

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Penerapan Strategi *Costumer Relation Management* Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada PT. Nasmoco Bantul Tahun 2014-2015). Tujuan dari penelitian ini adalah beres mengenai hal-hal yang ingin dicapai dari masalah *Strategi Costumer Relationship Managgement* PT. Nasmoco Bantul dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yaitu untuk mengetahui bagaimana besar pengaruh penerapan *costumer relationshipmanagement* kepada loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Teknik pengumpulan data dengan observasi, arsip-arsip, wawancara. Pembahasannya dianalisis melalui hasil wawancara serta menggunakan interpretasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang, dimana semua informan merupakan bagian penting di PT Nasmoco Bantul. Dari hasil deskriptif diperoleh (a)adanya kemauan dari karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen,(b)adanya pengetahuan dalam memberikan pelayanan kepada kosnumen, adanya fasilitas yang disediakan oleh perusahaan karyawan untuk mendukung pekerjaan yang nantinya akan berdampak pada kualitas pelayanan pada konsumen, (c)adanya pengetahuan komunikasi dari karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumen,(d)adanya sifat kejujuran dan sifat dapat dipercaya dari perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik buat konsumen,(e)adanya jaminan keamanan yang diberikan pada konsumen baik dalam hal administrasi, asuransi ataupun hal transaksi secara *online* ataupun secara *off line.*, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan yang membeli produk dari perusahaan PT Nasmoco Bantul, tidak semata menjadi pembeli di waktu itu. Dengan program *Customer Relationship Management* ini diharapkan, pelanggan tersebut bisa kembali bahkan dengan membantu pemasaran ke konsumen lain. Adanya kesiapan dari karyawan dalam menerima dan mempertahankan pelanggan sangat menjadi kunci utama perusahaan dalam ambil adil untuk mempertahankan palanggan. Fasilitas dari perusahaan sebagai faktor pendukung diharapkan bisa mempermudah interaksi antara karyawan perusahaan ke pelanggan.

**Kata Kunci: Komunikasi, Costumer Relation Management, Layanan, Loyalitas, Pelanggan**

## **ABSTRACT**

This thesis entitled Implementation of Customer Relationship Management Strategy in Improving Service Quality and Customer Loyalty (case study at PT Nasmoco Bantul Year 2014-2015). The purpose of this study is about the things to be achieved from the problem Customer Relationship Management Strategy PT. Nasmoco Bantul in improving service quality and customer loyalty to know the influence of customer relationship management to customer loyalty. This research uses descriptive method with qualitative approach. Descriptive research method is a method of research conducted with the main purpose for the picture or picture of a situation objectively. Qualitative research is a research process that produces descriptive data into written or oral words of people and observed behavior. Data finishing techniques with observation, archives, interviews. Discussion is analyzed through interviews and interpretation. Informants in this study are 3 people, where all informants are an important part in PT Nasmoco Bantul. From the descriptive results are obtained (a) the willingness of employees in providing services to consumers, (b) the existence of knowledge in providing services to consumers, the facilities provided by employee companies to support the work that will impact on service quality to consumers, (c) The existence of communication knowledge from the employees directly related to the consumer, (d) the existence of honesty and trustworthy nature of the company in providing the best service quality for the consumer, (e) the existence of the security guarantee given to the consumer both in terms of administration, Both online and off line. , Can be drawn conclusions from customers who buy products from the company PT Nasmoco Bantul, can not be a buyer at that time. With the Customer Relationship Management program is expected, these customers can return to normal by helping marketing to other consumers. The readiness of receiving and retaining customers is a key factor for the benefit of customers. Facilities from the company as a supporting factor is expected to interaction between company employees to customers.

**Keywords: Communication, Customer Relationship Management, Service, Loyalty, Customers**