

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)**

**TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI MAXIM**

**SKRIPSI**

**Program Studi Sistem Informasi**

**Jenjang Sarjana**



**Oleh**

**Ahmad Nouval Romadhan**

**09031382126126**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI MAXIM

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian studi  
di Program Studi Sistem Informasi S1

Oleh :

Ahmad Nouval Romadhan 09031382126126

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi


Ahmad Rifai, S.T., M.T.  
NIP 197910202010121003

Palembang, 6 Januari 2025  
Pembimbing



Endang Lestari Ruskan, S. Kom, M.T  
NIP 197811172006042001

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Nouval Romadhan  
NIM : 09031382126126  
Program Studi : Sistem Informasi  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Maxim

Hasil pengecekan *software authenticate/Turnitin* : 18%

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.



Ahmad Nouval Romadhan

NIM 09031382126126

## HALAMAN PERSETUJUAN

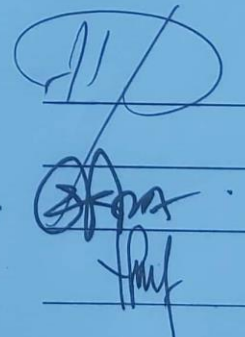
Hari : Selasa  
Tanggal : 31 Desember 2021

Telah diuji dan lulus pada:

Nama : Ahmad Nouval Romadhan  
NIM : 09031382126126  
Judul : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM)  
Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Maxim

Komisi Penguji :

1. Ketua : Dr. Ali Ibrahim, M.T
2. Sekretaris :
3. Pembimbing : Endang Lestari Ruskan, S.Kom, M.T
4. Penguji : Iin Seprina, S.Kom, M.Kom



Three handwritten signatures are present, each on a horizontal line. The first signature is a stylized 'AI' for Dr. Ali Ibrahim. The second signature is 'Endang' for Endang Lestari Ruskan. The third signature is 'Iin' for Iin Seprina.

**Mengetahui,**

Ketua Jurusan Sistem Informasi

**Ahmad Rifai, S.T., M.T.**

NIP 197910202010121003



## HALAMAN PERSEMBAHAN

***Motto :***

*"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."*

(Q.S Al-Baqarah : 286)

**Karya ini dipersembahkan kepada :**

- Diri saya sendiri, Ahmad Nouval Romadhan
- Kedua orang tua, saudara, dan keluarga besar tercinta
- Para sahabat dan teman-teman seperjuangan
- Para Dosen, Pegawai dan Staff Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, khususnya Jurusan Sistem Informasi
- Almamater kebanggaan, Universitas Sriwijaya
- Pihak-pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR



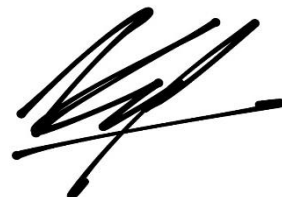
Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI MAXIM”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Selama penyelesaian skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ilmu, kesempatan, dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga besar yang selalu senantiasa memberikan doa dan dukungan, serta saran yang bermanfaat bagi penulis agar selalu melakukan yang terbaik.
3. Bapak Prof. Dr. Erwin, S.Si, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Ahmad Rifai, S.T, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
5. Ibu Endang Lestari Ruskan, S.Kom, M.T selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu memberikan saran dan arahan dalam persiapan Tugas Akhir, hingga pembuatan laporan Tugas Akhir ini.

6. Teman-teman seperjuangan sedari Semester 1 sampai Semester 7, Arief Ramadhan, M. Rido Rizki, Ennisa Maulidina, Sely Tria Amanda, Ysenia Putri Roseno. Yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan yang panjang ini. Terimakasih sudah memberikan tempat bertukar pikiran, tempat berkeluh kesah, tempat bertukar canda dan tawa.
7. Teruntuk Mahasiswa Sistem Informasi Bilingual Angkatan 21 dengan NIM 09031382126164 yang bernama Ennisa Maulidina. Terimakasih selalu hadir dalam keadaan apapun, telah memberikan semangat, telah membantu peneliti dalam bentuk support, materi, maupun hal lain sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga setelah sama-sama menyelesaikan Tugas Akhir ini, kita dapat menemukan tempat berproses yang lebih baik, tempat dimana kita dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah kita dapat di kampus tercinta ini.
8. Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi yang telah memberikan wadah untuk berproses, memberikan pengalaman, relasi, dan kenangan yang sangat berarti.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya Angkatan 2021. Terimakasih untuk kenangan dan pengalaman yang sudah diberikan.

Palembang, 6 Januari 2025  
Peneliti,



**Ahmad Nouval Romadhan**  
NIM 09031382126126

# ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI MAXIM

Oleh

Ahmad Nouval Romadhan 09031382126126

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap loyalitas pengguna aplikasi Maxim di Palembang. CRM adalah pendekatan strategis yang bertujuan meningkatkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui penggunaan teknologi, sistem informasi, dan proses bisnis yang efektif. Penelitian ini berfokus pada lima variabel utama CRM, yaitu *Content* (Isi), *Accuracy* (Akurasi), *Format* (Bentuk), *Ease of Use* (Kemudahan Pengguna), dan *Timeliness* (Ketepatan Waktu). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan 111 responden yang dipilih menggunakan teknik sampling berdasarkan rumus Lemeshow. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel CRM memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi Maxim. Variabel *Content* (Isi) mencatat tingkat kepuasan yang tinggi, mencerminkan kemudahan pengguna dalam mengakses informasi. Variabel *Accuracy* (Akurasi) menunjukkan pentingnya kesesuaian layanan dengan kebutuhan pengguna. Variabel *Format* (Bentuk) menegaskan peran antarmuka aplikasi yang menarik dan mudah dipahami. Variabel *Ease of Use* (Kemudahan Pengguna) dan *Timeliness* (Ketepatan Waktu) juga berkontribusi secara signifikan terhadap pengalaman pengguna yang positif. Secara keseluruhan, tingkat loyalitas pengguna aplikasi Maxim berada pada kategori tinggi. Penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah strategis bagi Maxim untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan retensi pelanggan. Langkah-langkah ini meliputi peningkatan aksesibilitas informasi, kecepatan respons terhadap keluhan, serta pemanfaatan data pengguna untuk menawarkan layanan yang lebih personal, seperti rute favorit dan diskon khusus. Implementasi program loyalitas berbasis poin juga diusulkan untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan daya saing Maxim dalam industri transportasi online.

**Kata kunci:** *Customer Relationship Management* (CRM), Loyalitas Pengguna, Aplikasi, Transportasi Online.



**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) ON MAXIM APPLICATION USER LOYALTY**

**By**

**Ahmad Nouval Romadhan      09031382126126**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Customer Relationship Management (CRM) on user loyalty of the Maxim application in Palembang. CRM is a strategic approach aimed at enhancing the relationship between companies and customers through the effective use of technology, information systems, and business processes. This research focuses on five main CRM variables: Content, Accuracy, Format, Ease of Use, and Timeliness. The research employed a quantitative method with a survey approach, involving 111 respondents selected using sampling techniques based on Lemeshow's formula. Data were collected through questionnaires that were tested for validity and reliability. The results show that all CRM variables significantly influence user loyalty of the Maxim application. The Content variable recorded a high satisfaction level, reflecting the ease of accessing information. The Accuracy variable highlighted the importance of service alignment with user needs. The Format variable emphasized the role of an attractive and user-friendly interface. The Ease of Use and Timeliness variables also significantly contributed to a positive user experience. Overall, the loyalty level of Maxim application users falls into the high category. This study recommends several strategic steps for Maxim to enhance user experience and customer retention. These include improving information accessibility, faster response to complaints, and utilizing user data to offer more personalized services such as favorite routes and special discounts. The implementation of a point-based loyalty program is also suggested to strengthen customer relationships and increase Maxim's competitiveness in the online transportation industry.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management (CRM), User Loyalty, Application, Online Transportation.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</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>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3 Tujuan</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4 Manfaat</b> .....	<b>3</b>
<b>1.5 Batasan Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>4</b>
<b>2.1 Customer Relationship Management</b> .....	<b>4</b>
<b>2.2 Jenis – Jenis CRM</b> .....	<b>5</b>
<b>2.3 Manfaat CRM</b> .....	<b>6</b>
<b>2.4 Loyalitas Pengguna</b> .....	<b>7</b>
<b>2.5 Maxim</b> .....	<b>8</b>
<b>2.6 End User Computing Satisfaction (EUCS)</b> .....	<b>9</b>
<b>2.7 Uji Validitas</b> .....	<b>11</b>
<b>2.8 Uji Reliabilitas</b> .....	<b>12</b>

2.9 Penelitian Terdahulu .....	13
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	17
3.2 Jenis Penelitian .....	17
3.3 Kerangka Penelitian .....	17
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	19
3.5 Populasi dan Sample Peneltian .....	19
3.5.1 Populasi.....	19
3.5.2 Sampel.....	20
3.6 Skala Pengukuran .....	21
3.7 Instrument Penelitian .....	22
3.8 Uji Instrument Penelitian.....	24
3.8.1 Uji Validitas .....	24
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.9 Analisis Data.....	24
3.10 Hasil Analisis Data .....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Data Hasil Kuisisioner .....	27
4.1.1 Gambaran Umum Responden .....	27
4.1.1.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
4.1.1.2 Data Responden Berdasarkan Umur .....	28
4.1.1.3 Data Responden Bersarkan Pekerjaan.....	28
4.2 Hasil Analisis Data .....	29
4.2.1 Uji Validitas .....	29
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	31
4.2.3 Penyajian Data Penelitian .....	32

4.2.3.1 Variabel <i>Content</i> (Isi) .....	32
4.2.3.2 Variabel <i>Accuracy</i> (Akurasi) .....	34
4.2.3.3 Variabel <i>Format</i> (Bentuk) .....	35
4.2.3.4 Variabel <i>Ease of Use</i> (Kemudahan Pengguna).....	37
4.2.3.5 Variabel <i>Timeless</i> (Ketepatan Waktu).....	38
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>41</b>
5.1 Kesimpulan .....	41
5.2 Saran.....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>44</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Metode EUCS.....	<b>10</b>
<b>Gambar 3.1</b> Tahapan Penelitian .....	<b>18</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Peneliti Terdahulu .....	13
<b>Tabel 3.1</b> Skala Likert .....	21
<b>Tabel 3.2</b> Instrument Pertanyaan Kuisisioner .....	22
<b>Tabel 3.3</b> Kategori Rentang Nilai Kepuasan.....	25
<b>Tabel 4.1</b> Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	27
<b>Tabel 4.2</b> Karakter Responden Berdasarkan Umur.....	28
<b>Tabel 4.3</b> Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	28
<b>Tabel 4.4</b> Distribusi Nilai r tabel.....	30
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Uji Validitas.....	31
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	32
<b>Tabel 4.7</b> Analisis Data Variabel <i>Content</i> (Isi) .....	32
<b>Tabel 4.8</b> Analisis Data Variabel <i>Content</i> (Isi) .....	33
<b>Tabel 4.9</b> Persentase Variabel <i>Content</i> (Isi).....	33
<b>Tabel 4.10</b> Analisis Data Variabel <i>Accuracy</i> (Akurasi).....	34
<b>Tabel 4.11</b> Analisis Data Variabel <i>Content</i> (Isi) .....	34
<b>Tabel 4.12</b> Persentase Variabel <i>Accuracy</i> (Akurasi).....	35
<b>Tabel 4.13</b> Analisis Data Variabel <i>Format</i> (Bentuk) .....	36
<b>Tabel 4.14</b> Analisis Data Variabel <i>Format</i> (Bentuk) .....	36
<b>Tabel 4.15</b> Persentase Variabel <i>Format</i> (Bentuk).....	37
<b>Tabel 4.16</b> Analisis Data Variabel <i>Ease of Use</i> (Kemudahan Pengguna) .....	37
<b>Tabel 4.17</b> Analisis Data Variabel <i>Ease of Use</i> (Kemudahan Pengguna) .....	38
<b>Tabel 4.18</b> Persentase Variabel <i>Ease of Use</i> (Kemudahan Pengguna) .....	38
<b>Tabel 4.19</b> Analisis Data Variabel <i>Timeliness</i> (Ketepatan Waktu) .....	39
<b>Tabel 4.20</b> Analisis Data Variabel <i>Timeliness</i> (Ketepatan Waktu) .....	39
<b>Tabel 4.21</b> Persentase Variabel .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Surat Kesediaan Dosen Pembimbing Tugas Akhir .....	<b>A-1</b>
<b>Lampiran 2</b> Kartu Konsultasi Tugas Akhir .....	<b>B-1</b>
<b>Lampiran 3</b> Hasil Similarity .....	<b>C-1</b>
<b>Lampiran 4</b> Surat Keterangan Similarity .....	<b>D-1</b>
<b>Lampiran 5</b> Pertanyaan Kuisisioner.....	<b>E-1</b>
<b>Lampiran 6</b> Hasil Responden dari Pertanyaan Kuisisioner .....	<b>F-1</b>
<b>Lampiran 7</b> Hasil Uji Penelitian Data Kuisisioner .....	<b>G-1</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern sekarang, masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat bantu dalam melakukan aktivitasnya (Mariano et al., 2023). Saat ini teknologi memberi peluang kepada masyarakat untuk mempermudah kegiatan sehari-hari, khususnya di bidang jasa. Salah satu sektor jasa yang sedang berkembang dan banyak dibutuhkan saat ini adalah sektor jasa transportasi online (Ruth et al., 2021).

Di berbagai kota besar Indonesia, berkembang perusahaan-perusahaan besar yang menawarkan jasa transportasi berbasis aplikasi online, contohnya: Gojek, Grab, dan Maxim (Ruth et al., 2021). Maxim bisa menjadi salah satu transportasi online yang masyarakat pilih. Maxim adalah salah satu penyedia layanan jasa transportasi online yang dapat diunduh pada smartphone yang mendukung seperti iOS dan Android (Azzahrah & Amelia, 2021). Maxim merupakan perusahaan internasional yang didirikan pada tahun 2003 oleh Kurgan Maxim Belonogov di kota Chardinsk, Russia. Di Indonesia, Maxim hadir sejak 2018 dan mulai beroperasi di bawah naungan PT. Teknologi Perdana Indonesia. Maxim sedang mengembangkan layanannya di kota-kota Indonesia salah satunya di Palembang, sehingga menciptakan persaingan antar perusahaan jasa transportasi online (Ruth et al., 2021).

Setiap perusahaan dalam industri memiliki pesaing yang memainkan peran penting. Dalam konteks ini, saat membandingkan Maxim dengan aplikasi online serupa, peneliti melakukan analisis untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan aplikasi Maxim. Menurut (Wananda et al., 2024) “Bahwa Gojek dan Grab memiliki keunggulan



dalam berbagai layanan yang mereka tawarkan seperti promosi yang baik, adanya discount/voucher yang diberikan kepada customer, dan integrasi dengan sistem e-wallet (GoPay dan OVO ).” Sebernarnya, Maxim juga memiliki sistem e-wallet, tetapi cukup sulit digunakan dan sulit dalam memahami proses pengisian saldo karena penjelasan yang kurang rinci. Selain itu, Maxim belum menyediakan layanan *customer service* secara otomatis untuk menjawab pertanyaan pelanggan secara *real-time* dan mengarahkan mereka ke dukungan yang lebih mendalam jika diperlukan (Ekonomi et al., 2024). Disini Maxim belum mengimplementasikan program loyalitas kepada customer seperti point yang dapat di tukar menjadi diskon atau potongan harga. Maxim seharusnya dapat menggunakan data dari riwayat perjalanan dan preferensi pengguna untuk menawarkan layanan yang dipersonalisasi, seperti penawaran khusus atau rute favorit.

Maka dari itu peneliti akan menganalisis apakah aplikasi Maxim telah mengimplementasikan CRM untuk meningkatkan loyalitas pengguna, diharapkan perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu. “Bagaimana cara mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pengguna aplikasi Maxim ?”.

## **1.3 Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pengguna aplikasi Maxim.

#### **1.4 Manfaat**

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman yang diperoleh selama masa studi, yang kemudian dapat diterapkan pada kasus nyata dalam masyarakat dan dunia profesional.

2. Bagi Pihak Maxim

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi Maxim. Diharapkan hal ini dapat menjadi referensi bagi praktisi bisnis dalam merancang strategi komunikasi dan membantu Maxim dalam mengembangkan strategi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan hasil observasi.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah didefinisikan untuk memastikan bahwa penelitian tidak melampaui cakupannya dan tetap fokus pada topik pembahasan. Dalam penelitian ini, peneliti akan memusatkan perhatian pada pengguna layanan Maxim dan untuk melihat pengaruh dari loyalitas pengguna pada aplikasi Maxim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiroh, A., Haribowo Jurusan Administrasi Bisnis, P., & Negeri Semarang, P. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK BRANCH OFFICE SEMARANG* (Vol. 18, Issue 3).
- Azzahrah, F., & Amelia, L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Mobile Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode Servqual Analysis Of The Effect Of Maxim Mobile Application Quality On User Satisfaction With Servqual Method. In *JTSI* (Vol. 2, Issue 1).
- Ekonomi, J., dan Akuntansi, M., KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM Liana, A., Chen, M., Rahmah, F., & Eka Prasetya, S. (2024). *Neraca* (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca> Ibrahim, A., Gisbu, O., Salsadila, E. R., Arkamil, R. F., Wijaya, M. A., & Raihan, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Sosial CRM Terhadap Loyalitas Customer Pada Layanan Pengguna Aplikasi DANA. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(2), 917. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.3531>
- Ibrahim, A., Mauluddin, M. H., Saputra, A. W., Carolina, A., Mardiana, M., Wiratama, Y., & Ramadhan, R. R. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Unipin. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i1.989>
- Islam, D. B., & Karuniawati, C. (2022). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM). In *Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi Syariah* (Vol. 3, Issue 1).
- Manurung, K. (n.d.). *MENCERMATI PENGGUNAAN METODE KUALITATIF DI LINGKUNGAN SEKOLAH TINGGI TEOLOGI*. <http://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/intek/article/view/480/340>.
- Mariano, E., Amkeun<sup>2</sup>, V., Bau<sup>3</sup>, N., & Lian, Y. P. (2023). *Analisis Pendapat Pengemudi Ojek Online Maxim-Bike*. 2. <http://jurnal.jomparnd.com/index.php/jk>
- Pangestu, I. A., & Mardiani, G. T. (2021). SISTEM INFORMASI REKOMENDASI PRODUK DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI CV. XYZ. *KOMPUTA : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 10(2).

Rachman, Z. A., Putra, S. A., Argya, R., Herdiyanto, D., Lintang Pratiwi, A., & Informasi, S. (2023).

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN.

*Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2). <https://doi.org/10.46576/djtechno>

Ruth, R., Tambunan, F., Sihotang, J. I., & Yuan Mambu, J. (n.d.). Analysis of Driver Working Satisfaction Rate Towards Maxim Service System Using PIECES. *Cogito Smart Journal* /, 7(2), 2021.

Suwartono, C., Moningka, C., Jaya Jl Cendrawasih Raya Blok, P. B., Bintaro Jaya, P., Baru, S., & Selatan, T. (2017). PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA IDENTITAS SOSIAL. In *Terakreditasi B oleh DIKTI* (Vol. 14, Issue 2).

*UNIKOM\_DWI HAPSARI\_14. BAB III.* (n.d.).

Valentino Aji, G., Pembangunan Jaya Alamat, U., Cendrawasih Raya Bintaro Jaya, J., Baru, S., Ciputat, K., & Tangerang Selatan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Transportasi Online Maxim Universitas Pembangunan Jaya Handito Lava Daenova. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 370–379. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.162>

Wananda, \*, Maulidi, P., Maulidi, W. P., Zahra, H. F., & Hidayat, S. (2024). Analisis Persaingan Ojek Online Pada Aplikasi Gojek, Maxim Dan Grab. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 70–79. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.950>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2).