

ABSTRAK

Perkembangan era modern ini membuat berbagai perubahan dan perkembangan pada berbagai bidang, salah satunya pada bidang industri jasa kurir. Saat ini persaingan bisnis jasa kurir semakin ketat dan mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat mempertahankan eksistensinya untuk menarik pelanggan agar tetap menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas pelanggan Pos Indonesia masih rendah, dibuktikan dengan penjualan yang mengalami penurunan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, *brand image*, kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, serta memberikan usulan strategi CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Pos Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *mixed method*. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dan *Customer Relationship Management* (CRM). Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta strategi CRM yang dapat dilakukan Pos Indonesia adalah dengan peningkatan layanan, bekerja sama dengan *e-commerce*, meningkatkan aplikasi CRM, dan memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dan melakukan kegiatan promosi.

Kata kunci: kepercayaan, *brand image*, kepuasan pelanggan, kualitas layanan dan loyalitas pelanggan