EMT Kita*, 6(1), 147-157.
- Alfiana, A., Loo, P., Judijanto, L., Rakinaung, J. C., & Durya, N. P. M. A. (2024). Analysis Of The Effect Of Macroeconomic Variables On Returns Of Mutual Fund Shares Traded At State Owned Bank. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 223-228.
- Bukit, N., Siagian, S. H., & Nainggolan, S. G. V. (2023). Effect of Current Ratio and Activity Ratio on Profitability in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (2018-2021). *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 603-608.
- Chusumastuti, D., Elisabeth, C. R., Nurali, N., Suryadharma, M., & Sinaga, H. D. E. (2023). Gangguan digital dan transformasi ekonomi: menganalisis dampak e-commerce terhadap industri tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 173-185.
- Darmawati, D., Hidayah, Y., Tarigan, E., Amril, A., & Loo, P. (2023). Pengaruh Prestasi Kerja, Jabatan Kerja, Kepemimpinan Transformatif, Kepedulian Lingkungan dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Guru SMA di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(3), 745-771.
- Gultom, P., Januarty, W., & Tiofanny, C. (2025). Studi Literatur: Pengembangan Talenta Digital untuk Transformasi Digital di Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 1-13.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Hek, T. K., & Angeline, V. (2020). Analisis Pengaruh Return On Asset, Current Ratio, Debt To Equity, dan Total Asses Turnover Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI pada Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 8(6).
- Hek, T. K., & Gani, P. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Pajak PBB di Kecamatan Patumbak. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1001-1006.

- Hek, T. K., Pardede, S. L. A., & Pangestu, Y. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 9(3).
- Hutabarat, M. I., Firmansyah, E., Sitompul, S., Loo, P., Harahap, N. D., & Zai, F. Y. (2022). Meningkatkan Kesadaran Kaum Muda dengan Memahami Penghasilan Tidak Kena Pajak bagi Siswa SMA Swasta Indonesia Membangun Medan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 40-48.
- Irawati, N., Sinaga, H. D., & Siddik, M. (2018). PEMBELAJARAN TEKNOLOGI KOMPUTER BIDANG PERKANTORAN BAGI PERANGKAT DESA DI KECAMATAN BUNTU PANE. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(2), 19-22.
- Kaseng, A., Tamba, I. F. U., Hou, A., Nainggolan, S. G., & Tambunan, D. (2024). Dampak Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UKM. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 8464-8475.
- Loo, P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kesehatan terhadap kepuasan pasien BPJS pada RS. Insani Stabat. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(1), 1.
- Loo, P. (2021). Pengaruh Pengawasan, Kepuasan Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pada Hotel Grand Aston Medan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1).
- Loo, P., & Kristina, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68-78.
- Loo, P., & Marpaung, L. W. (2024). Workshop Suply Chain Manajemen Untuk Meningkatkan Efisiensi Bisnis Dengan Menggunakan Aplikasi Moonsonsim Di SMA Wiyata Dharma. *Jurnal TUNAS*, 5(2), 93-97.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Loo, P., Novilia, F., Raharjo, T. B., Semmawi, R., & Abas, A. J. (2024). The Influence Of Shopping Lifestyle On Impulse Buying Behavior With Positive Emotion As A Moderating Variable. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1526-1534.
- Loo, P., Situmorang, I. R., Simarmata, A., & Nainggolan, S. G. (2023). Sosialisasi Cara Sehat Mengelola Keuangan Keluarga Kepada Para Ibu di GKPI Jemaat Khusus Teladan. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 2(02), 66-72.
- Majid, M. S. A., Marliyah, M., Handayani, R., Fuadi, F., & Afrizal, A. (2022). A study of literature: Cryptocurrency of Syariah perspective. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 2(1), 93-102.
- Muhajir, A., Sinaga, H. D. E., Utami, E. Y., Karo-karo, A. P., & Triadi, D. (2024). Pengaruh Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Penerimaan Pasar pada Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 103–114. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.368>

- Nadia, C., Hambali, H., & Sinaga, H. D. E. (2022). IMPLEMENTATION GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS IN UMKM MAPPING IN THE BATU BATU REGENCY. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 3(4), 969-974.
- Nainggolan, S. G. (2019). Sistem Informasi Akuntansi Kredit Konsumtif CV. Multi Global Perkasa. *Jatilima*, 1(2), 22-32.
- Nainggolan, S. G. V., & Simarmata, A. M. (2023). PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA UNTUK UMKM. *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 20-25.
- Nainggolan, S. G., & Bukit, N. (2023). Pengaruh Kinerja Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan PT. Industri Karet Deli Periode 2009-2021. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(02), 71-77.
- Nicholas, N., Sinaga, H. D. E., & Rezeki, S. (2023). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGETAHUAN TEKNOLOGI, KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNA MOBILE BANKING DENGAN MEDIASI ANIMO TRANSAKSI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 724-740.
- Nurdiani, T. W., Anas, M., Afrizal, A., & Sulistiana, I. (2023). The impact of data volume and analytical complexity in Big Data technology on financial performance prediction in financial companies in Indonesia. *The ES Accounting And Finance*, 2(01), 64-76.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Putri, C. S., Sembiring, M. A., & Sinaga, H. D. E. (2022). Skin Disease Detection Expert System Using Naive Bayes Classifier Method. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 9(1), 91-96.
- Sari, N. L., Saputra, H., & Sinaga, H. D. E. (2021). Implementasi Supply Chain Management Berbasis Web Untuk Pengelolaan Stok Dan Distribusi Spare Part Handphone Pada Erwin Ponsel. *J-Com (Journal of Computer)*, 1(2), 103-108.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. (2020). Pengembangan Kemampuan Guru dalam Menjalankan PJJ Menggunakan Teknologi Dan Media Pembelajaran Daring. *Jurnal Anadara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 381-387.
- Sibuea, D. N., Simorangkir, E. N., & Wahyuni, P. (2023). Pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan, ROA, current ratio dan total asset turnover terhadap struktur modal pada perusahaan property & real estate di BEI tahun 2019-2021. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5292-5306.

- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Pengembangan media pembelajaran ular tangga aljabar siswa sekolah dasar. *Jurnal Education and Development*, 6(2), 9-9.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Peningkatan Kemampuan Matematika Siswa Sekolah Dasar Melalui Media Pembelajaran Ular Tangga Aljabar. *Jurnal Mathematics Paedagogic*, 3(1), 25-30.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). Analisis perilaku minat wisatawan berkunjung kembali ke pulau samosir. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *Journal of Science and Social Research*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Melirik Hidroponik Sayuran Segar Skala Rumah Tangga Sebagai Peluang Usaha. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(1), 29-33.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Perbandingan double moving average dengan double exponential smoothing pada peramalan bahan medis habis pakai. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 4(2), 197-204.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2022). Penerapan Trend Moment Untuk Meramalkan Penjualan Produksi Kelapa Sawit Di Kebun Buntu Pane, Kabupaten Asahan. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 6(2), 601-614.
- Sinaga, H. D. E., & Latiffani, C. (2019). Motivasi Dan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Perekonomian Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Sendang Sari Kec. Kisaran Barat. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(1), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina, S. (2024). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science and Social Research*, 7(1), 38-43.
- Sinaga, H. D. E., Hutahaean, J., & Siagian, Y. (2020). Kreatif, indah dan berpeluang bisnis lewat Kokedama. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(3).
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Sinaga, H. D. E., Lazuardi, D., & Wangsa, F. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1656-1663.
- Sinaga, H. D. E., Piliang, R., & Anggraeni, D. (2022). Belajar Membuat Grafik Linier Sederhana Bagi Siswa SMA Panti Budaya Kisaran. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(3), 139-144.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Manik, D. (2022). Pemanfaatan Tumbuhan Melalui Edukasi Ecoprint Yang Ramah Lingkungan Di Kecamatan Air Joman. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(3), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Syah, A. Z. (2021). Mengembangkan Kreativitas Ibu-ibu Dharma Wanita Persatuan Melalui Ecoprint di RSUD HAMS. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(2), 74-80.

- Sinaga, H. D. E., Syafnur, A., & Irawati, N. (2021). Pelatihan Pemantapan Pengolah Kata dan Angka Untuk Pembuatan Laporan Kepada Pegawai Pemerintahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(2), 181-188.
- Sinaga, H. D. E., Syamsulbahri, S., Muhajir, A., & Darmayanti, N. (2024). Analysis of the Effect of Social Media Usage, Search Engine Optimization, and Content Strategy on Business Growth in the E-Commerce Industry in Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 2(01), 11-18.
- Sinaga, H. E., Fenny, F., Nainggolan, E., & Januarty, W. (2024). The Effect of Environmental Awareness, Sustainable Corporate Image, and Green Product Price on Consumer Purchase Intention in Indonesia. *West Sci. Soc. Humanit. Stud*, 2(05), 899-911.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- Situmorang, F., & Pane, Y. (2024). Internal Company Behavioral factors that influence financial fraud. *Journal Accounting International Mount Hope*, 2(1), 57-66.
- Situmorang, I. R., & Situmorang, F. (2022). Penerapan absensi berbasis sistem digitalisasi di PT. Abdi Budi Mulia. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 83-89.
- Sujinny, S., Loo, P., & Nasution, L. E. (2024). The Role of People's Business Credit (Kur) and The Use of E-Marketing For The Development of Msmes In Medan Deli District In Medan City. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(1), 233-243.
- Swasono, M. A. H., Bakti, R., Yusniar, Y., Silaen, M., & Afrizal, A. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Kelangsungan dan Mengembangkan Usaha Bakmie Purnama. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 16-26.
- Tambunan, D., Amalia, F., Yanuarisa, Y., Grace, S., Nainggolan, V., & Fadila, Z. (2022). Improving accounting understanding through mathematical logical intelligence and emotional intelligence through learning interest student at mahkota tricom superior university. *Jurnal Mantik*, 6(2), 1506-1513.
- Tan, K. H., Maria, E., & Christin, S. (2020). Pengaruh Perputaran kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Return On Equity Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 3(1), 27-38.
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P., & Silaban, P. S. (2022). Tax Planning and Tax Avoidance The Effect on the Value of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3849-3855.

- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.
- Wibaselpa, A., Santosa, T. A., Batjo, S. N., Fauzi, R. U. A., Nugraha, A. R., Sinaga, H. D. E., & Wulandari, A. S. R. (2025). The role of employee engagement in increasing Millennial and Gen Z employee retention. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 51-56.
- Yanti, E. D., Efendi, B., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan sistem bimbingan konseling metode forward chaining mts s ppm shadr el-islam asahan. *JUTSI: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 1(3), 203-210.
- Situmorang, I. R. (2024a). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee. *Niagawan*, 13(2), 128. <https://doi.org/10.24114/niaga.v13i2.59625>
- Situmorang, I. R. (2024b). Pengaruh Motivasi Wirausaha Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Tekstil Di Pusat Pasar Medan. *Niagawan*, 13(1), 21. <https://doi.org/10.24114/niaga.v13i1.55928>
- Situmorang, I. R., & Hendrian, W. (2019). Pengaruh Premi Asuransi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Asuransi Jiwa. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (MBEP)*, 5, 28–36.

Lampiran 1: Kuesioner

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KINERJA PELAYANAN PADA PT J&T EXPRESS MEDAN PETISAH

Dalam rangka penyelesaian skripsi, maka saya akan membagikan kuesioner kepada Bapak/Ibu untuk diisi untuk keperluan skripsi tersebut. Atas bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan baik dan benar saya ucapkan terima kasih.

Untuk mengisi kuesioner ini pendapat bapak/ibu diukur dengan skor berikut ini :

Keterangan	Skor
STS : Sangat Tidak Setuju	1
TS : Tidak Setuju	2
RR : Ragu-Ragu	3
S : Setuju	4
SS : Sangat Setuju	5

I. Identitas Responden

- a. Usia : 16 – 22 tahun 23 – 29 tahun
30 – 37 tahun
- b. Pekerjaan : Pengusaha Karyawan Swasta
Lainnya
- c. Pendapatan Per Bulan : < Rp. 2 Juta Rp. 2 – 5 juta
> Rp. 5 Juta
- d. Lama Menjadi Pelanggan : < 1 tahun 1 – 3 tahun
> 3 tahun

II. Kuesioner

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

Customer Relationship Management (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
Teknologi						
1	Teknologi yang digunakan oleh J&T Express memberikan informasi yang tepat tentang status pengiriman paket.					
2	Aplikasi J&T Express mudah digunakan untuk melihat informasi pengiriman dan melakukan pemesanan.					
Proses						
3	J&T Express menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif					
4	Proses pengiriman paket oleh J&T Express berjalan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.					
Pengetahuan dan Pemahaman						
5	Pengetahuan tentang layanan yang ditawarkan oleh J&T Express sudah cukup baik					
6	Pemahaman mengenai proses pengiriman paket oleh J&T Express jelas dan mudah dimengerti					
Orang (Sumber Daya Manusia)						
7	Karyawan di J&T Express memiliki keterampilan yang baik untuk menjalankan tugas mereka					
8	Karyawan J&T Express bekerja secara profesional sesuai dengan bidangnya					

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
Bukti Langsung						
1	Fasilitas yang disediakan oleh J&T Express terlihat bersih dan terawat					
2	Karyawan J&T Express memiliki penampilan yang rapi dan profesional saat melayani pelanggan					
Keandalan						
3	Layanan yang diberikan oleh J&T Express konsisten dan dapat diandalkan setiap kali menggunakan jasa mereka					
4	J&T Express selalu mengirimkan paket sesuai dengan jadwal yang dijanjikan					
Daya Tanggap						
5	J&T Express cepat dalam merespon keluhan pelanggan					
6	J&T Express cepat dalam menjawab pertanyaan pelanggan					
Jaminan						
7	J&T Express memberikan jaminan keamanan barang selama proses pengiriman					
8	J&T Express menjamin barang akan sampai sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
Empati						
9	Karyawan J&T Express selalu bersikap ramah dan sopan saat berinteraksi dengan pelanggan					
10	Karyawan J&T Express mampu mendengarkan keluhan dan kebutuhan pelanggan dengan baik					

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kualitas Kerja						
1	Pelayanan yang diberikan oleh J&T Express selalu berkualitas tinggi dan memuaskan					
2	Pelayanan yang diberikan selalu konsisten dalam kualitasnya					
Kuantitas Kerja						
3	Pegawai J&T Express mampu menyelesaikan jumlah pengiriman yang tinggi setiap harinya					
4	Karyawan J&T Express dapat mengelola beban kerja yang tinggi tanpa mengurangi kinerja pelayanan					
Pelaksanaan Tugas						
5	Pengetahuan tentang layanan yang ditawarkan oleh J&T Express sudah cukup baik					
6	Pemahaman mengenai proses pengiriman paket oleh J&T Express jelas dan mudah dimengerti					
Tanggung Jawab						
7	Karyawan J&T Express dapat diandalkan dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawabnya					
8	J&T Express memberikan pelatihan yang cukup untuk meningkatkan kemampuan karyawan					

Terima Kasih Atas Partisipasinya

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan

Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan

Responden	<i>Customer Relationship Management (X1)</i>								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	2	2	2	2	1	1	1	1	12
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	3	2	3	3	3	3	25
7	4	4	4	3	4	5	4	4	32
8	4	4	1	1	2	2	1	1	16
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	4	4	4	4	3	31
11	5	4	4	4	4	4	4	4	33
12	1	1	1	2	1	1	1	1	9
13	5	5	5	5	5	5	5	4	39
14	1	1	1	1	1	1	1	1	8
15	4	4	3	4	4	4	3	3	29
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	4	3	3	3	3	3	3	26
19	1	1	1	2	1	1	1	2	10
20	4	4	3	4	4	4	4	2	29
21	4	5	5	5	5	5	5	5	39
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	3	4	4	5	3	4	31
25	5	5	4	5	5	5	5	5	39
26	4	4	3	4	4	4	4	4	31
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	3	4	4	4	4	4	4	4	31
30	4	5	3	5	3	4	4	4	32

Responden	Kualitas Pelayanan (X2)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X2
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	12
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
8	3	3	1	1	1	1	4	1	4	1	20
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
12	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11
13	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	45
14	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	16
15	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	33
19	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	12
20	4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	39
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	35
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47

Responden	Kinerja Pelayanan (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	4	4	4	5	4	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	2	2	2	2	2	2	2	2	16
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	3	3	2	3	3	3	3	3	23
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	1	1	1	3	2	1	3	1	13
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	1	1	1	1	2	1	1	1	9
13	5	5	4	5	5	5	5	3	37
14	2	1	1	1	1	1	1	2	10
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	3	3	3	3	2	4	3	25
19	1	1	2	2	2	1	1	1	11
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	3	3	3	3	2	4	4	2	24
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	4	3	4	4	4	4	4	31
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	3	4	4	4	4	4	4	4	31
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	5	4	4	3	4	5	33

Lampiran 4: Hasil Analisis Data Validitas *Customer Relationship Management*

(X₁)

Lampiran 5: Hasil Analisis Data Reliabilitas *Customer Relationship*

***Management* (X₁)**

Lampiran 6: Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Lampiran 7: Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Lampiran 8: Hasil Analisis Data Validitas Kinerja Pelayanan (Y)

Lampiran 9: Hasil Analisis Data Reliabilitas Kinerja Pelayanan (Y)

Lampiran 10: Tabulasi Kuesioner Responden *Customer Relationship Management* (X₁)

No	<i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X ₁
1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
2	2	2	2	2	2	2	3	3	18
3	4	5	3	4	4	4	5	4	33
4	5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	4	4	5	5	5	5	5	38
6	1	1	1	1	1	1	1	1	8
7	1	1	1	2	2	2	2	1	12
8	1	1	2	1	1	1	1	1	9
9	4	3	4	3	4	4	5	5	32
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	5	5	3	5	3	4	3	3	31
12	4	3	2	3	3	4	4	4	27
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	3	2	2	4	4	5	4	28
16	4	4	3	3	4	5	5	4	32
17	4	3	4	5	3	3	4	2	28
18	1	1	1	1	1	1	1	1	8
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	2	3	4	5	5	5	34
21	4	4	4	4	4	4	5	4	33
22	5	4	1	2	4	4	5	4	29
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	3	2	2	4	4	5	4	28
25	5	4	4	1	5	4	4	4	31
26	4	4	2	3	4	4	4	4	29
27	4	4	4	5	5	4	4	4	34
28	4	3	2	3	4	4	5	5	30
29	5	4	3	3	4	4	5	4	32
30	4	4	4	4	4	5	4	3	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	5	5	4	2	4	4	4	4	32
33	4	4	1	2	3	3	4	4	25
34	4	4	3	4	4	4	5	5	33
35	4	3	2	4	4	4	5	4	30

No	<i>Customer Relationship Management (X1)</i>								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
36	4	4	3	3	4	4	4	4	30
37	4	4	4	4	4	4	5	4	33
38	4	4	5	5	4	4	5	4	35
39	4	4	5	3	5	4	4	4	33
40	5	4	4	4	4	4	4	5	34
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	4	3	5	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	3	4	4	3	5	5	5	33
47	4	4	5	3	4	5	5	4	34
48	2	2	2	2	2	2	2	2	16
49	4	4	5	4	5	5	5	4	36
50	4	4	4	4	4	4	4	3	31
51	4	5	4	4	5	4	4	5	35
52	4	4	4	5	4	4	4	4	33
53	4	4	3	5	4	4	4	4	32
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	2	2	2	2	2	2	2	2	16
57	3	4	2	3	4	4	3	4	27
58	5	5	4	5	4	4	5	4	36
59	4	4	3	4	5	4	5	5	34
60	4	4	3	2	4	4	4	4	29
61	4	4	4	4	5	5	5	4	35
62	1	3	3	3	3	1	1	1	16
63	4	5	3	4	4	5	5	4	34
64	4	4	3	4	5	4	5	4	33
65	4	4	3	3	4	4	5	4	31
66	5	5	3	5	4	5	4	4	35
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	5	4	4	4	4	4	4	4	33
69	4	4	4	3	4	4	4	4	31
70	4	4	3	4	4	5	5	3	32

No	<i>Customer Relationship Management (X1)</i>								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
101	4	5	5	4	4	4	3	4	33
102	4	4	4	3	4	4	5	5	33
103	4	4	4	4	4	5	4	4	33
104	4	4	4	3	4	4	5	4	32
105	4	4	4	5	4	4	4	4	33
106	5	5	5	5	5	5	5	5	40
107	4	4	5	4	4	4	4	4	33
108	4	4	4	4	4	4	5	4	33
109	4	4	4	5	4	4	4	5	34
110	4	4	4	4	4	4	5	4	33
111	4	4	4	5	4	5	4	3	33
112	4	4	3	4	4	4	5	4	32
113	4	4	4	4	4	3	4	4	31
114	4	4	4	5	4	5	4	4	34
115	4	4	3	4	4	4	5	4	32
116	4	4	5	3	4	5	4	4	33
117	4	4	5	3	4	5	4	4	33
118	4	4	3	3	4	4	5	3	30
119	4	4	5	4	3	4	5	4	33
120	4	4	4	3	4	3	4	4	30
121	5	5	4	4	4	5	4	5	36
122	4	4	5	4	4	5	4	5	35
123	4	4	5	4	4	4	5	4	34
124	4	4	3	4	4	5	5	5	34
125	5	5	5	5	5	5	5	5	40
126	4	3	4	4	4	4	5	4	32
127	4	4	4	5	4	4	4	3	32
128	4	4	3	4	4	5	4	5	33
129	5	5	5	5	5	5	5	5	40
130	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Total	516	511	474	476	510	523	550	511	

Lampiran 11: Tabulasi Kuesioner Responden Kualitas Pelayanan (X₂)

No	Kualitas Pelayanan (X ₂)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X ₂
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
2	4	4	3	3	2	4	4	2	4	4	34
3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	38
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45
5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	43
6	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	15
7	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	14
8	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	15
9	4	4	4	3	4	5	3	2	4	4	37
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	3	4	4	3	2	2	4	3	3	3	31
12	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	3	4	3	1	3	4	3	2	5	4	32
16	4	4	4	3	3	4	2	1	5	5	35
17	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	33
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	5	4	4	2	4	1	2	5	4	35
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
22	3	5	3	1	3	3	1	2	5	4	30
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	43
25	5	5	3	1	2	3	1	5	5	5	35
26	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	42
27	5	5	1	1	3	4	1	2	5	5	32
28	4	5	3	2	3	4	1	2	5	4	33
29	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
30	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	44
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	2	4	4	4	2	5	5	5	41
33	4	5	3	3	2	4	1	2	4	3	31
34	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	42
35	5	5	5	3	4	4	2	3	5	5	41

[illegible]

No	Kualitas Pelayanan (X2)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X2
71	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	28
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
74	5	5	2	2	3	3	1	3	5	5	34
75	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	39
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	31
78	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
79	4	4	3	2	2	4	4	1	4	3	31
80	5	5	4	3	4	4	1	4	4	4	38
81	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	4	5	4	2	2	4	2	3	4	4	34
84	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	42
85	5	5	5	4	4	5	2	4	4	4	42
86	5	4	4	4	4	5	3	4	5	5	43
87	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	38
88	4	5	4	3	2	3	3	3	5	5	37
89	5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	38
90	4	4	4	4	2	4	1	3	5	4	35
91	4	5	4	4	3	4	1	2	5	4	36
92	5	5	4	2	4	4	4	3	4	5	40
93	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	42
94	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	41
95	4	4	4	3	3	5	2	3	4	4	36
96	5	5	4	3	4	4	4	2	4	4	39
97	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
98	5	4	3	2	3	4	2	4	4	4	35
99	5	4	4	4	3	3	1	1	5	5	35
100	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	39

No	Kualitas Pelayanan (X2)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X2
101	4	5	4	4	4	5	2	3	4	4	39
102	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
103	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	43
104	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45
105	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	42
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
108	4	5	4	4	4	3	4	2	5	4	39
109	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	36
110	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	42
111	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
113	4	5	2	2	4	4	4	4	5	5	39
114	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	45
115	5	4	4	4	4	4	1	2	4	4	36
116	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	42
117	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	41
118	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
119	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
120	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
121	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	44
122	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	44
123	4	5	5	4	4	2	5	4	4	4	41
124	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
126	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	40
127	4	4	5	4	5	4	5	1	4	4	40
128	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	46
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
130	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
Total	525	550	502	465	473	514	439	459	537	540	

Lampiran 12: Tabulasi Kuesioner Responden Kinerja Pelayanan (Y)

No	Kinerja Pelayanan (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
2	2	3	4	3	2	3	3	3	23
3	4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	5	4	5	5	4	36
6	2	2	2	2	2	1	1	1	13
7	2	1	2	2	1	1	1	1	11
8	2	1	1	1	1	1	1	1	9
9	4	4	4	4	4	5	4	4	33
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	3	3	3	3	4	4	5	4	29
12	3	4	4	3	3	4	4	4	29
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	3	4	4	4	4	5	4	32
16	5	5	4	3	4	4	5	4	34
17	5	3	4	4	2	3	4	3	28
18	1	1	1	1	1	1	1	1	8
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	3	5	3	4	5	5	5	4	34
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	3	3	3	4	4	4	4	4	29
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	5	5	4	4	5	35
25	4	4	2	4	4	4	4	4	30
26	4	3	5	4	5	5	4	4	34
27	4	5	4	4	5	4	5	4	35
28	4	4	3	4	4	5	5	4	33
29	3	4	5	4	4	5	5	5	35
30	5	4	5	5	5	4	5	5	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	5	5	5	4	4	5	4	36
33	4	4	5	4	5	4	4	5	35
34	4	5	5	4	4	5	4	4	35
35	5	5	3	5	4	5	5	5	37

No	Kinerja Pelayanan (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
71	3	3	3	3	3	4	2	2	23
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	4	4	5	4	4	4	4	4	33
74	5	3	3	3	5	4	4	3	30
75	4	3	3	4	4	4	4	5	31
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	3	3	3	5	4	4	4	4	30
78	4	4	4	4	4	5	4	4	33
79	5	4	4	3	5	5	3	4	33
80	4	4	2	4	4	4	4	4	30
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	4	5	3	3	4	4	5	4	32
84	4	4	4	3	4	4	5	4	32
85	5	5	4	4	4	4	4	5	35
86	4	4	5	4	4	4	4	4	33
87	4	4	4	3	4	5	5	5	34
88	4	4	3	4	4	4	5	5	33
89	4	5	3	4	4	4	4	4	32
90	4	4	3	3	4	4	4	4	30
91	4	4	4	4	5	4	5	4	34
92	4	4	3	3	4	4	4	4	30
93	5	4	4	4	4	4	5	5	35
94	5	5	4	4	4	5	5	4	36
95	5	5	4	4	4	4	5	4	35
96	5	4	4	4	4	4	5	4	34
97	4	4	3	4	4	4	4	4	31
98	4	4	3	3	4	4	5	4	31
99	4	4	5	4	5	4	4	4	34
100	4	4	4	3	4	4	4	5	32

No	Kinerja Pelayanan (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
101	5	4	4	5	4	5	5	4	36
102	5	4	4	4	4	5	5	5	36
103	4	4	4	5	4	4	4	4	33
104	4	4	4	5	5	4	4	4	34
105	4	4	4	5	5	5	4	4	35
106	5	5	5	5	5	5	5	5	40
107	4	4	4	4	4	4	4	4	32
108	4	5	4	5	4	4	5	4	35
109	4	4	5	4	4	4	5	5	35
110	5	4	4	4	4	5	4	5	35
111	4	4	4	4	4	5	5	4	34
112	4	4	5	5	4	4	4	4	34
113	4	4	4	4	5	4	4	4	33
114	4	4	4	4	4	4	4	5	33
115	4	5	5	4	4	3	3	4	32
116	4	4	3	4	4	5	4	4	32
117	5	4	4	5	4	4	5	4	35
118	4	5	4	5	4	5	4	4	35
119	4	5	4	5	4	5	4	5	36
120	5	4	4	4	5	4	4	4	34
121	5	5	4	4	5	5	4	5	37
122	4	5	4	5	5	4	4	5	36
123	5	4	5	4	4	5	4	4	35
124	5	4	5	4	4	4	5	4	35
125	5	5	5	5	5	5	5	5	40
126	4	4	4	5	4	4	5	4	34
127	5	5	4	4	4	5	4	4	35
128	4	3	3	3	5	5	4	4	31
129	5	5	3	3	3	3	3	3	28
130	4	4	4	4	5	5	5	5	36
Total	529	520	502	510	522	527	536	523	

Lampiran 13: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.21864951
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.056
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 14: Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.301	.178		1.687	.094		
	Customer Relationship Management	.657	.074	.663	8.921	.000	.172	5.813
	Kualitas Pelayanan	.272	.069	.294	3.956	.000	.172	5.813

a. Dependent Variable: Kinerja Pelayanan

Lampiran 15: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 16: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.301	.178		1.687	.094		
	Customer Relationship Management	.657	.074	.663	8.921	.000	.172	5.813
	Kualitas Pelayanan	.272	.069	.294	3.956	.000	.172	5.813

a. Dependent Variable: Kinerja Pelayanan

Lampiran 17: Hasil Uji Signifikansi Parsial

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.301	.178		1.687	.094		
	Customer Relationship Management	.657	.074	.663	8.921	.000	.172	5.813
	Kualitas Pelayanan	.272	.069	.294	3.956	.000	.172	5.813

a. Dependent Variable: Kinerja Pelayanan

Lampiran 18: Hasil Uji Signifikansi Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.013	2	22.507	463.478	.000 ^b
	Residual	6.167	127	.049		
	Total	51.181	129			

a. Dependent Variable: Kinerja Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Management

Lampiran 19: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 ^a	.880	.878	.22036

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Management

b. Dependent Variable: Kinerja Pelayanan

Variabel Terikat

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.301	.178		1.687	.094		
	Customer Relationship Management	.657	.074	.663	8.921	.000	.172	5.813
	Kualitas Pelayanan	.272	.069	.294	3.956	.000	.172	5.813

a. Dependent Variable: Kinerja Pelayanan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 25 Oktober 2024

Nomor: 839/R/STIE-EP/X/2024

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. J&T Express Medan Petisah
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Restina Harefa
NIM	: 211010199
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelayanan Pada PT. J&T Express Medan Petisah

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. J&T Express Medan Petisah yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Lampiran 22 Surat Balasan Riset



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : RESTINA HARTEFA
NIM : 211010199
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Jumat, 02-februari 2024	Natasya JUDUL PROPOSAL : Dampak konten marketing dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian generasi Z di era digital shopee pada karyawan cv citra wayang	201010167	
2	Jumat, 02-februari 2024	NICO JUDUL PROPOSAL : Dampak layanan E-commerce dan persediaan barang terhadap volume penjualan pada toko dunia boneka medan	201010104	
3	Jumat, 02-februari 2024	Novita Sari Laila JUDUL PROPOSAL : Peran inovasi berwirausaha dan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kebermampuan usaha para UMKM warung kopi Kelurahan Medan Tuntungan	201010071	
4	Kamis, 14 November 2024	Eric Angkasa JUDUL PROPOSAL : The effect of digital marketing and service quality on sales volume of wigo Houseware Medan Marelan in facing Technology challenges	211010056	 14/11/24
5	Kamis, 14 November 2024	Muhammad syahid JUDUL PROPOSAL : Technology adaption and therole of government in the sustain bility of micro lsm medium intepriise in.	211010056	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 02 Februari 2024
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa: Restina Harefa

NIM : 211010199

Konsentrasi : Pemasaran Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 0896-764-0684 Email: restinaharefa2768@gmail.com

Alamat Tinggal:

Jl. Lingga raya Gg. Brutu 2, simalingkar B, Medan Johor

Nama Dosen Pembimbing 1:

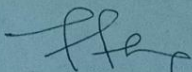
Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Widaliin Januarty, S.E, M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	22/10/2024	Pengajian Judul	ffef
2	25/10/2024	ACC Judul	ffef
3	06/11/2024	Revisi Bab I	ffef
4	16/01/2025	Revisi Bab II	ffef
5	18/01/2025	Revisi perbaikan Revisi Bab I, II, III	ffef
6	19/01/2025	ACC sempro	ffef
7	12/05/2025	Bimbingan Bab 4 & 5	ffef
8		- Revisi penulisan dan implikasi manajerial	ffef
9	14/05/2025	- Revisi Bab 4, tabel	ffef
10	15/05/2025	Revisi Bab 4 & 5	ffef
11	16/05/2025	Revisi Perbaikan Bab 4 & 5	ffef
12	21/05/2025	ACC skripsi	ffef
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik


Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
2

Nama Mahasiswa : Restina Harefa

NIM : 211010199

Konsentrasi : Pemasaran / Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 0896-7649-8984 Email: restinaharefa2106@gmail.com

Alamat Tinggal:

Jl. Lingga raya 90 Bratu 2, Simalingkar B, Medan Johor.

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Widaliin January, S.E, M.M



No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	25/10-2024	Pengajuan Judul Skripsi	
2	11/12-2024	Revisi Bab I	
3	03/01-2025	ACC Bab I	
4	04/01-2025	Pengajuan Bab II	
5		Revisi Bab II	
6	06/01-2025	ACC Bab II	
7	17/01-2025	ACC Bab III	
8	17/01-2025	ACC Sempurna	
9	14/05-2025	Bimbingan Bab 4 & 5	
10	15/05-2025	Running SPSS	
11	16/05-2025	Revisi Bab 4	
12	19/05-2025	ACC sidang Meja Hijau	
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Restina Harefa
Tempat / Tanggal Lahir : Bahosea, 27 Agustus 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Pintu Air-IV Lingga Raya No 20 lk xx
Alamat Email : restinaharefa2708@gmail.com
Agama : Kristen Protestan
Status : Mahasiswa
Handphone (HP) : 0896-7649-8984

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2009 s/d Tahun 2015 : SD Swasta Harapan Baru Medan
2. Tahun 2015 s/d Tahun 2018 : SMP Pencawan School Medan
3. Tahun 2018 s/d Tahun 2021 : SMA Swasta Harapan Baru Medan
4. Tahun 2021 s/d Tahun 2025 : Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya Medan

RIWAYAT PEKERJAAN


Agustus 2021 s/d Maret 2023 : Admin Online Shop

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Herdin Harefa
Pekerjaan : Wiraswasta
Handphone (HP) : 0813-6208-3264
Alamat : Jl. Pintu Air-IV Lingga Raya No 20 lk xx
Nama Ibu : Sudilasila Harefa
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 0853-6005-3564
Alamat : Jl. Pintu Air-IV Lingga Raya No 20 lk xx

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 22 Januari 2025
Penulis,



Restina Harefa
211010199