

Evaluasi Media Sosial Sebagai CRM Pada Universitas dengan Information Systems Success Model

Herti Yani¹, Beny²

*Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa¹
Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa²
Jl. Jendral Sudirman, Thehok –Jambi, Indonesia
adeherti@unama.ac.id¹, beny@unama.ac.id²*

Abstract

Social CRM provides a new conceptual and structural framework based on Web 2.0 and Social Media to guide the activities of educational institutions in attracting and retaining customers. This study evaluates the measurement of the success of Social CRM adoption in universities by integrating Critical Success Factors and the DeLone and McLean Information System Success Model. Evaluation of the successful adoption of Social CRM in universities is carried out using the DeLone and McLean Information Systems Success Model with the criteria for information quality, system quality and service quality components which are formulated from the classification of critical success factors. The results showed that the Information Quality variable had a positive effect on Use variable with a significance level of 0.000 (<0.05), System Quality variable had positive effect on Use with a significance level of 0.030 (<0.05), System Quality variable had a positive effect on User Satisfaction variable with a significance level of 0.000 (<0.05), Service Quality variable had a positive effect on Use variable with a significance level of 0.000 (<0.05), and Use variable had a positive effect on Net Benefit variable with significance level of 0.000 (<0.05).

Keywords : critical success factors, crm, information system success model, social media

Abstrak

Social CRM memberikan kerangka kerja konseptual dan struktural baru yang berbasis pada Web 2.0 dan Media Sosial untuk mengarahkan kegiatan institusi pendidikan dalam menarik dan mempertahankan customer. Penelitian ini mengevaluasi pengukuran kesuksesan adopsi Social CRM pada Universitas Dinamika Bangsa dengan mengintegrasikan Critical Success Factors dan DeLone and McLean Information System Success Model. Evaluasi kesuksesan adopsi Social CRM pada perguruan tinggi dilakukan dengan menggunakan DeLone and McLean Information Systems Success Model dengan kriteria-kriteria komponen information quality, system quality dan service quality yang dirumuskan dari pengklasifikasian terhadap critical success factors. Hasil penelitian menunjukkan variabel *Information Quality* berpengaruh terhadap variabel *Use* dengan tingkat signifikansi yaitu 0.000 (<0.05), variabel *System Quality* berpengaruh terhadap variabel *Use* secara signifikan dengan tingkat signifikansi 0.030 (<0.05), variabel *System Quality* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* tingkat signifikansi 0.000 (<0.05), variabel *Service Quality* berpengaruh terhadap variabel *Use* dengan tingkat signifikansi 0.000 (<0.05), dan variabel *Use* berpengaruh terhadap variabel *Net Benefit* dengan tingkat signifikansi 0.000 (<0.05).

Kata kunci : critical success factors, crm, information system succes model, media sosial

1. Pendahuluan

Semakin bertumbuhnya institusi pendidikan tinggi di provinsi Jambi menghadirkan persaingan yang mewajibkan adanya kemampuan pengelolaan institusinya secara profesional layaknya sebuah perusahaan. Pengelolaan yang baik memungkinkan bagaimana institusi pendidikan mampu memiliki mutu yang baik, dari mutu yang baik dapat memberikan daya saing yang tinggi. Di sisi lain, *stakeholders* membutuhkan informasi yang lebih bernilai guna, bersifat transparans dan akuntabilitas terjamin. Sebagaimana halnya sebuah perusahaan, institusi pendidikan yang tidak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya akan menghadapi masalah-masalah baru yang lebih kompleks lagi dikarenakan dampak *bad word-of-mouth* dari *stakeholder* (baik dari lulusan maupun pengguna lulusan).

Institusi pendidikan dapat memfokuskan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswanya berupa penyediaan informasi yang terkini melalui media sosial. Ini adalah salah satu bentuk upaya untuk dapat mengelola hubungan antara institusi pendidikan dengan mahasiswanya sebagai pelanggan, dimana media sosial dijadikan media perantara antara bisnis dan pelanggannya dengan praktis dan biaya yang cukup terjangkau. Kegiatan yang dimaksud [1] dikenal sebagai *Social Customer Relationship Management* (SCRM) [2]. SCRM yang dikelola dengan baik dapat memberikan perusahaan kemampuan untuk berinteraksi lebih dekat dengan pelanggan [3]. Di sisi lain SCRM juga memiliki dampak negatif dimana publikasi opini maupun review negatif dari pelanggan yang tidak dapat dihindarkan [4][5]. Sosial CRM terdiri dari dua dimensi yaitu dimensi CRM dan dimensi sosial media [6]. Dimensi CRM terdiri atas tiga komponen dasar dari proses CRM tradisional yaitu inisiasi hubungan (akuisisi), pemeliharaan (retensi), dan penghentian. Munculnya sosial media diidentifikasi dengan cara sosial media tersebut memengaruhi setiap komponen, akan tetapi tidak ada perbedaan antara jenis sosial media tersebut, karena sosial media berkembang pesat, dan aplikasi baru terus-menerus diperkenalkan ke pasar [7].

Universitas Dinamika Bangsa memiliki beberapa sosial media yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian informasi ke mahasiswa salah satu media sosial yang digunakan yakni Instagram. Pada saat ini Instagram Universitas Dinamika Bangsa memiliki 4409 pengikut. Untuk mengevaluasi kesuksesan penerapan sosial media sebagai *Social Customer Relationship Management* (SCRM) dapat menggunakan *DeLone and McLean Information Systems Success Model*. Evaluasi kesuksesan Social CRM pada Universitas Dinamika Bangsa dilakukan menggunakan *DeLone and McLean Information Systems Success Model* dengan kriteria-kriteria komponen *information quality, system quality dan service quality* [8]. Dari penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Jalal yang dimana penelitiannya berjudul *Investigating the Crucial Factors Affecting the Social CRM Implementation and Its Benefits in Iraqi Healthcare Industry* membuktikan bagaimana penyebaran teori inovasi dan teori kelembagaan dapat digunakan untuk memperjelas implementasi Social CRM di industri kesehatan di Irak. Dampak signifikan lain dari penelitiannya ini adalah potensi praktek. Studi ini membantu dalam menemukan CSF dalam implementasi CRM sosial di industri kesehatan Irak dan akan menawarkan kebijakan bagi praktisi untuk memilih pendekatan yang benar untuk disposisi Social CRM dalam kesehatan dan dampaknya, untuk meningkatkan nilainya. Studi ini memberikan dasar bagi keputusan eksekutif tentang strategis, sosial, dan operasional dari pelaksanaan Social CRM sosial di kesehatan. Penelitian ini menawarkan bukti eksperimental strategis, sosial, dan manfaat operasional akan membantu keputusan manajemen untuk implementasi Social CRM pada organisasi kesehatan [9]

2. Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini berguna sebagai pedoman untuk menyelesaikan tahapan penelitian dan sebagai acuan yang sistematis.

a. Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini penulis melakukan identifikasi masalah terhadap objek yang diteliti, untuk mengetahui permasalahan. Adapun permasalahan pada penelitian ini yakni Bagaimana pengukuran kesuksesan Social CRM pada Universitas Dinamika Bangsa dengan *DeLone and McLean IS Success Model*.

b. Studi Literatur

Pada tahap ini penulis melakukan pencarian landasan-landasan teori yang didapatkan dari jurnal, buku, hingga internet untuk melengkapi konsep-konsep dan teori yang digunakan.

c. Konseptual Model

Konseptual model diawali dengan identifikasi faktor-faktor yang diperoleh dari studi literatur lalu membuat hipotesis yang dapat menggambarkan hubungan antar pengguna aplikasi dengan kesuksesan aplikasi dalam memenuhi keinginan pengguna. Pengembangan hipotesis pada penelitian ini di dapat dari variabel-variabel berdasarkan penelitian sebelumnya. Hipotesis harus diuji kebenarannya, apakah data-data yang terkumpul mendukung hipotesis atau justru sebaliknya, yaitu menolak hipotesis yang diajukan. Terdapat dua pernyataan dalam hipotesis, yaitu:

- Hipotesis Nol (H₀)

Hipotesis Nol adalah sebuah pernyataan yang secara umum diterima. Perumusan awal suatu parameter populasi harus dinyatakan dengan nilai yang pasti.

- Hipotesis alternatif (H₁)

Sedangkan, penolakan hipotesis nol berarti adanya penerimaan terhadap hipotesis alternatif dan pernyataan pada hipotesis alternatif diperbolehkan memiliki beberapa nilai kemungkinan.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dan teori yang digunakan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini dibuat berdasarkan hubungan antara *System Quality*, *Information Quality* dan *Service Quality* dengan *Intention to Use*, *User Satisfaction* dan *Net Benefits* aplikasi Instagram Universitas Dinamika Bangsa.

d. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Penyusunan kuesioner dengan menetapkan indikator-indikator setiap variabel input untuk mengevaluasi kesuksesan penerapan aplikasi SCRM pada Universitas Dinamika Bangsa dengan menggunakan *DeLone and McLean Information Systems Success Model*. Kuisisioner menggunakan skala likert 4 poin, yaitu: 1) sangat tidak setuju; 2) tidak setuju; 3) setuju; 4) sangat setuju. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria pernah menggunakan Media Sosial khususnya Instagram Universitas Dinamika Bangsa. Metode ini merupakan pengumpulan data dengan memberikan kuesioner kepada pengguna aplikasi Instagram Universitas Dinamika Bangsa dalam bentuk *google forms*.

e. Analisis Data

Tahapan selanjutnya yaitu melakukan analisis data untuk mengukur sejauh mana pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan aplikasi Instagram sebagai SCRM Universitas Dinamika Bangsa berdasarkan hasil pengukuran menggunakan metode *DeLone and McLean Information Systems Success Model*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Demografi Responden

Model SEM yang memiliki banyak parameter harus diestimasi dengan jumlah sampel yang besar untuk dapat menghasilkan estimasi yang *reliable*. Sementara itu dengan jumlah sampel yang relatif kecil akan diperoleh hasil yang juga kurang memadai karena adanya varian yang negatif (*Heywood case*) dan *non-convergent solution* (Amos tidak mampu menyelesaikan estimasi). [10]

Analisis SEM membutuhkan sampel setidaknya 5 kali jumlah variabel indikator yang digunakan [10]. Pada penelitian ini memiliki 25 indikator, sehingga dari jumlah indikator dikali 6 dan dapat diambil responden sebanyak 150 orang responden. Kualifikasi responden terdiri dari beberapa bagian yang ditampilkan pada tabel 1.

Tabel 1 Demografi Responden

Jenis Responden	Jumlah Responden	Persentase
Mahasiswa Aktif	122	81,33
Alumni	24	16,00
Stakeholder	4	2,66
Total	150	100

Dari tabel 1 dapat dilihat yang lebih dominan mengunjungi akun Instagram @universitasdinamikabangsa adalah mahasiswa aktif yang memang membutuhkan informasi terbaru tentang kampus ini. Instagram sebagai salah satu media sosial memang sangat membantu sekali dalam hal penyampaian informasi apa lagi pada saat pandemi sekarang ini.

3.2 Model Pengukuran

Mengacu kepada teori analisis data statistik yaitu *Structural Equation Model* (SEM), maka pada penelitian ini, tahapan awal yang dilakukan adalah melakukan analisis *Measurement Model* yang terdiri dari dua bagian, yaitu: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Adapun tujuan kedua pengujian tersebut adalah untuk mengeliminasi apabila ada indikator yang tidak valid.

3.2.1 Uji Validitas

Pada pengujian ini terdiri dari dua bagian, yaitu: uji validitas diskriminan dan uji validitas konvergen. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika kuesioner tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diukur melalui kuesioner tersebut dan ditampilkan dalam bentuk angka. Dengan uji validitas dapat diketahui mana saja kuesioner-kuesioner yang valid atau tidak.

a. Uji Validitas Konvergen

Setiap konstruk memiliki indikatornya masing-masing, sedangkan setiap konstruk dapat mempengaruhi konstruk lainnya bergantung kepada korelasi antar konstruk tersebut. Tujuan dari uji validitas konvergen ini adalah untuk mengetahui pengaruh indikator sebuah konstruk terhadap konstruknya serta terhadap konstruk lainnya. Sebuah indikator dikatakan valid apabila nilainya lebih dari > 0,6 dan nilai indikator pada konstruk tersebut harus lebih besar dibandingkan terhadap konstruk lainnya.

Tabel 2 *Loading Factor*

		Estimate
U	<--- SQ	.540
U	<--- IQ	.644
U	<--- SeQ	.562
US	<--- SQ	.703
US	<--- IQ	.550
US	<--- SeQ	.200
US	<--- U	.501
NB	<--- U	.795
NB	<--- US	.132
SQ1	<--- SQ	.801
SQ2	<--- SQ	.754
SQ3	<--- SQ	.729
SQ4	<--- SQ	.582
SQ5	<--- SQ	.755
IQ1	<--- IQ	.874
IQ2	<--- IQ	.746
IQ3	<--- IQ	.759
IQ4	<--- IQ	.833
SeQ1	<--- SeQ	.829
SeQ2	<--- SeQ	.930
SeQ3	<--- SeQ	.819
U1	<--- U	.629
U2	<--- U	.695
U3	<--- U	.682
U4	<--- U	.625
U5	<--- U	.688
U6	<--- U	.714
U7	<--- U	.653
NB1	<--- NB	.762
NB2	<--- NB	.713
NB3	<--- NB	.757
US1	<--- US	.847
US2	<--- US	.661
US3	<--- US	.897

Tabel 2 merupakan hasil luaran dari AMOS 21.00 khususnya *cross loading factor*. Tabel ini menyajikan hasil dimana indikator setiap konstruk bernilai > 0,6. Syarat pertama pada uji validitas konvergen telah terpenuhi.

b. Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan bertujuan untuk melihat hubungan antara indikator pada sebuah konstruk dengan konstruk lain pada saat sekali pengujian. Untuk mengetahui validitas pada pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai AVE (*Average Variance extracted*) dengan korelasi antar

konstruk lain pada model. Syarat tercapainya uji validitas diskriminan apabila nilai AVE melebihi angka 0,05.

Tabel 3 Nilai AVE tiap construct

Construct	Average Variance Extracted (AVE)
IQ	0,736
NB	0,757
SQ	0,681
SeQ	0,822
U	0,612
US	0,783

Dari tabel 3, nilai AVE masing-masing konstruk diatas 0,05. Oleh sebab itu, uji validitas diskriminan ini dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk bernilai valid.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan metode AMOS, reliabilitas indikator refleksif pada penelitian ini ditentukan dari nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk setiap blok indikator *first order* pada konstruk reflektif.

Tabel 4 Reliability

Construct	Composite Reliability	Keterangan
IQ	0,898	Reliable
NB	0,704	Reliable
SQ	0,867	Reliable
SeQ	0,895	Reliable
U	0,630	Reliable
US	0,816	Reliable

3.3 Uji Hipotesis

Setelah melalui pengujian Validitas Convergen, Validitas Diskriminan, dan Reliabilitas, tahapan pengujian selanjutnya adalah pengujian terhadap hipotesis. Nilai koefisien *Path* atau *Inner* model akan menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis, uji signifikansi dilakukan menggunakan metode *Bootstrapping*.

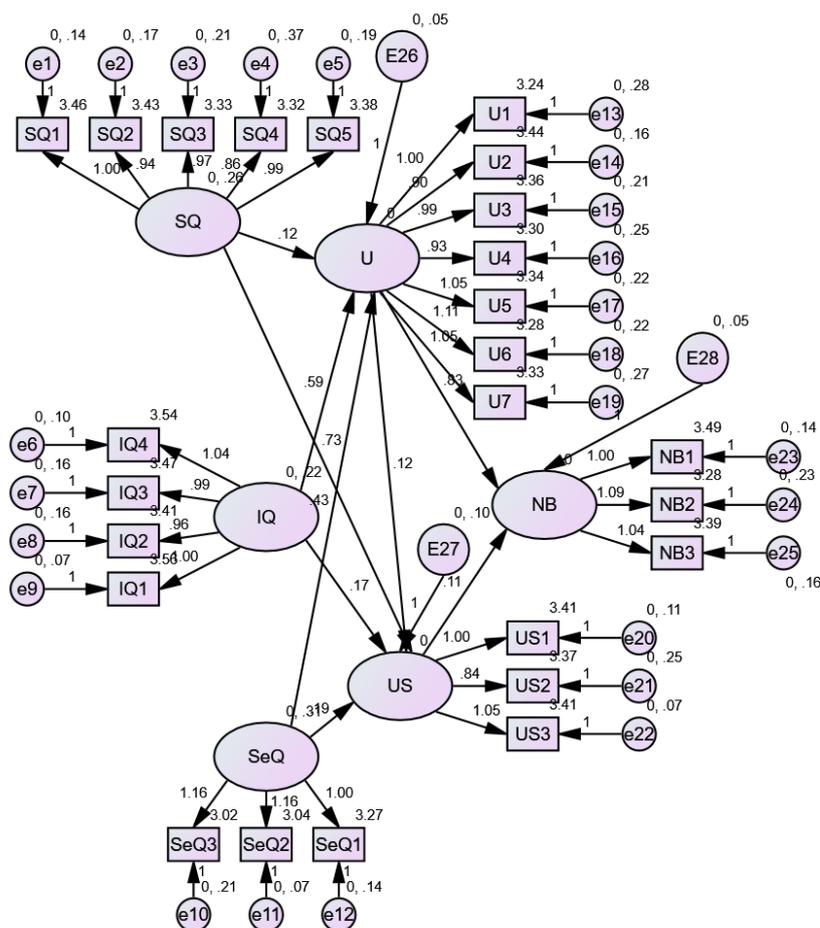
Pada penelitian ini terdapat 9 buah hipotesis yang akan diuji. Untuk melakukan uji hipotesis digunakan 2 kriteria yaitu nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) dan nilai *T-statistic*. Kriteria nilai Koefisien Jalur adalah positif jika pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya adalah searah. Dan jika nilai Koefisien Jalur adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya adalah berlawanan arah. Untuk kriteria nilai *T-statistic* adalah >1,96 dan sebuah hipotesis disebut signifikan apabila nilai probabilitas/signifikansi (*P Value*) <0,05.

Tabel 5 Hasil Hipotesis

No	Hipotesis	Hubungan	Estimate	C.R	P	Hasil
1	H1	IQ -> U	.589	6.831	.000	Diterima
2	H2	IQ -> US	.167	1.069	.285	Ditolak
3	H3	SQ -> U	.119	2.172	.030	Diterima

4	H4	SQ -> US	.727	7.556	.000	Diterima
5	H5	SeQ -> U	.430	6.352	.000	Diterima
6	H6	SeQ -> US	.187	1.598	.110	Ditolak
7	H7	U -> NB	.831	6.379	.000	Diterima
8	H8	U -> US	.123	.560	.576	Ditolak
9	H9	US -> NB	.113	1.663	.096	Ditolak

- a. Untuk pengujian hipotesis H1, hasil pengolahan data didapatkan bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah 0,000 (Positif), nilai C.R 6.831 (>1,96), dan untuk nilai *p-values* yaitu 0,000 (<0,05). Sehingga kita menerima hipotesis H1. Dari hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa *Information Quality* sangat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hasil ini relevan dengan penelitian terdahulu [11] [12]
- b. Untuk pengujian hipotesis H2, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah .285 (Positif), nilai C.R 1.069 (>1,96), dan *p-values* yang didapatkan yaitu .285 (>0,05), sehingga kita menolak H2. Oleh sebab itu disimpulkan bahwa *Information Quality* dari aplikasi ini tidak mempengaruhi tingkat *User Satisfaction* / kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini berbeda dengan dua penelitian sebelumnya. [13] [14]
- c. Untuk pengujian hipotesis H3, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah 0,122 (positif), nilai C.R sebesar 2,204 (>1,96) dan nilai *p-values* yaitu 0,028 (<0,05), oleh sebab itu hipotesis H3 pada penelitian ini diterima. Ini menggambarkan bahwa *Sistem Quality* / kualitas sistem mempengaruhi niat penggunaan dari aplikasi tersebut. Hal ini sejalan dengan dua hasil penelitian terdahulu. [15] [16]
- d. Untuk pengujian hipotesis H4, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah .000 (positif), nilai C.R konstruk adalah sebesar 7.556 (>1,96) dan nilai *p-values* yaitu 0,000 (<0,05), oleh sebab itu kita menerima hipotesis H4. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa *User Satisfaction* / kepuasan pengguna bergantung terhadap *Sistem Quality* / kualitas sistem yang ada. Hal ini sejalan dengan dua penelitian terdahulu. [17] [18]
- e. Untuk pengujian hipotesis H5, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah .000 (positif), nilai C.R konstruk adalah sebesar 6.352 (>1,96) dan nilai *p-values* yaitu 0,000 (<0,05), oleh sebab itu kita menerima hipotesis H5. Dapat disimpulkan *Service Quality* / kualitas layanan berpengaruh terhadap *User* / pengguna, hasil dalam penelitian ini relevan dengan hasil yang diperoleh oleh penelitian terdahulu. [19]
- f. Untuk pengujian hipotesis H6, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah .110 (positif), nilai C.R konstruk adalah sebesar 1.598 (<1,96) dan nilai *p-values* yaitu .110 (>0,05), sehingga kita menolak hipotesis H6. Hasil ini tidak selaras dengan hasil yang diperoleh oleh penelitian terdahulu. [20] [21]
- g. Untuk pengujian hipotesis H7, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah .000 (positif), nilai C.R konstruk adalah sebesar .560 (>1,96) dan nilai *p-values* yaitu 0,000 (<0,05), sehingga kita menerima hipotesis H7. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Net Benefit* / manfaat yang dirasakan oleh pengguna akan mempengaruhi performa dari *User* / pengguna itu sendiri. Hasil ini selaras dengan dengan penelitan sebelumnya. [22][21]
- h. Untuk pengujian hipotesis H8, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah .560 (positif), nilai C.R konstruk adalah sebesar .560 (<1,96) dan nilai *p-values* yaitu 0,126 (> 0,05), sehingga kita menolak hipotesis H8. Hasil ini tidak selaras dengan hasil penelitian terdahulu. [23]
- i. Untuk pengujian hipotesis H9, dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah .096 (positif), nilai C.R konstruk adalah sebesar 1.663 (>1,96) dan nilai *p-values* yaitu 0,01 (<0,05), sehingga kita menolak hipotesis H9. Hasil dalam penelitian ini selaras dengan hasil yang diperoleh oleh penelitian terdahulu. [24]



Gambar 1 Luanan BootStrapping

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa metode *is success model* yang digunakan pada penelitian ini dengan 9 buah hipotesis yang telah dikembangkan, setelah dianalisis 5 hipotesis memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengguna Social CRM instagram Universitas Dinamika Bangsa, dengan nilai *original sample* positif, nilai *t statistic* >1,96 dan nilai *p-values* <0,05. Sedangkan 4 hipotesis ditolak karena tidak adanya pengaruh signifikan terhadap pengguna instagram tersebut. Adapun pengguna aplikasi instagram Universitas Dinamika Bangsa didorong oleh 2 variabel utama dalam metode *is success model* yaitu *use* dan *user satisfaction*. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil pengujian hipotesis. Kesimpulan dari pengujian hipotesis yang telah dianalisis yaitu :

- Information Quality* berpengaruh terhadap *Use* dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05).
- System Quality* berpengaruh terhadap *Use* dengan tingkat signifikansi yaitu 0,030 (<0,05).
- System Quality* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* dengan tingkat signifikansi yaitu 0,000 (<0,05)
- Service Quality* berpengaruh terhadap *Use* dengan tingkat signifikansi yaitu 0,000 (<0,05).
- User* berpengaruh terhadap *Net Benefit* dengan tingkat signifikansi yaitu 0,000 (<0,05).

Daftar Pustaka

- [1] Paul. Greenberg, *CRM at the speed of light : social CRM strategies, tools, and techniques for engaging your customers*. McGraw-Hill, 2010.
- [2] S. Yasiukovich and M. Haddara, "Social CRM in SMEs: A systematic literature review," in *Procedia Computer Science*, 2021, vol. 181, pp. 535–544. doi: 10.1016/j.procs.2021.01.200.

- [3] H. G. Kim and Z. Wang, "Defining and measuring social customer-relationship management (CRM) capabilities," *Journal of Marketing Analytics*, vol. 7, no. 1, pp. 40–50, Mar. 2019, doi: 10.1057/s41270-018-0044-8.
- [4] P. Greenberg, *CRM at the speed of light: Capturing and keeping customers in Internet real time*. McGraw-Hill Professional, 2001.
- [5] M. Marolt, H. D. Zimmermann, A. Žnidaršič, and A. Pucihar, "Exploring social customer relationship management adoption in micro, small and medium-sized enterprises," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 15, no. 2, pp. 38–58, 2020, doi: 10.4067/S0718-18762020000200104.
- [6] S. Dewnarain, H. Ramkissoon, and F. Mavondo, "Social customer relationship management: An integrated conceptual framework," *Journal of Hospitality Marketing and Management*, vol. 28, no. 2, pp. 172–188, Feb. 2019, doi: 10.1080/19368623.2018.1516588.
- [7] E. C. Malthouse, M. Haenlein, B. Skiera, E. Wege, and M. Zhang, "Managing customer relationships in the social media era: Introducing the social CRM house," *Journal of interactive marketing*, vol. 27, no. 4, pp. 270–280, 2013.
- [8] W. H. DeLone and E. R. McLean, "Information systems success: The quest for the dependent variable," *Information systems research*, vol. 3, no. 1, pp. 60–95, 1992.
- [9] A. N. Jalal, M. Bahari, and A. Kumar Tarofder, "Exploring Information Systems Research Boundaries-Series 1 Investigating the Crucial Factors Affecting the Social CRM Implementation and Its Benefits in Iraqi Healthcare Industry IntelliRehab Project View project Knowledge inflows and Absorptive capacity," *Elsevier*, no. July, 2019.
- [10] J. F. Hair, A. H. Money, P. Samouel, and M. Page, "Research methods for business," *Education+ Training*, 2007.
- [11] A. Kholis, D. Husrizalsyah, and A. Pramana, "Analisis Model Delone and Mclean pada Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, vol. 4, no. 2, pp. 116–128, 2020.
- [12] M. Muhammad and A. Arief, "Evaluasi Faktor-Faktor Sukses Sistem Informasi Rumah Sakit pada Rumah Sakit XYZ Menggunakan Model Delone & Mclean," *IJIS-Indonesian Journal On Information System*, vol. 5, no. 2, pp. 168–177, 2020.
- [13] I. B. G. M. Buana and N. G. P. Wirawati, "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, vol. 22, no. 1, pp. 683–713, 2018.
- [14] A. Suradi and M. W. Windarti, "Penerapan Model Delone Dan Mclean Pada Si-Pmb Online Dari Perspektif Pengguna Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan," *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, vol. 11, no. 1, pp. 241–248, 2020.
- [15] K. Karnita, A. Kurniawan, and A. Suangga, "Analysis of online BPHTB application success system using information system success models Delone and Mclean (Case study of the revenue service, financial management, and regional assets of Subang regency)," *JPSAM (Journal of Public Sector Accounting and Management)*, vol. 1, no. 1, pp. 55–69, 2019.
- [16] D. Pertiwi, F. R. Sejati, and S. Prasetyaningrum, "Analisis Kesuksesan Sistem E-Commerce Yang Berpartisipasi Pada Harbolnas Dengan Menggunakan Model Delone & Mclean," *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, vol. 6, no. 2, pp. 237–252, 2020.
- [17] M. Ernawati, E. H. Hermaliani, and D. N. Sulistyowati, "Penerapan DeLone and McLean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile," *ikraith-informatika*, vol. 5, no. 1, pp. 58–67, 2021.
- [18] Djuhono Tan, Suyatno, and Siti Aliyah, "Pengujian Kesuksesan Sistem Informasi Model Delone & Mclean Pada Sektor Publik," *University Research Colluqoium*, pp. 111–122, 2015.
- [19] A. H. Azizah, S. Sandfreni, and M. B. Ulum, "Analisis Efektivitas Penggunaan Portal Resmi Merdeka Belajar Kampus Merdeka Menggunakan Model Delone and Mclean," *Sebatik*, vol. 25, no. 2, pp. 303–310, 2021.
- [20] L. S. Wara, L. Kalangi, and H. Gamaliel, "Pengujian Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone Dan Mclean Pada Sistem Aplikasi Pemeriksaan (Siap) Di Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Sulawesi Utara," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill"*, vol. 12, no. 1, pp. 1–15, 2021.
- [21] B. Buanawati, H. Sopa, N. Harun, and R. Mita Amalia, "Peran Kualitas Layanan Dan Kualitas Sistem Enterprise Resource Planning (Erp) Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Dilingkungan

- Universitas Padjadjaran,” *Dharmakarya*, vol. 8, no. 1, p. 20, 2019, doi: 10.24198/dharmakarya.v8i1.19564.
- [22] L. Marselina, I. Kaniawulan, and H. D. Singasatia, “Analisis Kesuksesan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Model Delone And Mclean,” *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains*, vol. 4, no. 3, pp. 193–198, 2022.
- [23] R. Novianto, “Analysis of Success Factor Sistem Informasi Akademik (Siakad) Use the Delone and McLean Model (Case Study Stie Muhammadiyah Pringsewu Lampung),” *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, vol. 11, no. 1, pp. 42–47, 2020.
- [24] A. Arfian, “Analisa Efektifitas Dan Kepuasan Pengguna Website Kecamatan Jonggol,” *Jurnal Inkofar*, vol. 1, no. 2, pp. 13–24, 2018, doi: 10.46846/jurnalinkofar.v1i2.13.