

ABSTRAK

PENERAPAN CRM SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STADI KASUS : PO PUSPA JAYA)

*CRM Implementation As Effort To Increase Customer Satisfaction And Customer
Loyalty (Case Stady : PO Puspa Jaya)*

Oleh

Indana Lestari

14311279

Perkembangan teknologi di dunia yang sangat pesat saat ini membawa pengaruh yang besar terhadap kinerja perusahaan di seluruh bidang bisnis baik dalam perusahaan dagang maupun jasa. Dalam mempertahankan daya saing yang lebih maju, maka perusahaan harus terus mengembangkan teknologi, hal lain yang perlu diperhatikan dalam membuat perusahaan lebih maju adalah relasi dengan para pelanggan yang juga merupakan hal penting untuk selalu dijaga. Dalam upaya pengelolaan hubungan yang baik dengan calon pelanggan maupun pelanggan, perusahaan menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM). CRM merupakan suatu pelayanan terhadap pelanggan yang bersifat personal, dengan bertujuan memberi pengalaman yang konsisten, sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan, dan juga mendapatkan relasi yang baik dalam jangka waktu panjang. Dengan menerapkan E-CRM yang baik, perusahaan akan lebih mudah berinteraksi dengan calon pelanggan maupun pelanggan dan menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Pelanggan juga dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat dan mudah.

Perancangan Sistem Customer Relationship Management (CRM) disini saya menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) yang terdiri dari *usecase diagram*, *usecase skenario*, *activity diagram* dan *class diagram*

Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) Pelayanan Informasi Berbasis *Web* pada PO Puspa Jaya ini dapat diukur menggunakan pengukuran kuesioner Delone dan McLean (2003). Dengan hasil perhitungan menggunakan kuesioner dengan dihitung menggunakan skala Likert menyatakan bahwa dari empat puluh responden tersebut menyatakan sangat setuju dengan rata-rata hasil perhitungan 86,71%.

Kata kunci: CMR, PO Puspa Jaya, pelanggan