

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Risandi Fitra Mustikaningrum

20130530173

Strategi CRM dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Gotosovie Tahun 2016-2017

Tahun Skripsi: 2017 + 110 halaman

Daftar Kepustakaan: 20 buku + 5 jurnal + 5 Sumber Internet + 2 Skripsi

Jumlah industri *fashion* yang semakin banyak, membuat pasar semakin sempit, sehingga persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus menggunakan strategi untuk memenangkan dan bertahan di dalam persaingan. Melalui penelitian ini, penulis menganalisa pelaksanaan strategi *customer relations management* di Gotosovie dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, studi kasus dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan strategi *customer relations management* telah berjalan dengan cukup baik, Strategi *customer relations* yang digunakan oleh Gotosovie dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan komunikasi *after selling* pada pelanggan, meningkatkan mutu produk, menanggapi keluhan dengan tindak lanjut yang baik (*complain handling*), serta menerapkan program CRM yang berupa promosi penjualan, Charity Event, melibatkan pelanggan dalam event komunitasnya dan pemberian *reward* kepada pelanggan. Namun, Strategi CRM yang dijalankan masih kurang lengkap karena kurang efektifnya evaluasi yang dilakukan perusahaan. Evaluasi yang berjalan di Gotosovie belum kompleks, sehingga perusahaan belum bisa maksimal dalam meningkatkan mutu pelayanan kedepannya, serta strategi promosi lainnya yang juga mendukung pelaksanaan CRM.

Kata Kunci : Strategi, *Customer Relations*, Loyalitas Pelanggan