

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
PADA PT. JASA RAHARJA PUTERA CABANG SERANG**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya  
Manajemen Pemasaran



**Disusun oleh:**

**ACHMAD ILHAM WINADI**

**5502210034**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
SERANG  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis Tugas Akhir:

Judul Tugas Akhir : Penerapan *Customer Relationship Management* Pada PT.

Jasa Raharja Putera Cabang Serang

Nama : Achmad Ilham Winadi

NIM : 5502210034

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir di atas adalah benar-benar hasil karya asli saya dan tidak memuat hasil karya orang lain, kecuali dinyatakan melalui rujukan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang menunjukkan bahwa sebagian atau seluruh karya ini bukan karya saya, maka saya bersedia dituntut melalui hukum yang berlaku. Saya juga bersedia menanggung segala akibat hukum yang timbul dari pernyataan yang secara sadar dan sengaja saya nyatakan melalui lembar ini.

Serang, 28 Juni 2024

Yang menyatakan,



Achmad Ilham Winadi

NIM. 5502210034

## HALAMAN PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Tugas Akhir berikut:

Judul : Penerapan *Customer Relationship Management* Pada PT. Jasa Raharja  
Putera Cabang Serang

Nama Mahasiswa : Achmad Ilham Winadi

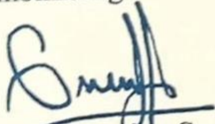
NIM : 5502210034

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

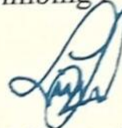
Telah diuji dan dipertahankan pada tanggal 3 Juli 2024 melalui Sidang Tugas Akhir di Universitas Sultan Ageng Tirayasa dan dinyatakan LULUS

Tanggal  
Pembimbing I



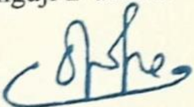
Galih Ginanjar Saputra, S.Pd., M.M.  
NIP. 198608012019031013

Tanggal  
Pembimbing I



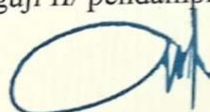
Lina Affifatusholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc.  
NIP. 199304082019032024

Tanggal  
Penguji I/ utama

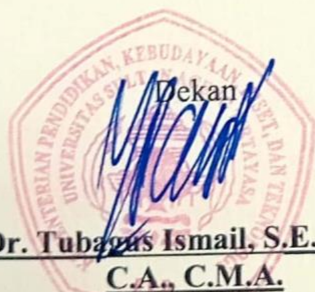


Solehatin Ika Putri, S.E., M.M.  
NIP. 201808032130

Tanggal  
Penguji II/ pendamping



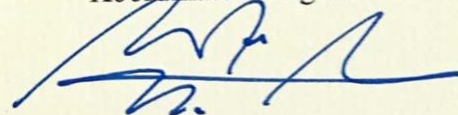
Farah Putri Wenang Lusianingrum,  
S.Pd., M. Sc.  
NIP. 199201282019032016



Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E., M.M., Ak.,  
C.A., C.M.A.  
NIP. 197312302001121001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M.  
NIP. 199009102019032017

## **MOTO**

“Sebentar lagi ku akan sampai tujuan”

Jalan Pulang -Yura yunita

*“Just keep swimming, just keep swimming, swimming” Finding*

Nemo (Dory)

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing- masing beredar pada garis edarnya” Surat Yasin

(36:40)

“Dan Allah adalah sebaik-baik perencana” Surat

Al-Anfal (8:30)

“Hanya ada satu jalan”

## PRAKATA

Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis bisa memenuhi dan menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Penerapan *Customer Relationship Management* Pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang”. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada sang baginda Nabi Muhammad SAW. serta sahabat dan keluarga-nya dan bagi kita semua sebagai umat-nya. Tujuan dari penyusunan Tugas akhir ini memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III Manajemen Pemasaran dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat dan dorongan positif sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan cepat. Ucapan rasa terimakasih ini penulis berikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Fatah Sulaiman, S.T., M.T selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Bapak Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E., M.M., Ak., C.A., C.M.A. selaku Dekan Fakultas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Ibu Widya Nur Bhakti, S.M.B., M.M Selaku Ketua Prodi D3 Manajemen Pemasaran.
4. Bapak Galih Ginanjar Saputra, S.Pd., M.M. selaku Pembimbing I Tugas Akhir.
5. Ibu Lina Affifatusholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc. selaku Pembimbing II Tugas Akhir.
6. Kepada Perempuan yang menjadi cinta pertama bagi penulis di dunia. Terimakasih Mamah Erlina atas cinta dan doa yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan sangat berjasa dalam perjalanan dunia penulis. Kepada Pria yang paling kuat sedunia. Terimakasih Papah Uun Kusnadi atas perjuangan pagi dan malam yang diperuntukan bagi penulis dalam menggapai cita-cita.
7. Kepada adik-adik yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menggapai gelar Ahli Madya.

8. Kepada Paman dan Bibi, Ma'ayan Elawati dan Ma'ma Maudi, terimakasih atas bantuan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat melanjutkan Pendidikan hingga mendapatkan gelar.
9. Kepada Kakak yang paling cantik, Marcellina Hilfan Yulistin A.Md.Pjk. terima kasih telah menjadi kakak bagi penulis yang penuh dengan kasih dan nasihat-nasihat yang berarti bagi penulis.
10. Kepada seluruh keluarga besar, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan doa sehingga penulis bisa di titik ini.
11. Terimakasih kepada Robiatul Adawiyah yang telah memberi bantuan kepada penulis untuk dapat menyusun tugas akhir ini.
12. Ucapan rasa terima kasih untuk sahabat-sahabat penulis yang sudah mau mendampingi dan menemani penulis hingga saat ini.
13. Rasa terima kasih kepada semua pihak yang tidak sepenuhnya bisa di sebutkan di dalam laporan magang ini.
14. Terimakasih buat seseorang yang telah mengatakan "aku masih mau lihat kamu berkembang" kepada penulis.
15. Terima kasih kepada penulis yang sudah berjuang dalam menggapai cita-cita dan gelar Ahli Madya.

Tugas Akhir ini mungkin saja belum sempurna dan dengan kerendahan hati. Penulis menerima semua kritik dan saran. Semoga dengan adanya Tugas Akhir ini dapat membantu Mahasiswa dan Mahasiswi sebagai suatu referensi, wawasan dan pengetahuan.

Serang, 28 Juni 2024  
Yang menyatakan,

Achmad Iham Winadi  
NIM. 5502210034

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....	iii
MOTO .....	iv
PRAKATA .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Tugas Akhir .....	5
D. Manfaat Tugas Akhir.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
A. Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	7
B. Faktor Utama Penting <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	7
C. Tahapan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	9
D. Hambatan-Hambatan Pada Penerapan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	11
E. Manfaat dan Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	12
BAB III METODE PENULISAN .....	15
A. Objek Kajian atau Penulisan laporan Tugas Akhir .....	15
B. Pendekatan Pemecahan Masalah .....	15
C. Metode Pengumpulan Data.....	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	19
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	19
B. Hasil .....	23

C. Pembahasan .....	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	49
A. Kesimpulan .....	49
B. Saran .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN .....	54



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Kendala Penggunaan Aplikasi Ezurance Smart Customer .....	3
--	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan Customer Relationship Management .....	11
Gambar 4. 1 Logo PT. Jasa Raharja Putera.....	20
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang .....	21
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja Putera Pusat .....	22
Gambar 4. 4 Langkah-Langkah Proses Pendaftaran Akun (log In).....	26
Gambar 4. 5 Langkah-Langkah Proses Pendaftaran Akun (Sign Up) .....	27
Gambar 4. 6 Langkah-Langkah Proses Verifikasi Akun .....	28
Gambar 4. 7 Langkah-Langkah Proses Pelengkapan Data .....	29
Gambar 4. 8 Langkah-Langkah Proses Pembelian Produk (1) .....	30
Gambar 4. 9 Langkah-Langkah Proses Pembelian Produk (2) .....	31
Gambar 4. 10 Tampilan Aplikasi Ezurance Smart Customer di Playstore dan Appstore .....	33
Gambar 4. 11 Tampilan Fitur Produk .....	34
Gambar 4. 12 Tampilan Fitur Polisku dan Fitur Klaimku .....	35
Gambar 4. 13 Tampilan Fitur Hubungi dan Fitur Pusat Bantuan .....	36
Gambar 4. 14 Tampilan Instagram JRP Pusat dan Instagram JRP Cabang Serang .....	37
Gambar 4. 15 Tampilan Informasi Produk dan Layanan Asuransi .....	40
Gambar 4. 16 Tampilan Postingan Informasi Pada Instagram JRP Pusat dan Instagram JRP Cabang Serang .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	54
Lampiran 2. Pedoman Observasi .....	58
Lampiran 3. Pedoman Dokumentasi .....	59
Lampiran 4. Transkrip Wawancara .....	60
Lampiran 5. Catatan Lapangan atau Observasi .....	69
Lampiran 6. Kartu Bimbingan Tugas Akhir .....	70
Lampiran 7. Biodata Penulis .....	72

## ABSTRAK

### PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PT. JASA RAHARJA PUTERA CABANG SERANG

Di era saat ini banyak sekali perusahaan yang melakukan sebuah inovasi terhadap produk dan jasanya. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Cara untuk bisa mendapatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan *customer relationship management*. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan CRM dan hambatan-hambatan penerapan CRM di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Metode penulisan yang digunakan adalah metode deskriptif. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang didapat dengan melakukan wawancara kepada karyawan divisi bisnis II dan juga melakukan observasi. Sedangkan data sekunder yang didapat dari mengumpulkan data tentang PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang, data tentang CRM dan data penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Hasil tugas akhir memperlihatkan bahwa penerapan CRM di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang memiliki tiga faktor utama penting penerapan *customer relationship management* yaitu manusia, proses, dan teknologi. Ada juga tiga tahapan penerapan *customer relationship management* yaitu memperoleh pelanggan baru, meningkatkan nilai dari pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain itu di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang terdapat dua hambatan penerapan *customer relationship management* yaitu hambatan internal dan hambatan eksternal. Terdapat bagian yang kurang optimal pada penerapan CRM di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang yaitu pada bagian manusia dan meningkatkan nilai dari pelanggan. Lalu hambatan yang dihadapi dari karyawan perusahaan yang tidak mendapatkan pelatihan khusus dan nasabah yang belum siap dengan kehadiran aplikasi *Ezurance Smart Customer*.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management*, PT. Jasa Raharja Putera.

## ABSTRACT

### IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN PT. JASA RAHARJA PUTERA BRANCH SERANG

*In the current era, there are many companies that make innovations in their products and services. This is done to get customer satisfaction. The way to get customer satisfaction is by implementing Customer Relationship Management. The purpose of preparing this final project is to find out how the application of CRM and the barriers to the application of CRM in PT Jasa Raharja Putera Serang Branch. The writing method used is descriptive method. The type of data collected is primary data obtained by conducting interviews with employees of Business Division II and also making observations. While secondary data obtained by collecting data on PT Jasa Raharja Putera Serang Branch, data on CRM and data on the use of Ezurance Smart Customer application. The results of the final project show that the implementation of CRM at PT Jasa Raharja Putera Serang Branch has three main important factors for the implementation of customer relationship management, namely people, process and technology. There are also three stages of implementing customer relationship management, namely acquiring new customers, increasing the value of customers, and retaining existing customers. In addition, at PT Jasa Raharja Putera Serang Branch, there are two barriers to the implementation of customer relationship management, namely internal barriers and external barriers. There are parts that are less than optimal in the application of CRM at PT Jasa Raharja Putera Serang Branch, namely in the human part and increasing the value of customers. Then, the barriers from company employees who do not get special training and customers who are not ready for the presence of Ezurance Smart Customer application.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, PT. Jasa Raharja Putera.*

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang ini, persaingan antar perusahaan dengan perusahaan lain menjadi begitu ketat. Persaingan ini didasarkan dengan tujuan untuk mendapatkan sebuah keuntungan dan menjadi pusat perhatian di mata pelanggan. Hampir setiap perusahaan berlomba-lomba untuk berinovasi dalam menciptakan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, bahkan menciptakan suatu produk dan jasa dengan kualitas yang lebih unggul dari perusahaan pesaing. Tidak hanya kualitas produk dan jasa saja yang diperhatikan, kualitas pelayanan juga tidak luput dari perhatian perusahaan. Perusahaan yang memperhatikan kualitas akan mendapatkan suatu kepuasan pelanggan.

Menurut Rahmawati dan Johan (2017), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang yang didapatkan setelah terjadi pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen akan suatu produk dan jasa. Untuk mendapat hal itu, suatu perusahaan harus menerapkan *customer relationship management* (CRM) pada perusahaannya. Menurut Romdoni et al (2023), *customer relationship management* merupakan sebuah perangkat lunak sistem yang digunakan untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan secara maksimal dan juga untuk mengupayakan penjualan sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Seperti yang dijelaskan diatas, CRM merupakan sebuah perangkat lunak sistem yang merupakan bagian dari teknologi informasi.

Kehadiran teknologi informasi menjadi solusi bagi perusahaan untuk mendapatkan informasi terkait tren pembelian di kalangan masyarakat, memasarkan produk dan jasa dengan tepat dan meningkatkan pelayanan. Penerapan *customer relationship management* (CRM) dapat digunakan dalam industri apa saja. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Menurut Nurkholis dan Damayanti (2023), jasa merupakan suatu aktivitas bukan berupa benda yang ditawarkan oleh penyedia jasa ke pihak lain. Jasa terbagi menjadi beberapa jenis dan salah satunya adalah jasa keuangan.

Jasa keuangan merupakan istilah untuk merujuk sebuah jasa yang telah di sediakan oleh industri keuangan. Istilah ini digunakan untuk merujuk sebuah organisasi yang mengelola keuangan. Contoh dari industri keuangan yaitu bank, bank investasi, perusahaan kredit, dan perusahaan asuransi. Semua jasa dari industri-industri tersebut sudah menjadi bagian penting di masyarakat dan salah satunya jasa dari perusahaan asuransi.

Di Indonesia sendiri terdapat perusahaan asuransi yang dikelola oleh swasta, yaitu PT. Prudential Life Assurance, PT. Asuransi Allianz Life Indonesia, dan PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia dan ada juga yang dikelola oleh badan usaha milik negara (BUMN) salah satunya, yaitu PT. Jasa Raharja Putera. Perusahaan-perusahaan tersebut menawarkan sebuah produk dan layanan asuransi dengan premi dan manfaat yang menguntungkan kepada masyarakat. Asuransi merupakan sebuah perjanjian antara pihak asuransi dan nasabah. Pihak asuransi sebagai penanggung yang akan memberikan pertanggungungan jika terjadi nasabah sebagai tertanggung mengalami permasalahan.

Pertanggungungan akan diberikan sesuai dengan persetujuan dan manfaat telah ditawarkan.

Dibutuhkannya sebuah penerapan *customer relationship management* (CRM) sebagai upaya menawarkan produk dan layanan asuransi kepada masyarakat. Seperti halnya PT. Jasa Raharja Putera yang juga menerapkan *customer relationship management* (CRM) pada perusahaannya. Adapun bentuk penerapan CRM yang digunakan dengan memanfaatkan tren media sosial menggunakan aplikasi instagram dan juga berbentuk aplikasi dengan nama *Ezurance Smart Customer*. Aplikasi ini merupakan sebuah aplikasi asuransi digital yang diciptakan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi seluruh nasabah dalam membeli produk dan layanan asuransi.

**Tabel 1. 1 Kendala Penggunaan Aplikasi Ezurance Smart Customer**

No	Narasumber	Hasil Wawancara
1.	Asisten Manajer	“Penggunaan aplikasi <i>Ezurance Smart Customer</i> ini belum optimal dikarenakan aplikasi ini sering mengalami <i>error</i> ”
2.	staff karyawan tetap	“Penggunaan aplikasi <i>Ezurance Smart Customer</i> ini belum optimal dan belum banyak nasabah juga yang mengetahui aplikasi ini dan terkadang aplikasi <i>Ezurance Smart Customer</i> juga suka mengalami <i>error</i> ”
3.	staff karyawan honorer	“Aplikasi <i>Ezurance Smart Customer</i> ini belum optimal walaupun sudah terlaksana penggunaannya”

Sumber : Hasil Wawancara dengan Karyawan PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang, 2024

Kedua bentuk penerapan ini sudah diterapkan di seluruh kantor cabang termasuk cabang Serang dengan tujuan untuk membantu para konsumen atau nasabah PT. Jasa



Raharja Putera untuk mengajukan klaim tanpa harus mendatangi kantor. Namun berdasarkan table 1.1, terdapat sebuah permasalahan atau kendala pada aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Permasalahan tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara dengan asisten manajer bisnis II yang mengatakan bahwa aplikasi ini sering mengalami *error*. Hal tersebut juga dikatakan oleh pihak staff divisi bisnis II yang mengatakan bahwa aplikasi *Ezurance Smart Customer* ini sering mengalami *error* dan belum banyak diketahui para nasabah cabang Serang.

Hasil wawancara pada table 1.1 ini didapatkan secara langsung dengan melalui wawancara dengan karyawan divisi bisnis II PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Penulis berfokus membahas terkait kurang optimalnya aplikasi *Ezurance Smart Customer* dan pemanfaatan tren media sosial menggunakan aplikasi instagram. Hal ini yang menjadikan penulis tertarik untuk mendalami dan menyusun tugas akhir ini dengan judul “Penerapan *Customer Relationship Management* Pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah ini berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas. Rumusan masalah pada tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *customer relationship management* (CRM) pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang?
2. Apa hambatan pada penerapan *customer relationship management* (CRM) di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang?

### **C. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan tugas akhir ini berdasarkan uraian dari rumusan masalah di atas. Tujuan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan *customer relationship management* (CRM) pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang.
2. Untuk mengetahui hambatan penerapan *customer relationship management* (CRM) pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang.

### **D. Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari pembahasan pada tugas akhir ini bersifat teoritis maupun praktis. Manfaat dari tugas akhir ini sebagai berikut:

#### **a. Secara Teoritis atau Bagi Ilmu Pemasaran**

Manfaat dari tugas akhir ini sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para pembaca. Para pembaca akan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang *customer relationship management* (CRM), cara menerapkan CRM dengan tepat dan benar serta manfaat yang diperoleh perusahaan. Manfaat selanjutnya, para pembaca dapat mengetahui secara detail penerapan *customer relationship management* (CRM) yang digunakan PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang.

#### **b. Secara Praktis atau Bagi Perusahaan**

Manfaat dari tugas akhir ini diharapkan dapat membantu PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang mengoptimalkan penerapan *customer relationship management* (CRM)

pada perusahaannya. Saran yang telah diberikan oleh penulis diharapkan dapat menjadi panduan bagi perusahaan dalam penggunaan *customer relationship management* (CRM). Sehingga kualitas layanan di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang menjadi lebih baik dan memuaskan bagi pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi Nurkholis, Damayanti. (2023). Aplikasi Mobile Transaksi Jasa Penyebrangan Berbasis Framework React Native. *Jurnal Teknoinfo*, Vol. 17, No. 2, 502-511.
- Eka Komalasari, Nurmasari. (2020). Analisis Pelaksanaan Customer Relationship Management Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol. 6 No. 1.
- Kania Amalia, Hari Ginardi, Abdul Munif. (2018). Perancangan dan Desain CRM pada Aplikasi CallTenant. *Jurnal TEKIK ITS*, Vol. 7, No. 1 .
- Martias. (2016). Penerapan Customer Relationship Management Pada Industri Jasa Telekomunikasi. *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri*, 418-425.
- Martina Rahmawati Masitoh, Muhammad Johan Widikusyanto. (2017). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Pada Niat Beli Ulang Secara Online. *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 3, No.1.
- Meithia Fani, Febianti Putri Noor Wahyuni, Shintiya Gebi Fitriya, Muhammad Viqri, Ferdyanto Tanyo Nugroho, Dyva Claretta, Dian Hutami Rahmawati. (2022). Customer Relationship Management PR PT. Indosat Mojokerto dengan Pelanggan di Masa Pandemi. *Jurnal Signal*, Vol.10, No.1.
- Mella Amanda, Retno Febriani P, Juan Reza H, Zulfachmi. (2022). Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Kasus: Singgah Selalu & Rumah Kue Alifa). *Bangkit Indonesia*, Vol. 11, No.01.
- Mochammad Rizki Romdoni, Lia Rosanty, Liza Safitri, Aggry Saputra. (2023). Implementasi CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Website pada Angkasa Photo Studio Tanjungpinang. *Jurnal Bangkit Indonesia*, Vol. 12, No.01.
- Mutiara Retna Rachmaniah. (2020). *Peran Divisi Sales and Marketing Dalam Mengimplementasikan Customer Relationship Management Di Greenotel Cilegon Banten*, Tugas Akhir, dipublikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Nabila Salma Khairunnisaa, Alim Murtani. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan. *Manajemen, Akuntansi, Perbankan Syariah dan Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1 No. 2, 674-685.

- Prudential Indonesia. (2024). *Mengenal Asuransi*. Diakses pada 8 Juni 2024:  
<https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/fungsiasuransi/#pentingnyapunyaasuransi>
- PT. Jasa Raharja Putera. (2021). *Karir*. Diakses pada 12 Mei 2024:  
[https://jrp.co.id/?page\\_id=6843](https://jrp.co.id/?page_id=6843)
- PT. Jasa Raharja Putera. (2021). *Sejarah Perusahaan*. Diakses pada 17 Maret 2024:  
[https://jrp.co.id/?page\\_id=2180](https://jrp.co.id/?page_id=2180)
- PT. Jasa Raharja Putera. (2021). *Struktur Organisasi*. Diakses pada 12 Mei 2024:  
[https://jrp.co.id/?page\\_id=7009](https://jrp.co.id/?page_id=7009)
- Raffy Putra Gustia. (2023). Penerapan Customer Relationship Management Bank Danamon Cabang Serang. Tugas Akhir, dipublikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Rochmat Sholihin. (2019). *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada PT Sankyu Indonesia International Cilegon Branch*, Tugas Akhir, dipublikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Sherla Onassis, Tasik Utama, dan Sutarno. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi Tren*, Vol 4, No 3, 647-653.
- Siti Monalisa, M.Kom Jukhri Syahputra Bancin. (2020). Rancang Bangun Electronic Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Hotel dengan Framework Of Dynamic CRM Studi Kasus : Hotel Hermes One Subulussalam. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, Vol. 7, No. 1, 1-8.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

