

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* LINKAJA  
(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI LINKAJA KOTA PALEMBANG)**

**SKRIPSI  
Program Studi Sistem Informasi  
Jenjang Sarjana**



Oleh

**Rahmat Darmawan  
NIM 09031381924124**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
MEI 2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET LINKAJA*  
(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI LINKAJA KOTA PALEMBANG)**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi  
Di Program Studi Sistem Informasi SI

Oleh:

**Rahmat Darmawan**

**09031381924124**

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi

Palembang, Mei 2023  
Pembimbing,



**Endang Lestari Ruskan, M.T**  
**NIP 197811172006042001**



**Yadi Utama, S.Kom., M.Kom.**  
**NIP 197901152008011008**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rahmat Darmawan

NIM : 09031381924124

Program Studi : Sistem Informasi Bilingual

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management*  
(CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada  
Pengguna Aplikasi *E-Wallet* Linkaja (Studi Pada Pengguna  
Aplikasi Linkaja Kota Palembang)

Hasil Pengecekan *Software* Ithenticate/Turnitin : 14 %

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Palembang, Mei 2023



Rahmat Darmawan  
NIM. 09031381924124

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 10 Mei 2023

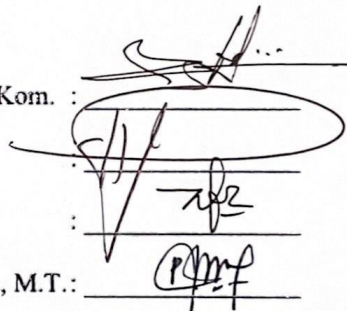
Nama : Rahmat Darmawan

NIM : 09031381924124

Judul : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM)  
Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna  
Aplikasi *E-wallet* LinkAja (Studi Pada Pengguna Aplikasi  
LinkAja Kota Palembang)

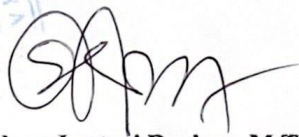
Komisi Penguji :

1. Pembimbing : Yadi Utama, S.Kom., M.Kom. :
2. Ketua Penguji : Dr. Ali Ibrahim, M.T. :
3. Penguji 1 : Mira Afrina, S.E., M.Sc. :
4. Penguji 2 : Putri Eka Sevtiyuni, S.SI., M.T. :



Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.

NIP. 197811172006042001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.” QS. Az-Zalzalah Ayat 7

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- Allah SWT
- Kedua Orang Tuaku
- Saudara dan Saudariku
- Para guruku
- Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi
- Sahabat-sahabatku
- Almamater ku, Universitas Sriwijaya.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim, Alhamdulillahirrobbil'alamin*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, nikmat, hidayah dan pertolongan-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi *E-Wallet* Linkaja (Studi Pada Pengguna Aplikasi Linkaja Kota Palembang)” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya. Perjalanan panjang penulis melalui berbagai rintangan dalam menyusun tugas akhir ini. Namun, penulis merasa sangat beruntung dan bersyukur atas karunia-Nya, doa, serta bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan syukur dan terimakasih kepada :

1. Sang Maha Pemberi Pertolongan Allah SWT, atas segala kasih sayang-Nya, hidayah ilmu, kekuatan, dan petunjuk sehingga penulis dapat merampungkan tugas akhir ini yang mana banyak sekali hikmah dalam setiap proses yang dilalui.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Syarwani dan Ibu Asnawati yang telah banyak berkorban, memberikan doa, kepercayaan, dan kasih sayang-Nya kepada penulis.

3. Saudara dan Saudari tersayang, ayukku Evie Susanty, ayukku Fransiska Puspita Sari, dan adikku Wahyu Setiawan yang selalu memberi dukungan, bantuan, doa dan semangat kepada penulis.
4. Keluarga besar tercinta, atas doa dan dukungannya
5. Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, Bapak Jaidan Jauhari, M.T.
6. Ketua Jurusan Sistem Informasi, Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T
7. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Hardini Novianti, SE, M.T.
8. Bapak Yadi Utama, S.Kom., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang banyak meluangkan waktu, memberikan nasehat dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Sahabat terbaik dan seperjuangan Saidah Samiyah, Indah Kurniasari, Dwi Ilmi Kayana, Putri Nur Aisyah, Yulizar Affandy, Suci Ramadhanti dan Jessica Haryani yang menemani, membantu, mendengarkan keluh dan kesah serta memberikan semangat kepada penulis pada masa kuliah serta pada saat pengerjaan skripsi
10. Seluruh teman Jurusan Sistem Informasi angkatan 2019 khususnya Sistem Informasi Bilingual B 2019 atas bantuan, dukungan, cerita dan kenangannya selama perkuliahan.
11. Seluruh keluarga besar Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
12. Dan semua yang terlibat dalam cerita panjang perkuliahan ini, Terimakasih banyak.

Penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua terkhusus untuk mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya. Penulis juga

menyadari bahwa tugas ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat lebih baik lagi di kemudian hari.

Palembang, Mei 2023  
Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rahmat Darmawan', written over a faint horizontal line.

Rahmat Darmawan  
NIM. 09031381924124



**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* LINKAJA (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI LINKAJA KOTA PALEMBANG)**

Oleh

**Rahmat Darmawan  
09031381924124**

**ABSTRAK**

LinkAja merupakan sebuah aplikasi layanan pembayaran seluler yang beroperasi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti mengenai pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Data diambil dari 100 responden pengguna LinkAja yang berdomisili di kota Palembang, yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan software *SmartPls* yang terdiri dari dua bagian, yaitu *outer model* yang mencakup pengujian *convergency validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *inner model* yang mencakup pengujian *R-square* dan *path coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer relationship management* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, customer relationship management juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci** : Customer Relationship Management, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY  
AMONG USERS OF THE E-WALLET APPLICATION LINKAJA  
(A STUDY ON LINKAJA APPLICATION USERS IN PALEMBANG CITY)**

*By*

**Rahmat Darmawan  
09031381924124**

**ABSTRACT**

*LinkAja is a mobile payment service application operating in Indonesia. This study aims to find evidence of the influence of customer relationship management on customer satisfaction and loyalty. The research method used is quantitative. Data was obtained from 100 LinkAja users residing in Palembang city, selected using the Lemeshow formula. Data collection was done by distributing questionnaires to the respondents. The collected data was then analyzed using SmartPls software, which consists of two parts: an outer model that includes convergency validity testing, discriminant validity, composite reliability, and an inner model that includes R-square and path coefficient testing. The results of the study showed that customer relationship management has a significant influence on customer satisfaction, customer relationship management also has a significant influence on customer loyalty, and customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty.*

**Keywords :** *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	6
2.1.2 Kepuasan Pelanggan .....	7
2.1.3 Loyalitas Pelanggan .....	9
2.1.4 <i>E-Wallet</i> .....	10
2.1.5 LinkAja .....	11
2.2 Penelitian Terdahulu .....	12
2.3 Populasi .....	15
2.4 Sampel.....	15
2.5 Variabel Penelitian .....	16
2.5.1 Variabel Eksogen atau Variabel Independen (X) .....	16
2.5.2 Variabel Endogen Terikat atau Variabel Dependen (Y).....	16
2.5.3 Variabel Mediasi (Z).....	16

2.6 Kerangka Pemikiran.....	17
2.7 <i>Content validity</i> .....	17
2.8 <i>Pilot test</i> .....	17
2.9 Teknik analisis data.....	18
2.10 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	18
2.11 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	18
2.11.1 <i>R-Square</i> .....	19
2.11.2 <i>Path diagram</i> .....	19
2.11.3 Uji Hipotesis.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Kerangka Penelitian .....	21
3.2 Objek Penelitian .....	21
3.3 Hipotesis.....	22
3.4 Pengumpulan Data .....	22
3.4.1 Studi Pustaka.....	22
3.4.2 Kuesioner .....	22
3.5 Skala Pengukuran.....	23
3.6 Populasi dan Sampel .....	24
3.7 <i>Content Validity</i> .....	24
3.8 <i>Pilot Test</i> .....	26
3.9 Analisis Data .....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 <i>Pilot Test</i> .....	28
4.2 Distribusi Frekuensi Responden .....	30
4.2.1 Jenis Kelamin .....	31
4.2.2 Usia .....	31
4.2.3 Pekerjaan .....	32
4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	32
4.3.1 <i>Outer Model</i> .....	32
4.3.2 Uji Validitas .....	33
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	35
4.4 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	35
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan .....	40

5.2 Saran.....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian .....	21
Gambar 4. 1 Uji Outer Model Pilot Test.....	28
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin .....	31
Gambar 4. 3 Usia.....	31
Gambar 4. 4 Pekerjaan .....	32
Gambar 4. 5 Uji Model SmartPLS .....	32
Gambar 4. 6 <i>Path</i> Diagram .....	36

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Instrumen Pertanyaan.....	23
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i> .....	24
Tabel 3. 3 <i>Content Validity Customer Relationship Management</i> .....	24
Tabel 3. 4 <i>Content Validity Kepuasan Pelanggan</i> .....	25
Tabel 3. 5 <i>Content Validity Kepuasan Pelanggan</i> .....	26
Tabel 4. 1 Validitas <i>Pilot Test</i> Bagian <i>Convergency validity</i> .....	29
Tabel 4. 2 Validitas <i>Pilot Test</i> Bagian <i>Discriminant validity</i> .....	29
Tabel 4. 3 Reliabilitas <i>Pilot Test</i> .....	30
Tabel 4. 4 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	33
Tabel 4. 5 <i>Cross Loading</i> .....	34
Tabel 4. 6 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	35
Tabel 4. 7 <i>R - Square</i> .....	36
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> .....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	A-1
Lampiran 2 Data Responden.....	B-9
Lampiran 3 Hasil Turnitin.....	C-12
Lampiran 4 Kartu Konsultasi .....	D-13



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, kemajuan teknologi digital sudah menyebar ke berbagai sektor bisnis dan salah satunya adalah bidang keuangan yang sedang berkembang dengan adanya transformasi menjadi teknologi keuangan atau *Fintech* (Pratiwi & Dermawan, 2021). Pada tanggal 14 Agustus 2014, Gubernur Bank Indonesia Agus DW Martowardjyo memperkenalkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dalam rangka mengikuti perkembangan tersebut.(Pratiwi & Dermawan, 2021). Gerakan ini merupakan inovasi dari Peraturan Pemerintah 82 Tahun 2012 tentang layanan keuangan digital yang meliputi Sistem dan transaksi elektronik. Sejak saat itu, industri *financial technology* di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, terlihat dari peningkatan jumlah dan nilai transaksi yang terjadi setiap tahunnya.

*Fintech* merupakan gabungan antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis konvensional menjadi bisnis modern. *Fintech* muncul seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk dan dinamis, sehingga memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara cepat dan jarak jauh dalam waktu singkat (Safira & Rahmanto, 2022). *E-wallet* atau dompet digital merupakan bentuk *Fintech* yang memanfaatkan jaringan internet sebagai media utama, sebagai alternatif metode pembayaran yang dapat digunakan (Renduchintala et al., 2022). Teknologi terkini yang digunakan dalam dompet digital (*e-wallet*) memberikan kemudahan bagi semua orang di seluruh Indonesia. *E-wallet* menawarkan berbagai aspek yang lebih praktis, aman, dan cepat sehingga dianggap

sebagai metode pembayaran yang menguntungkan. Salah satu *e-wallet* yang populer di Indonesia adalah LinkAja.

LinkAja merupakan salah satu layanan pembayaran *mobile* yang telah memimpin pasar di Indonesia selama beberapa tahun. Meskipun demikian, posisi linkaja sebagai pemimpin pasar pembayaran *mobile* dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia tidak bisa dianggap sebagai juara bertahan. Menurut data yang didapat oleh (Fatah et al., 2023) linkaja mendapatkan persentase jumlah pengguna 23%, persentase promosi 4% dan persentase jumlah transaksi 6% dimana tiga jenis hasil persentase tersebut tergolong rendah dibanding aplikasi *e-wallet* lainnya seperti ShopeePay, OVO, DANA dan GoPay.

LinkAja perlu mendapatkan popularitas yang lebih tinggi dari aplikasi pembayaran digital lainnya, salah satu strategi yang tepat untuk membuat hubungan kuat dengan pelanggan adalah penerapan *customer relationship management*. Dalam pandangan (Wildyaksanjani & Sugiana, 2018) CRM merupakan salah satu bentuk manajemen yang secara spesifik membahas teori tentang pengelolaan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggan. Melalui implementasi CRM yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas dan meningkatkan pendapatan dari pelanggan. Menerapkan CRM dengan baik akan meningkatkan kinerja pemasaran, karena pemasaran yang efektif akan memberikan dampak langsung kepada kualitas hubungan dengan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan akan menunjukkan sikap menghargai dan perhatian terhadap pelanggan, yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang

diterima. Kepuasan ini akan mengarah pada tingkat loyalitas yang tinggi, sehingga dapat mempertahankan jumlah pelanggan yang ada.

Berikut ini adalah contoh hubungan antara *e-wallet* linkaja dan penggunanya yang didokumentasikan dalam aplikasi linkaja



Gambar 1. 1 Bentuk CRM di LinkAja

Dari gambar yang ditampilkan, terlihat bahwa LinkAja secara konsisten memberikan berbagai promosi seperti voucher atau diskon serta menyediakan informasi yang sangat berharga bagi pelanggan. Ini bertujuan agar pengguna terus menggunakan *e-wallet* tersebut secara berkelanjutan dan menjaga kenyamanan dalam menyimpan uang atau melakukan transaksi dengan LinkAja.

Untuk membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan tidak dapat diharapkan muncul begitu saja, kedua hal ini harus dirancang dan diterapkan melalui pengelolaan *customer relationship management*. Ada beberapa aspek penting yang harus diperhatikan dalam proses ini, seperti pengelolaan interaksi dan komunikasi, memberikan pelayanan yang berkualitas, mengembangkan hubungan dengan pelanggan dan perilaku karyawan (Long et al., 2013).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti berencana untuk meneliti dan menganalisis dampak *customer relationship management* pada penyedia layanan *e-wallet* terhadap terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti memilih judul penelitian “**Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi *E-Wallet* LinkAja (Studi Pada Pengguna Aplikasi LinkAja Kota Palembang)**”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat disusun rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Bagaimanakah *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ?
3. Bagaimanakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan.

3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan pembaca tambahan wawasan melalui penyediaan informasi yang terkait dengan Customer Relationship Management serta menjadi sumber referensi yang dapat digunakan dalam penelitian sejenis dan sebagai penyempurna dari penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada perusahaan tentang persepsi mereka di masyarakat dan menjadi referensi dalam pengambilan keputusan di masa depan. Diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi positif dan berguna bagi perusahaan.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini, diperlukan pembatasan masalah yang bertujuan untuk menghindari keluarnya penelitian dari pokok permasalahan yang sedang diteliti. Penelitian ini akan berfokus pada variabel customer relationship management, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pengguna aplikasi linkaja. Pembatasan penelitian ini hanya akan dilakukan pada masyarakat Kota Palembang yang telah atau sedang menggunakan aplikasi linkaja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arindhita, A. (2020). *Pengaruh Kebermanfaatan, Sistem Informasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Mobile Money Pada Aplikasi Linkaja ( Studi Kasus Pada Karyawan Divisi Operation Service Desk Pt. Telkom Akses Surabaya)*.
- Ayu Maulani, M., & Sukaris. (2021). Penerapan Crm (Customer Relationship Management) Pada Mitra Kelompok Tani Pt. Permana Sidat Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan ...*, 1(3), 17–24. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaem/article/view/3%0Ahttps://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaem/article/download/3/3>
- Fatah, Y. Al, Rofiq, A., & Indrawati, N. K. (2023). *THE EFFECT OF TRUST AND PERCEIVED VALUE ON REUSE INTENTION OF LINKAJA APPLICATION USERS MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION*. 2(3), 583–596. <https://doi.org/10.58344/jws.v2i3.179>
- Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar. (2020). Dampak COVID-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan e-wallet di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Febrina, D. I., & Rachmawati, I. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Warunk Upnormal. *Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Warunk Upnormal*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203/FULL/PDF>
- Hayani. (2020). *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan*. 2, 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1847>
- Jufrizen, J., & Sitorus, T. S. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 841–856.
- Kotler & Keller. (2016). *Capturing Marketing Insights (Electronic Version)*. In *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management, Twelfth Edition*. In *Pearson Education, Inc.*
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Long, C. S., Khalafinezhad, R., Ismail, W. K. W., & Rasid, S. Z. A. (2013). Impact

- of CRM factors on customer satisfaction and loyalty. *Asian Social Science*, 9(10), 247–253. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n10p247>
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls*. Pascal Books.
- Ngatmo, & Bodroastuti, T. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1–25. <https://www.neliti.com/publications/103095/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan-pada-pt-sido-muncul-semarang>
- Pertiwi Siregar, D. N., Cahyani, W., & Chaniago, A. U. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pengguna Irian Card (I-Card) Pada Irian Dept Store & Supermarket Medan Marelan. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 19(1), 17. <https://doi.org/10.53513/jis.v19i1.221>
- Pratiwi, A. R., & Dermawan, D. A. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan ShopeePay pada Aplikasi Shopee di Kota Surabaya). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(3), 87–93. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/41813%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Renduchintala, T., Alfauri, H., Yang, Z., Pietro, R. Di, & Jain, R. (2022). A Survey of Blockchain Applications in the FinTech Sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 1–43. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040185>
- Sa'adah, L., & Indriyani, S. (2021). *Penerapan Customer Relationship Management Pada CV. Zam-Zam*. [https://books.google.co.id/books/about/Penerapan\\_Customer\\_Relationship\\_Manageme.html?id=\\_roxEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Penerapan_Customer_Relationship_Manageme.html?id=_roxEAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Safira, R. E., & Rahmanto, D. N. A. (2022). Islamic Branding Experience Dan Customer Citizenship Behaviour. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1–19.
- Sakinah, A., & Anisah. (2020). Peran Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Sektor Publik Di Kota. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 131. <https://doi.org/10.33087/eksis.v11i2.205>
- Salshabia Analita, N., & Indra Wijaksana, T. (2020). Analisis Perbandingan E-Service Quality Dan E-Trust Aplikasi Linkaja Dengan Aplikasi Dana Comparative Analysis of E-Service Quality and E-Trust Application of

- Linkaja With Dana Application. *Menara Ilmu*, XIV(01), 98–105.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. PT.Alfabet.
- Syahrani, A., & Indah, D. R. (2023). *Analisis Faktor Penerimaan Media Sosial Pemerintah (Studi Kasus Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang @charming.palembang)*. 763–774.
- Syam, F., & Musliadi. (2020). *Analisis Strategis Atas Determinasi Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh*.
- Tentang LinkAja*. (2019). Retrieved February 2, 2023, from <https://www.linkaja.id/tentang>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wildyaksanjani, J. P., & Sugiana, D. (2018). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 10. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.8754>