

STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

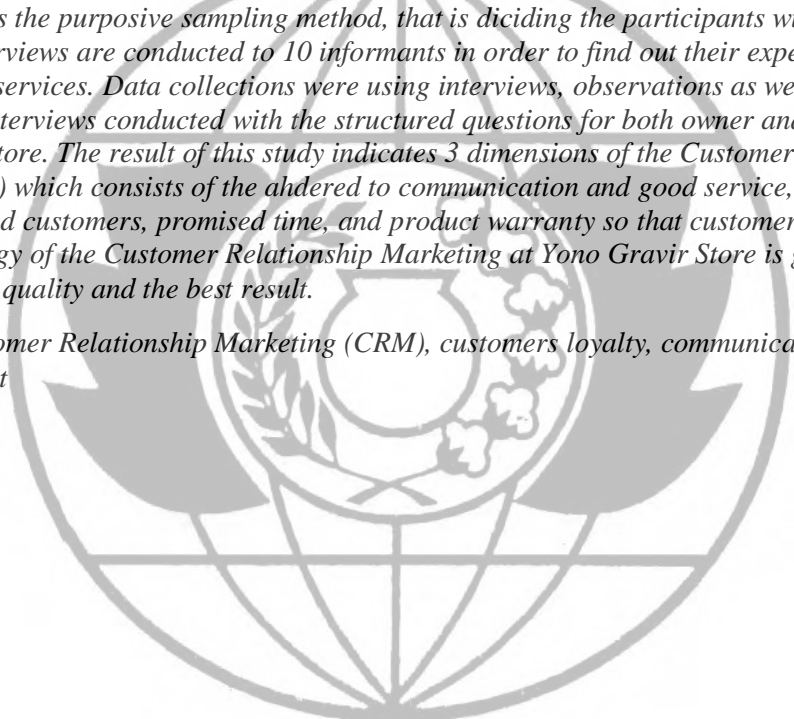
Syavira Larasati
Syaviral1998@gmail.com
Sulistyo Budi Utomo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to find out the strategy of the Customer Relationship Marketing (CRM) toward the customers loyalty. The business that has been established since 2012 is the sculpturing service and located at Ngagel. The informants of this study were customers who have experienced in ordering the products at Yono Gravir in the last 5 months. The method of this study is qualitative. This study applies the purposive sampling method, that is diciding the participants with the certain criteria. The interviews are conducted to 10 informants in order to find out their experience in using the Yono Gravir services. Data collections were using interviews, observations as well as documentating interviews conducted with the structured questions for both owner and the customers of Yono Gravir Store. The result of this study indicates 3 dimensions of the Customer Relationship Marketing (CRM) which consists of the adhered to communication and good service, and trust between seller and customers, promised time, and product warranty so that customers keep loyal. Hence, the strategy of the Customer Relationship Marketing at Yono Gravir Store is giving the best service, the good quality and the best result.

Keywords : *Customer Relationship Marketing (CRM), customers loyalty, communication, commitment, trust*



STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Syavira Larasati
Syaviral1998@gmail.com
Sulistyo Budi Utomo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan. Usaha yang sudah ditekuni dari tahun 2012 ini bergerak dalam bidang ahli pahat (jasa) dan berlokasi di jalan Ngagel. Dengan adanya pandemi sejak maret 2020, usaha ini juga mengalami penurunan dari penjualan hingga pelanggan. Untuk menaikan penurunan tersebut menurut pemilik dengan melakukan komunikasi dengan pelanggan yang loyal dan royal. Informan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah memesan produk di *Store Yono Gravir* dalam 5 bulan terakhir.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang berarti memilih sampel dilakukan dengan kriteria tertentu. Interview atau wawancara yang dilakukan terhadap 10 informan untuk mengetahui pengalaman mereka di dalam menggunakan jasa dari *store yono gravir*. Metode yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumen dengan pertanyaan terstruktur untuk pemilik dan pelanggan dari *Store Yono Gravir* dari peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 3 dimensi di dalam customer relationship marketing (CRM) yang terdiri dari komunikasi yang baik dan terjaga dalam pelayanannya, kepercayaan yang diberikan antara penjual dan pembeli dalam desain, waktu, produk dan harga, dan komitmen yang diberikan penjual terhadap pembeli dengan memberikan jaminan atau garansi produk agar pelanggan tetap setia terhadap *store yono gravir*. Strategi *Customer Relationship Marketing* yang dilakukan *Store Yono Gravir* yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik, kualitas dan hasil produk yang baik dari informan.

Kata kunci : *Customer Relationship Marketing* (CRM), Loyalitas Pelanggan, Komunikasi, Komitmen, Kepercayaan