

INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume x Nomor x Tahun 2023 Page xx

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Loyalitas Customer Pada Penggunaan Jasa Western Union di Kantor Pos Indonesia Malang

Devlin Damara Adiyaksa¹, Moh. Agung Suriyanto²

(1) Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

(2) Dosen Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

[Email: devlindamara12@gmail.com](mailto:devlindamara12@gmail.com)

ABSTRAK

PT Pos Indonesia Malang, sebuah perusahaan milik negara yang fokus pada layanan pengiriman dan jasa dokumen, surat, dan paket, menjadi subjek dari penelitian ini yang bertujuan untuk mengevaluasi tingkat loyalitas pengguna layanan Western Union di cabang PT Pos Indonesia Malang. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan berdasarkan teknik observasi lingkungan dan pengumpulan data wawancara. Hasil survei menunjukkan bahwa salah satu penyebab menurunnya pengguna layanan Western Union adalah berakhirnya pandemi virus corona. Oleh karena itu, pelanggan Western Union sebelumnya merasa tidak membutuhkan layanan tersebut. Faktor-faktor terkait kompensasi memiliki dampak pada layanan Western Union di PT Pos Indonesia Cabang Malang. Dalam penelitian ini, penulis mengusulkan beberapa strategi untuk menangani masalah ini di PT Pos Indonesia Cabang Malang. Selain itu, penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan bagi peneliti berikutnya untuk memahami variabel-variabel yang memengaruhi kesetiaan pelanggan.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan

Abstract

PT Pos Indonesia Malang, a state-owned company that focuses on delivery services and document, letter and package services, is the subject of this research which aims to evaluate

the level of loyalty of Western Union service users at the PT Pos Indonesia Malang branch. This research will use the research method used is qualitative and based on environmental observation techniques and interview data collection. Survey results show that one of the causes of the decline in Western Union service users is the end of the corona virus pandemic. Therefore, previous Western Union customers felt they did not need the service. Factors related to compensation have an impact on Western Union services at PT Pos Indonesia Malang Branch. In this research, the author proposes several strategies to handle this problem at PT Pos Indonesia Malang Branch. In addition, it is hoped that this research will provide insight for future researchers to understand the variables that influence customer loyalty.

Keyword: Loyalitas Customer

PENDAHULUAN

Di era peningkatan konektivitas, layanan pengiriman uang internasional menjadi semakin penting bagi individu dan bisnis di seluruh dunia. Western Union adalah penyedia layanan pengiriman uang internasional yang terkenal. Sebagai mitra resmi Western Union di Indonesia, PT Pos Indonesia menjadi salah satu lokasi utama dimana pengguna dapat mengakses layanan ini. PT Pos Indonesia KCU Malang juga berperan penting dalam menyediakan layanan Western Union dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat. Di era modern ini, sektor jasa semakin berkembang khususnya di PT Pos Indonesia. Seiring meningkatnya persaingan di bidang ini, mempertahankan pijakan industri memerlukan strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada itu penting.

Loyalitas adalah Komitmen yang didasarkan pada sikap positif pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang tercermin dalam pembelian rutin mereka. (Samara & Susanti, 2023.), pengertian loyalitas sebagai berikut: "Loyalitas pelanggan memiliki dampak jangka panjang terhadap kepuasan pelanggan dan penciptaan kepuasan". (Maulyan dkk, 2022) Loyalitas pelanggan menjadi dasar penerapan kebijakan untuk meningkatkan atau menurunkan nilai produk bagi konsumen. Di sini pelaku ekonomi menerima informasi dari konsumen, termasuk kegiatan menafsirkan, mengolah dan menyimpan informasi mengenai produk dan merek. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. (Hadiyati, 2010.)

Beberapa penelitian mengenai dampak manajemen hubungan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT BCA Tbk antara lain dilakukan oleh (Imasari & Nursalin, 2011). Dampak CRM dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan Hasil penelitian bahwa CRM dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kelangsungan bank dalam jangka pendek dan jangka panjang. Menurut penelitian (Azizah, 2021) Menurut studi yang dilakukan oleh (Subawa & Sulistyawati, 2020), pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Shoppe tidak hanya datang dari reward koin, layanan pengiriman, dan event bulanan, tetapi juga dari kualitas layanan yang diberikan. Penelitian ini meneliti dampak kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai perantara variabel. Hasilnya menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun kepuasan pelanggan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Lila Tour and Travel.

Pada bulan September 2022 - September 2023 pengguna Western Union mencapai angka sebesar 20.985 kali transaksi. Angka tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan pengguna jasa Western Union bulan September 2021 - September 2022 yang mencapai angka 26.448 kali transaksi. Dilihat dari penjelasan di atas, pengguna jasa Western Union di Kantor Pos Indonesia Malang selama satu tahun ke belakang mengalami penurunan. Dengan adanya hal ini, Kantor Pos Indonesia cabang Malang mengupayakan segala hal untuk meningkatkan jumlah transaksi Western Union, salah satunya adalah dengan memberikan reward kepada customer jika menggunakan jasa pengiriman uang Western Union PT Pos Indonesia Malang.

Masyarakat saat ini cenderung berfokus pada imbalan. Pemberian reward kepada pelanggan bukan hanya sekedar bentuk rasa syukur namun juga merupakan langkah penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang. Ketika pelanggan merasa dihargai dan menerima manfaat lebih, mereka cenderung lebih memilih untuk berbisnis kembali dengan perusahaan dibandingkan mencari alternatif lain. Imbalan dapat berupa barang atau jasa. Imbalan juga dapat mempengaruhi penjualan dan peningkatan pendapatan. Hadiah bagi pelanggan dapat mendorong mereka untuk mengirimkan lebih banyak atau lebih sering. Misalnya, jika

pelanggan menerima diskon atau kupon sebagai hadiah, kemungkinan besar mereka akan meningkatkan intensitas pengiriman tambahan. Sehingga, perusahaan bisa mengalami peningkatan pendapatan.

Ketika pelanggan menerima imbalan, mereka akan berpartisipasi lebih aktif dalam program loyalitas, memberikan umpan balik yang baik, dan berpartisipasi dalam acara atau kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan. Hal ini akan membangun hubungan yang kuat antara bisnis dan pelanggan. Selain memberikan manfaat langsung kepada pelanggan, penghargaan juga dapat membantu kantor pos membedakan dirinya dari pesaing industri. Dalam pasar yang kompetitif, menawarkan imbalan yang sesuai dan berharga akan menjadi faktor penentu bagi pelanggan untuk memilih Kantor Pos dibandingkan pesaing lainnya. Kantor Pos dapat memberikan souvenir kepada pelanggan yang menggunakan layanan Western Union. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis ingin melakukan penelitian "Analisis loyalitas pelanggan pengguna jasa Western Union di Kantor Pos Indonesia Malang".

Umumnya hal ini dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk, misalnya suatu barang atau jasa tertentu, dan tercermin dalam perilaku pembeliannya. (Novianti dkk., 2018) Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan yang mendalam dan berjangka panjang untuk terus berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau layanan yang dipilih di masa mendatang, terlepas dari konteks atau dampak upaya pemasaran, dan dapat mengalami perubahan perilaku.

Hal ini dimungkinkan untuk terhubung.

Loyalitas pelanggan terjadi dalam beberapa tahap. Fase ini dimulai dari:

1. Kesetiaan kesadaran (loyalitas kognitif) atau loyalitas hanya berdasarkan kepercayaan merek.
2. Loyalitas afektif, preferensi atau sikap terhadap suatu merek didasarkan kemampuan untuk menggunakan gratifikasi secara kumulatif.
3. Loyalitas konatif bersifat konservatif menunjukkan bahwa suatu kondisi kesetiaan memuat apa yang dikandungnya ketika pertama kali muncul menunjukkan komitmen yang mendalam terhadap pembelian.
4. Loyalitas dalam bertindak, dimana niat diterjemahkan menjadi tindakan. (Gultom dkk., 2020) Loyalitas konsumen dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu loyalitas merek dan loyalitas toko. Loyalitas merek didefinisikan sebagai sikap yang mendukung suatu merek yang mengarah pada pembelian merek tersebut secara konsisten sepanjang waktu. Loyalitas toko berorientasi pada perilaku yang konsisten, namun dalam loyalitas toko, perilaku yang konsisten melibatkan mengunjungi toko di mana konsumen dapat membeli merek produk yang diinginkan. Loyalitas pelanggan ada beberapa indikator antara lain:

1. Ulangi pembelian secara rutin
2. Mengjurkan kepada orang lain. (Bahrudin & Zuhro, 2016)

Faktor Faktor Penyebab Loyalitas Customer

loyalitas pelanggan dapat dibangun oleh banyak hal, termasuk:

1. Menciptakan barang, jasa, dan pengalaman unggul berdasarkan target pasar Anda
2. Dapatkan keterlibatan departemen dalam perencanaan dan pengelolaan kepuasan pelanggan dan mempertahankan prosesnya
3. Mengintegrasikan pelanggan untuk mengekspresikan kebutuhan dan kebutuhan mereka atau tidak dalam setiap keputusan bisnis
4. Mengatur dan membuat database informasi dan kepuasan pelanggan yang dapat diakses klien
5. Mempermudah karyawan pelanggan untuk mengomunikasikan persepsi dan keluhannya
6. Evaluasi secara berkala program pemasaran yang berpotensi membangun loyalitas. (Octavian, 2019.)

Pelanggan berbeda dengan konsumen, seseorang dapat dianggap pelanggan jika ia terbiasa membeli produk atau jasa yang disediakan oleh suatu badan usaha. Kebiasaan ini dapat dibentuk dengan melakukan pembelian berulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian berulang maka orang tersebut tidak dapat dianggap sebagai pelanggan namun disebut pembeli atau konsumen.

Western Union adalah layanan pengiriman uang antar berbagai negara di dunia dan merupakan salah satu perusahaan layanan yang menggunakan teknologi elektronik untuk menjangkau berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, secara online dan real time. Keuntungan menggunakan jasa Western Union adalah: (1) cepat, pihak PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Singaraja akan memproses pembayaran penerimaan uang secara cepat sesuai standar yang ditetapkan oleh Western Union, sehingga dalam hitungan menit uang sudah dapat diterima ; (2) Aman, pembayaran kiriman uang dipastikan diterima oleh penerima yang berhak ; (3) Mudah, persyaratan transaksi yang mudah yaitu cukup dengan mengisi formulir dan menyerahkan Kartu Tanda Penduduk (KTP)/identitas yang masih berlaku ; (4) Nyaman, kita dapat melakukan transaksi Western Union diseluruh kantor PT Pos Indonesia. (Putra, 2017). Program loyalitas pelanggan adalah Sebuah sistem inisiatif pemasaran terpadu yang bertujuan memberi penghargaan dan mendorong perilaku pelanggan setia melalui insentif. Jenis program loyalitas pelanggan yang umum digunakan adalah menawarkan insentif, hadiah, dan penghargaan. Reward merupakan Salah satu faktor yang dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh organisasi untuk memotivasi peserta pelatihan agar memberikan kontribusi maksimal. Dalam konteks ini, kompensasi sendiri mempunyai arti menyeluruh dan tidak hanya terfokus pada masalah finansial saja. (Indah dkk., 2019). Dengan pemberian program layanan khusus ini juga mencegah agar pelanggan tidak dibajak oleh kompetitor lain.

METODE PENELITIAN

Untuk melakukan penelitian mengenai analisis loyal customer pada pengguna jasa Western Union ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman yang didasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Arkandito dkk., 2019).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman: penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Mereduksi data (data reduction) berarti merangkum apa yang penting, memungut dan memilih, memusatkan perhatian pada apa yang penting, dan mencari tema dan pola. Analisis data selanjutnya adalah penyajian data. Teknik analisis data ini dilakukan dalam bentuk deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kategori, peta alur, dan lain-lain. Langkah ketiga adalah menarik kesimpulan. Metode analisis data ini didasarkan pada uraian sebelumnya dan menguraikan pendapat terkini sebagai hasil survei. Subjek dan lokasi penelitian ini adalah Pengguna jasa PT Pos Indonesia Malang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan Edfin Budi

Ardiansyah dan Bahrul Ulum selaku customer pengguna jasa Western Union.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Pos Indonesia Malang merupakan perusahaan badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dibidang pelayanan atau pengiriman dokumen surat dan paket. Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia saat ini mendukung pengembangan sektor pos di Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jaringannya yang menjangkau kurang lebih 24.000 titik layanan yang mencakup 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan, dan 42 persen kelurahan Desa-desa di Indonesia dan 940 lokasi pemukiman terpencil. Dengan berkembangnya informasi, komunikasi dan teknologi, jaringan Pos Indonesia telah memiliki lebih dari 4.800 kantor pos, dan beberapa kota besar telah dilengkapi dengan surat elektronik mobile. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

Saat ini PT. Pos Indonesia juga menyediakan layanan pengiriman barang, transaksi pembayaran berbagai tagihan seperti pembayaran listrik, telepon, serta pengiriman uang dengan menggunakan wesel pos. Teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan kepada informan perusahaan, yaitu beberapa staff, manajer dan pengguna jasa western union pada KCU PT. Pos Indonesia Malang. Informan tersebut dinilai mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai penggunaan jasa western union. Peneliti memberikan keleluasaan kepada para informan untuk memahami penggunaan jasa western union sesuai dengan apa yang dialami tanpa adanya pengaruh dari peneliti maupun orang lain, sehingga akan diperoleh pemahaman yang menyeluruh dan murni.

Target Pasar Jasa Western Union Kantor Pos KCU Malang

Melalui observasi langsung, penulis melakukan wawancara kepada manajer dan staf jasa keuangan sebagai informan di PT Pos Indonesia Malang. Menurut Andreas Adi Mulyo dan Fakhur Rozi, layanan pengiriman uang ini diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi siapa saja dalam mengirimkan uang dalam waktu singkat. Karena Western Union digunakan untuk layanan pengiriman uang internasional, target audiens sebenarnya adalah orang-orang yang memiliki teman/kerabat yang bekerja sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Pasar sasaran adalah sekelompok konsumen yang menjadi sasaran perusahaan ketika membeli produk yang dijualnya. Ilmu ekonomi biasanya mengelompokkan pasar sasaran

berdasarkan usia, karakteristik, atau ciri atau kebiasaan serupa (Sihombing, 2021). Dengan menargetkan kelompok konsumen tertentu, perusahaan dapat menyesuaikan pesan pemasaran mereka untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan preferensi spesifik mereka, sehingga meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Jika dilihat dari data yang diterima peneliti. Dari September 2022 hingga September 2023, pengguna Western Union mencapai 20.985 transaksi. Jumlah tersebut lebih rendah dibandingkan 26.448 transaksi pengguna layanan Western Union pada September 2021 hingga September 2022. Menurut informan Andreas Adi Murho dan Fakhru Rozi, penurunan jumlah pengguna jasa ini disebabkan oleh berakhirnya pandemi virus corona. Western Union sendiri merupakan layanan transfer uang berbasis digital yang tidak memerlukan rekening bank. Layanan yang paling umum adalah transfer uang langsung ke luar negeri.

Dari wawancara yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa penurunan pengguna layanan Western Union sebagian disebabkan oleh berakhirnya pandemi COVID-19. Akibatnya, sebagian pekerja TKI (Tenaga Kerja Indonesia) memutuskan untuk kembali ke kampung halaman dan berhenti menggunakan jasa Western Union. Oleh karena itu, PT Pos India Malang mengalami penurunan jumlah pengguna layanan Western Union.

Strategi Jasa Western Union PT Pos Indonesia KCU Malang

Strategi adalah suatu bentuk perencanaan yang memungkinkan tujuan, kebijakan, dan proses diintegrasikan menjadi satu kesatuan. Strategi adalah formula terorganisir yang membantu bisnis dan organisasi mengelola sumber daya mereka untuk bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat. (Quinn, 2021). Menurut Andreas Adi Mulyo dan Fakhru Rozi, strategi yang diterapkan untuk mengatasi penurunan jumlah pengguna Western Union adalah berupa reward bagi pelanggan yang menggunakan layanan Western Union, yang disebut dengan program loyalitas. Program loyalitas adalah strategi bisnis untuk mempertahankan pelanggan dengan mendorong pembelian berulang. Perusahaan menawarkan berbagai keuntungan seperti diskon dan insentif lainnya untuk menjauhkan pelanggan dari pesaing (Pusparini, 2023). Hadiah yang ditawarkan berupa tote bag dan botol minum. Anda dapat menerima manfaat ini dengan melengkapi stempel pada kartu loyalty Anda. Kartu loyalitas adalah alat promosi keanggotaan yang banyak digunakan oleh pelaku ekonomi untuk mendorong konsumen dan pengguna layanan agar kembali ke tempat usahanya. Informan juga mengatakan akan terus menambahkan fitur baru, meningkatkan fitur keamanan atau privasi pelanggan, dan meningkatkan kualitas layanan. Strategi ini diterapkan oleh Departemen Jasa Keuangan untuk meningkatkan kepercayaan sehingga menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap layanan Western Union Kantor Pos.

kenyataan di lapangan. Penulis juga melakukan wawancara dengan Bapak Edfin Budi Ardiansyah dan Bapak Bahrul Ulum yang merupakan pelanggan jasa PT Western Unio. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan mendapatkan reward berupa tas belanja dan botol air minum. Selain itu, pelanggan merasa terbantu saat mengirim dan menerima uang tunai secara internasional, sebagaimana dibuktikan dengan penggunaan layanan Western Union secara rutin. Pelanggan pun merasa puas dan menyatakan sangat mendukung strategi rewards PT Pos Indonesia Malang. Hal ini dibuktikan dengan berulang kali pelanggan menggunakan jasa layanan pengiriman uang Western Union dari PT. Pos Indonesia Malang. Menurut (Sunyoto, 2019), bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan di mana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Hal tersebut karena apabila konsumen puas, ia akan membeli kembali atau memberikan rekomendasi pada calon pelanggan lainnya. Sebab ketika konsumen merasa puas maka mereka akan membeli kembali atau meneruskan rekomendasi kepada calon konsumen lainnya.

Dalam wawancaranya Edfin Budi Ardiansyah juga menyampaikan beberapa harapannya kepada PT Pos Indonesia Malang dalam wawancara terkait reward yang diberikan. Mereka ingin agar PT Pos Indonesia Malang meningkatkan jumlah reward yang diberikan, tidak hanya sekedar memberikan reward berupa tas jinjing dan botol air minum. Dari sini penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi customer reward diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dibandingkan penggunaan layanan Western Union di PT POS Indonesia Malang. Mengenai pernyataan informan di atas, penulis berpendapat bahwa meskipun pelanggan puas dan senang dengan strategi reward yang diterapkan PT Pos Indonesia Malang untuk mengatasi penurunan pengguna jasa, namun pelanggan juga berharap adanya alternatif kompensasi yang diberikan kepada para pelanggan pengguna jasa Western Union ini

SIMPULAN

Target pasar dari Jasa Western Union ini adalah orang-orang yang memiliki teman/kerabat yang berprofesi sebagai tenaga kerja Indonesia (TKI), karena Western Union ini digunakan untuk pengiriman uang dalam cakupan internasional. Strategi PT Pos Untuk mengatasi Permasalahan di penelitian ini adalah dengan memberikan sebuah reward berupa totebag dan botol tumbler.

Saran untuk perusahaan yakni Perusahaan menambah alternatif reward berupa potongan pembayaran jasa, jika telah memenuhi Cap Stampel yang ada di kartu royalti Western Union, mini gold yang sekarang sedang marak digunakan sebagai hadiah, souvenir, kado dll. Perusahaan mempertahankan kualitas pelayanan jasa western union. Kualitas

pelayanan dianggap baik jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, jika melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka bisa dikatakan pelayanan sangat memuaskan dan Perusahaan melakukan follow up terhadap pengguna jasa. Seperti menanyakan kritik dan saran setelah menggunakan jasa western union tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arkandito, G. F., Maryani, E., Rahmawan, D., & Wirakusumah, T. K. (2019). KOMUNIKASI VERBAL PADA ANGGOTA KELUARGA YANG MEMILIKI ANAK INDIGO. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i1.9955>
- Azizah, F. N. (2021). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA SHOPEE. 1.*
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>

Esti Tri Pusparini (2023). Mengenal Loyalty Program, Manfaat, Jenis, dan Contoh Suksesnya.
<https://qontak.com/blog/loyalty-program/>

Hadiyati (2010). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang)*

Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT BCA Tbk.* 10(3).

Indah, P. P. A. P., Rahmawati, P. I., & Andiani, N. D. (2019). Pengaruh Sistem Penghargaan (Reward) Terhadap Kinerja Trainee Di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 2(1), 41. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v2i1.22087>

Maulyan, F. F., Yuniati Drajat, D., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). PENGARUH SERVICE EXCELLENT TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: THEORETICAL REVIEW. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17.
<https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>

Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>

Octavian, A. (n.d.). *Analisis Loyalitas Pelanggan Online shop Shopee.*

Putra, M. A. D. (2017). SISTEM KIRIMAN UANG WESTERN UNION PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG SINGARAJA. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 8(1), 1.
<https://doi.org/10.23887/jap.v8i1.21014>

Samara, A., & Susanti, M. (n.d.). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma.*

Helda Sihombing (2021). Target Pasar: Ini Cara Menentukan dan Contohnya.

<https://lifepal.co.id/media/target-pasar/>

Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). KUALITAS PELAYANAN BERPENGARUH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718.

<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p16>