

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN  
*SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG  
DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* (STUDI PADA  
PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE* DI JABODETABEK)**

**A'AM AR ROSYAD**

**1707619019**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED  
BY CUSTOMER SATISFACTION (STUDY ON E-COMMERCE  
SHOPEE USERS IN JABODETABEK)**

**A'AM AR ROSYAD**

**1707619019**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**This thesis was written as the requirements to obtain Bachelor of Education  
Degree at Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta**

**BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

## ABSTRAK

**A'AM AR ROSYAD. Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* yang Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* (Studi pada Pengguna *E-Commerce* Shopee di Jabodetabek).** Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* dengan studi kasus pada pengguna *e-commerce* Shopee di Jabodetabek. Adapun variabel yang diukur pada penelitian ini ada *customer relationship*, *service quality*, *customer loyalty*, dan *customer satisfaction*. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Jabodetabek yang menggunakan *e-commerce* shopee. Penelitian ini menggunakan tipe kuantitatif dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Sampel yang terpilih pada penelitian masyarakat Jabodetabek yang aktif menggunakan *e-commerce* shopee dengan melakukan minimal 5 kali pembelian dalam 3 bulan terakhir dengan rentang usia 17-39 tahun. Penelitian ini menggunakan model analisis data SEM (*Structural Equation Modeling*) pada AMOS versi 21. Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara *customer relationship management* dengan *customer loyalty*. *Customer relationship management* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*. *Service quality* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. Serta *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Begitu pula untuk *service quality* dapat memediasi *customer loyalty* dan *customer satisfaction*. Dan *customer relationship management* dapat memediasi *customer loyalty* dan *customer satisfaction*.

**Kata kunci:** *customer loyalty, customer management relationship, customer satisfaction, service quality, shopee*

## **ABSTRACT**

**A'AM AR ROSYAD. *The Influence of Customer Relationship Management and Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction (Study on Shopee E-Commerce Users in Jabodetabek)*. Thesis. Jakarta. Business Education Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta. 2023.**

*This study aims to determine the effect of customer relationship management and service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction with case studies on Shopee e-commerce users in Jabodetabek. The variables measured in this study are customer relationships, service quality, customer loyalty, and customer satisfaction. The population in this study is Jabodetabek people who use e-commerce shopee. This study uses a quantitative type using probability sampling technique. The selected sample in the research is Jabodetabek people who actively use e-commerce shopee by making at least 5 purchases in the last 3 months with an age range of 17-39 years. This study uses the SEM (Structural Equation Modeling) data analysis model on AMOS version 21. The results of this study indicate that there is an influence between customer relationship management and customer loyalty. Customer relationship management has an influence on customer satisfaction. Service quality has an influence on customer loyalty. And service quality has an effect on customer satisfaction. Likewise for service quality can mediate customer loyalty and customer satisfaction. And customer relationship management can mediate customer loyalty and customer satisfaction.*

**Keywords: *customer loyalty, customer management relationship, customer satisfaction, service quality, shopee***

## LEMBAR PERSEMBAHAN

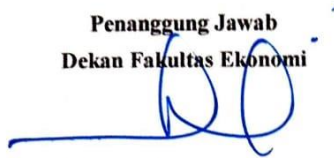
*“Seperti apa masa depanmu besok, tergantung bagaimana kamu menciptakannya sekarang”*

-Rosyad-

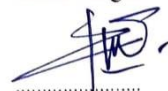




Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, peneliti mampu menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu. Skripsi ini merupakan bentuk perjuangan peneliti selama menempuh perkuliahan jenjang sarjana pada prodi pendidikan bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua tercinta, kakak, adik, dan keluarga yang senantiasa mendukung peneliti selama penyusunan skripsi ini. Selain itu, peneliti juga persembahkan skripsi ini kepada Ibu Ika Febrilia dan Ibu Rahmi yang selalu membimbing peneliti untuk menyelesaikan skripsi. Tidak lupa juga, skripsi ini peneliti persembahkan kepada teman-teman dan kerabat dalam BSO KSEI FE UNJ, BMT KAMU FE UNJ, dan Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam, serta teman-teman dari Pendidikan Bisnis maupun program studi lain yang membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP 197207152001121001**

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, MM. NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang)		03 Juli 2023
2	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIDN. 0002038107 (Penguji 1)		03 Juli 2023
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		03 Juli 2023
4	Ika Febrilia, S.E., M.M. NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)		03 Juli 2023
5	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		03 Juli 2023

Nama : A'am Ar Rosyad  
No. Registrasi : 1707619019  
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 09 Juni 2023

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Ketua : A'am Ar Rosyad  
NIM : 1707619019  
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* yang Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* (Studi pada Pengguna E-Commerce Shopee di Jabodetabek)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 13 Juli 2023



A'am Ar Rosyad

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah *Subhanahu wa Ta'ala* karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti mampu menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* yang Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* (Studi pada Pengguna *E-Commerce* Shopee di Jabodetabek)”. Penyusunan proposal penelitian ini merupakan bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Peneliti sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan dan penyelesaian proposal penelitian ini. Permasalahan tersebut tentunya tidak mampu diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian, peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas kontribusi dalam penyusunan proposal penelitian ini kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis
3. Ika Febrilia, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan mendukung peneliti selama penyusunan proposal penelitian ini.
4. Rahmi, S.E., M.S.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan mendukung peneliti selama penyusunan proposal penelitian ini.
5. Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing peneliti selama perkuliahan agar berhasil menyelesaikan studi ini.



6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Program Studi S1 Pendidikan Bisnis yang telah memberikan banyak wawasan dan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Keluarga dan saudara-saudara peneliti yang senantiasa mendukung dan mendoakan peneliti selama ini.
8. Rekan-rekan dalam Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI), BSO KSEI FE UNJ, dan BMT KAMU FE UNJ yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti.
9. Sahabat dan rekan-rekan Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2019, khususnya Kelas A yang telah membantu peneliti selama ini.
10. Kakak tingkat Prodi Pendidikan Bisnis yang membantu, mendukung, dan membimbing peneliti dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Peneliti mengetahui bahwa masih terdapat banyak sekali kekurangan dalam penulisan ataupun penyusunan proposal penelitian ini sehingga akan sangat menghargai saran maupun masukan dari para pembaca untuk menyempurnakan proposal penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca dalam menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 23 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized initial 'M' followed by a long horizontal line.