

**ANALISIS EFEKTIVITAS *ELECTRONIC CUSTOMER  
RELATIONSHIP MANAGEMENT* (e-CRM) PADA APLIKASI  
TOMORO COFFEE DI JAKARTA**

**AMALIA NABILA**

**1702520047**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas  
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL  
PROGRAM SARJANA TERAPAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2024**

**ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF ELECTRONIC  
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (e-CRM) ON  
APPLICATION TOMORO COFFEE IN JAKARTA**

**AMALIA NABILA**

**1702520047**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**This thesis is written to fulfill one of the requirements to obtain an  
Applied Bachelor's degree, Faculty of Economics, State University of  
Jakarta.**

**DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM  
APPLIED UNDERGRADUATE PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

**2024**

# LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

## SURAT PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Solikhah, M.M.  
NIP/NIDK : 196206231990032001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Rahmi, S.E., M.S.M.  
NIP/NIDK : 198305012018032001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Amalia Nabila  
No. Registrasi : 1702520047  
Program Studi : Sarjana Terapan Pemasaran Digital  
Judul Proposal Penelitian : Analisis Efektivitas *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM) pada Aplikasi TOMORO Coffee di Jakarta

untuk mengikuti Seminar Proposal Penelitian.

Jakarta,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Solikhah, M.M.  
NIP.196206231990032001.

Rahmi, S.E., M.S.M.  
NIP. 198305012018032001

Mengetahui,  
Koord. Program Studi Pemasaran Digital

Apdi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D  
NIP.197412212008121001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

# LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id  
Laman: fe.unj.ac.id

## SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Sholikhah, M.M.  
NIP/NIDK : 196206231990032001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Rahmi, S.E., M.S.M.  
NIP/NIDK : 198305012018032001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Amalia Nabila  
No. Registrasi : 1702520047  
Program Studi : D4 Pemasaran Digital  
Judul Skripsi : Analisis Efektivitas *Electronic Customer Relationship Management (e-CRM)* pada Aplikasi TOMORO Coffee di Jakarta

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 5 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Dra. Sholikhah, M.M.  
196206231990032001

Dosen Pembimbing II

Rahmi, S.E., M.S.M.  
198305012018032001

Mengetahui,  
Koord. Program Studi Pemasaran Digital

Andi Muhammad Adat, S.E., M.M., Ph.D.  
NIP.197412212008121001


1. Formulir Harus Diketik
2. Tanda tangan harus asli

## LEMBAR PENGESAHAN






### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.  
NIP. 197002122008121001

| No | Nama  | Tanda Tangan  | Tanggal         |
|----|---|---|-----------------|
| 1  | Agung Kresnamurti Rivai P, ST., MM.<br>NIP. 197404162006041001<br>(Ketua Sidang)    |   | 6 Agustus 2024  |
| 2  | Dewi Agustin Pratama Sari,<br>S.E., M.S.M<br>NIP. 199308272020122024<br>(Penguji 1) |  | 6 Agustus 2024  |
| 3  | Andi Muhammad Sadat,<br>SE., M.Si., Ph.D<br>NIP. 197412212008121001<br>(Penguji 2)  |  | 6 Agustus 2024  |
| 4  | Dra. Solikhah, MM<br>NIP. 196206231990032001<br>(Pembimbing 1)                      |  | 06 Agustus 2024 |
| 5  | Rahmi, S.E., M.S.M.<br>NIP. 198305012018032001<br>(Pembimbing 2)                    |  | 06 Agustus 2024 |

Nama : Amalia Nabila  
No. Registrasi : 1702520047  
Program Studi : D4 Pemasaran Digital  
Tanggal Lulus : 30 Juli 2024

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 07 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan

A handwritten signature in blue ink is written over a 4000 Rupiah revenue stamp. The stamp is rectangular and features the text 'REPUBLIK INDONESIA' at the top, '4000' in the center, and 'METERAI TEMPEL' at the bottom. A unique identification number '4068AAJX01111399' is printed at the bottom of the stamp.

Amalia Nabila

# LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amalia Nabila  
NIM : 1705620047  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/Prodi Pemasaran Digital  
Alamat email : [clickblaze12@gmail.com](mailto:clickblaze12@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :  
Analisis Efektifitas *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM) pada Aplikasi TOMORO Coffee di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Agustus 2024

Penulis

( Amalia Nabila )

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penerapan *electronic customer relationship management* (e-CRM) pada aplikasi TOMORO Coffee di Jakarta yang berpengaruh terhadap membangun hubungan dengan pelanggan. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sedangkan teknik analisis yang digunakan ialah analisis deskriptif, analisis tabulasi sederhana dan skor rata-rata. Dari hasil penelitian yang didapatkan ialah dimensi yang berhubungan dengan e-CRM pada penelitian ini yaitu *web design*, *search capabilities*, *loyalty programme*, *payment methods* dan *customer support* termasuk kedalam kategori sangat baik jika dilihat dari skor kriteria dan dibuktikan dengan hasil pengukuran skor rata-rata menunjukkan tingkat efektivitas interval sangat efektif. *Web design* dilihat dari pengukuran pada skor kriteria masuk dalam kategori sangat baik dan berdasarkan skor rata-rata yaitu 3.43 termasuk dalam tingkat interval sangat efektif. *Search capabilities* dilihat dari pengukuran skor kriteria masuk dalam kategori sangat baik dan skor rata-rata yaitu 3.47 termasuk dalam tingkat interval sangat efektif. *Loyalty programme* dilihat dari pengukuran skor kriteria masuk dalam kategori sangat baik dan berdasarkan skor rata-rata yaitu 3.40 masuk dalam kategori tingkat interval sangat efektif. *Payment methods* jika dilihat dari pengukuran skor kriteria masuk dalam kategori sangat baik dan pengukuran skor rata-rata yaitu 3.37 masuk dalam kategori tingkat interval sangat efektif. *Customer support* dilihat dari pengukuran skor kriteria masuk dalam kategori sangat baik dan jika dilihat dari skor rata-rata yaitu 3.41 masuk dalam kategori sangat efektif. Adapun urutan tertinggi efektivitas dari dimensi e-CRM ialah *search capabilities*, *web design*, *customer support*, *loyalty programme* dan *payment methods*.

**Kata Kunci:** Efektivitas e-CRM, *Web Design*, *Search Capabilities*, *Loyalty Programme*, *Payment Methods*, *Customer Support*



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effectiveness of the application of electronic customer relationship management (e-CRM) in the TOMORO Coffee application in Jakarta which affects building relationships with customers. This study uses a type of quantitative research with purposive sampling technique. While the analysis techniques used are descriptive analysis, simple tabulation analysis and average scores. From the research results obtained, the dimensions related to e-CRM in this study, namely web design, search capabilities, loyalty programs, payment methods and customer support, are included in the excellent category when viewed from the criteria score and are evidenced by the results of the average score measurement showing the effectiveness level of the very effective interval. Web design seen from the measurement of the criteria score is in the very good category and based on the average score of 3.43, it is included in the very effective interval level. Search capabilities seen from the measurement of the criteria score are in the very good category and the average score of 3.47 is included in the very effective interval level. Loyalty program seen from the measurement of the criteria score is in the very good category and based on the average score of 3.40, it is included in the very effective interval level category. Payment methods when viewed from the measurement of the criterion score fall into the very good category and the measurement of the average score of 3.37 falls into the category of very effective interval levels. Customer support when viewed from the measurement of the criteria score is in the very good category and when viewed from the average score of 3.41 is in the very effective category. The highest order of effectiveness of the e-CRM dimension is search capabilities, web design, customer support, loyalty programs and payment methods.*

**Keywords:** *e-CRM Effectiveness, Web Design, Search Capabilities, Loyalty Program, Payment Methods, Customer Support*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji Rasa Syukur tidak pernah lupa saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, kemudahan dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan sehingga mendapatkan gelar sarjana terapan. Walaupun dalam penulisan penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, namun penulis tetap bersyukur telah sampai pada titik penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini akan saya persembahkan untuk:

1. Dra. Sholikhah, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang sudah sabar dan meluangkan waktu untuk senantiasa membimbing dan memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Rahmi, S.E., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membantu dan membimbing sampai akhir dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Prodi yang ikut serta dalam membantu proses penyusunan skripsi ini.
4. Prof Usep Suhud, M.Si., P.hD selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Segenap Civitas Academica Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi yang sudah memberikan kesempatan untuk saya bisa menempuh pendidikan dan memperoleh ilmu sebagai manfaat yang besar dengan program studi Pemasaran Digital.

6. Dosen – dosen program studi Pemasaran Digital yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
7. Untuk kedua orang tua saya yaitu bapa Slamet Waluyo dan ibu Fajriyah yang begitu tulus dan banyak memberikan doa, dorongan secara mental & material, yang selalu sabar dengan proses saya dalam meniti pendidikan dan jasanya yang tidak pernah habis oleh waktu.
8. Kedua saudara kandung saya Nila Alief Rahmatika dan Syifa Al-Izza yang selalu memberikan support, motivasi dan dukungan lain yang tidak pernah bisa terhitung dalam proses penyusunan skripsi ini, beserta keponakan saya Afiza Ghania Zafira Hartono yang selalu menghibur saya.
9. Kepada teman-teman yang telah banyak membantu dan memberikan support dalam penyusunan skripsi ini terkhusus yaitu Gusty Mutiara Medina juga teman-teman sekelas saya yaitu Abi Muhammad Fauzan, Aisyah Salsabila, Valleyana Juhri, Maulia Ashari, Fadal Mahardika, Hanipah Rahmawati, Radinka Fatanayra, Tya Nura'ini, Nur Eko Fikriyadi, Yohana Anastasya, Renata dan rekan-rekan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL .....                                    | iii  |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....                                       | iv   |
| LEMBAR PENGESAHAN.....   | v    |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....  | vi   |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....  | vii  |
| ABSTRAK .....  | viii |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | ix   |
| LEMBAR PERSEMBAHAN.....  | x    |
| DAFTAR ISI .....   | xii  |
| DAFTAR TABEL.....  | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN .....  | 1    |
| A. Latar Belakang Penelitian .....   | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....   | 26   |
| C. Tujuan Penelitian.....  | 26   |
| D. Manfaat Penelitian .....  | 26   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....   | 28   |
| A. <i>Relationship Marketing</i> .....                                       | 28   |
| B. Definisi <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i> ..... | 28   |
| C. Faktor Keberhasilan E-CRM .....   | 29   |
| D. Faktor Kelemahan e-CRM .....  | 30   |
| E. Komponen e-CRM .....  | 31   |
| F. Fitur-Fitur Umum E-CRM .....  | 32   |
| G. Manfaat E-CRM.....  | 33   |
| H. Dimensi E-CRM .....   | 34   |
| I. Penerapan konsep E-CRM pada Aplikasi TOMORO Coffee .....                  | 36   |
| J. Penelitian Terdahulu.....   | 39   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....  | 43   |

|   |     |
|---|-----|
| A. Waktu dan Tempat Penelitian.....   | 43  |
| B. Desain Penelitian.....   | 43  |
| C. Populasi dan Sampel .....  | 43  |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....  | 46  |
| E. Pengembangan Instrumen .....   | 47  |
| F. Uji Instrumen Penelitian .....   | 52  |
| G. Teknik Analisis Data .....   | 55  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....  | 58  |
| A. Analisis Deskriptif .....  | 58  |
| 1. Profil Responden.....  | 58  |
| 2. Uji Instrumen Penelitian .....   | 62  |
| B. Analisis Deskriptif <i>Electronic Customer Relationship Management (e-CRM)</i> ..... | 64  |
| 1. <i>Web Design</i> .....  | 65  |
| 2. <i>Search Capabilities</i> .....   | 66  |
| 3. <i>Loyalty Programme</i> .....   | 68  |
| 4. <i>Payment Methods</i> .....   | 69  |
| 5. <i>Customer Support</i> .....  | 71  |
| C. Analisis Rata-rata <i>Electronic Customer Relationship Management (e-CRM)</i> .....  | 72  |
| BAB V PENUTUP .....   | 74  |
| A. Kesimpulan .....   | 74  |
| B. Implikasi.....   | 76  |
| C. Keterbatasan Penelitian.....   | 78  |
| D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....   | 79  |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 80  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | 85  |
| HASIL TURNITIN.....   | 111 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....  | 112 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Penggunaan Internet Per-Januari 2023.....                    | 1  |
| Gambar 1.2 Data Grafik Ukuran Pasar Transformasi Digital Global .....   | 2  |
| Gambar 1.3 Data Pasar Kopi Modern di Asia Tenggara 2023 .....           | 3  |
| Gambar 1.4 Gerai TOMORO Coffee Indonesia .....                          | 5  |
| Gambar 1.5 Logo TOMORO Coffee Sumber: Mall of Indonesia .....           | 5  |
| Gambar 1.6 Menu Cloud Series TOMORO Coffee .....                        | 7  |
| Gambar 1.7 Aplikasi TOMORO Coffee pada Play Store & Apps Store.....     | 8  |
| Gambar 1.8 Rating Aplikasi TOMORO Coffee .....                          | 10 |
| Gambar 1.9 Rating Aplikasi FORE & Kopi Kenangan Indonesia.....          | 11 |
| Gambar 1.10 Keluhan Aplikasi Error & Tidak Ada Tanggapan .....          | 12 |
| Gambar 1.11 Keluhan Lokasi yang Tidak Akurat.....                       | 13 |
| Gambar 1.12 Keluhan Perubahan Alamat Dalam Pemesanan .....              | 13 |
| Gambar 1.13 Keluhan Kesulitan Pemesanan di Aplikasi.....                | 14 |
| Gambar 1.14 Keluhan Fitur pada Aplikasi.....                            | 15 |
| Gambar 1.15 Keluhan Kurangnya Pusat Informasi di Aplikasi.....          | 15 |
| Gambar 1.16 Keluhan Kesulitan dalam Penggunaan Aplikasi .....           | 16 |
| Gambar 1.17 Keluhan Informasi Promo yang Tidak Sesuai.....              | 17 |
| Gambar 1.18 Keluhan Informasi Promo yang Tidak Sesuai.....              | 17 |
| Gambar 1.19 Keluhan Kekecewaan Konsumen Mengenai Promo .....            | 17 |
| Gambar 1.20 Keluhan Informasi Promo yang Tidak Sesuai.....              | 18 |
| Gambar 1.21 Keluhan Informasi Promo yang Tidak Sesuai.....              | 18 |
| Gambar 1. 22 Keluhan Informasi Promo yang Tidak Sesuai.....             | 18 |
| Gambar 1.23 Keluhan Informasi Promo yang Tidak Sesuai.....              | 19 |
| Gambar 1.24 Keluhan Dalam Proses Pembayaran dan Pemesanan.....          | 20 |
| Gambar 1.25 Keluhan Pembayaran di Aplikasi Menggunakan Shopeepay .....  | 20 |
| Gambar 1.26 Keluhan Dalam Proses Pemesanan .....                        | 21 |
| Gambar 1.27 Keluhan Dalam Proses Pemesanan .....                        | 21 |
| Gambar 1.28 Keluhan Kurang Responsif dalam Menangani Permasalahan ..... | 22 |
| Gambar 1.29 Keluhan Permasalahan yang Kurang Ditanggapi.....            | 22 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.30 Keluhan dalam Proses Pemesanan .....             | 23 |
| Gambar 1.31 Keluhan Pelanggan dalam Layanan .....            | 23 |
| Gambar 1.32 Keluhan Permasalahan yang Kurang Ditanggapi..... | 24 |
| Gambar 2.1 Empat Faktor Penting Keberhasilan e-CRM.....      | 29 |
| Gambar 2.2 Penerapan E-CRM Pada Fitur-Fitur .....            | 37 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....  | 39 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....  | 49 |
| Tabel 3.2 Bobot Penilaian <i>Likert-type</i> .....   | 52 |
| Tabel 3.4 Rentang Skala Kriteria Keputusan .....   | 57 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                      | 59 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan .....  | 60 |
| Tabel 4.4 Uji Validitas .....  | 62 |
| Tabel 4.5 Uji Reliabilitas.....  | 64 |
| Tabel 4.6 Uji Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Web Design</i> .....                              | 65 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Search Capabilities</i> .....                         | 66 |
| Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Loyalty Programme</i> .....                           | 68 |
| Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Payment Methods</i> .....                             | 69 |
| Tabel 4.10 Uji Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Customer Support</i> .....                       | 71 |
| Tabel 4.11 Skor Rata-rata <i>Electronic Customer Relationship Management (e-RM)</i><br>..... | 73 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....     | 85  |
| Lampiran 2.1 Hasil Data Tabulasi.....      | 90  |
| Lampiran 3.1 Uji Instrumen Penelitian..... | 106 |

