

## ABSTRAK

*Perusahaan saat ini sudah mulai berpindah menggunakan Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) dibanding dengan Customer Relationship Management (CRM). Hal ini juga sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan juga kebutuhan konsumen yang selalu berubah setiap saat. E-CRM adalah kombinasi komponen perangkat keras dan perangkat lunak, proses, aplikasi dan komitmen dari aktivitas manajemen untuk mengembangkan pelayanan pelanggan dengan kualitas yang sangat baik. Namun, sedikit diketahui mengenai bagaimana berbagai aktivitas dapat memberikan dampak bagi organisasi ataupun perusahaan yang bersangkutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan pengaruh pengimplementasian e-CRM terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di industry sepeda motor, khususnya di AHASS Putri Jaya Motor Group.*

*Penelitian ini fokus pada fitur e-CRM yang diimplementasikan AHASS Putri Jaya Motor Group Brebes dan untuk menemukan fitur mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal yang paling penting adalah menjaga hubungan dengan pelanggan dan memprioritaskan kepuasan pelanggan agar dapat tetap bersaing dalam kondisi saat ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang distribusikan kepada responden dan terdapat 110 responden. Metode Structural Equation Modeling (SEM) digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur e-CRM (Reminder Service, Product and Service Offered, Pick Up Service, Booking Service, Online Consultation, Online Feedback Platform) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, loyalitas pelanggan juga akan selalu dipengaruhi kepuasan pelanggan.*

*Kata Kunci: CRM, e-CRM, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*