

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL)

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Muhammad Saiful Aziz (20150530233)

***Customer Relationship Management Business to Business* D'Senopati Malioboro Grand Hotel pada Tahun 2017-2018**

Tahun Skripsi: 2019

Daftar Pustaka: 13 buku + 11 jurnal

D'Senopati Malioboro Grand Hotel merupakan salah satu hotel bintang 3 yang ada di Yogyakarta. Dalam usianya yang baru menginjak dua tahun, D'Senopati Malioboro Grand Hotel tercatat memiliki angka yang cukup tinggi dalam pemesanan kamar terutama dalam segmen pelanggan *travel agent*. Hal tersebut cukup tinggi di usianya yang masih cukup muda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Customer Relationship Management (CRM) Business to Business* yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada strategi *CRM Business to Business* yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel pada tahun 2017-2018. Data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh dengan wawancara dan dokumentasi dengan objek penelitian D'Senopati Malioboro Grand Hotel.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *CRM* yang dilakukan telah dilaksanakan dengan cukup baik. *CRM Business to Business* dilakukan dalam beberapa tahapan yakni pengumpulan data *travel agent*, analisis dan identifikasi target *travel agent*, pengembangan program *CRM*, implementasi, dan evaluasi. Namun masih terdapat kekurangan dalam hal analisis dan identifikasi target *travel agent* terutama dalam identifikasi *travel agent* terbaik karena belum menggunakan konsep *Life Time Value (LTV)* sebagai landasannya. Selanjutnya adalah kurangnya inovasi yang dimunculkan dalam kegiatan *CRM* serta kurang komprehensifnya evaluasi yang dilakukan sehingga menjadi kekurangan yang ada dalam *CRM* yang dilakukan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Business to Business, Mempertahankan Pelanggan*

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences (FISIPOL)

Communication Studies Program

Public Relations Concentration

Muhammad Saiful Aziz (20150530233)

Customer Relationship Management Business to Business D'Senopati Malioboro Grand Hotel in Years 2017-2018

Thesis Year: 2019

Bibliography: 13 books +11 journals

D'Senopati Malioboro Grand Hotel is a 3 star hotel in Yogyakarta. In the age of just turned two years, D'Senopati Malioboro Grand Hotel recorded a high rate in room reservations, especially in the travel agent customer segments. It is quite high up in age is still quite young. The purpose of this study was to determine the strategy of Customer Relationship Management (CRM) Business to Business conducted by D'Senopati Malioboro Grand Hotel. The method used in this research is descriptive qualitative case study on the strategy of Customer Relations Business to Business is done by D'Senopati Malioboro Grand Hotel in 2017-2018. The qualitative data in this study were obtained by interview and documentation with the object of research D'Senopati Malioboro Grand Hotel.

Results from the study showed that the CRM conducted has performed quite well. CRM conducted in several stages namely travel agent data collection, analysis and identification of target travel agent, CRM program development, implementation, and evaluation. However, there are still shortcomings in terms of analysis and identification of target customers are mainly in the identification of the best customers for not using the concept of Life Time Value (LTV) as its foundation. Next up is the lack of innovation which appear in the CRM activities and lack of comprehensiveness of evaluations conducted so that a flaw that exists in CRM undertaken.

Keywords: Customer Relationship Management, Business to Business, Retain Customers