

Penerapan customer relationship management dalam membentuk loyalitas pelanggan pada aktivitas pemasaran konsultan jasa BUMN (kasus : PT Energy Management Indonesia) = Customer relationship management implementation 10 build a customer loyalty in a state-owned service company marketing activities (case: PT Energy Management Indonesia)

Yustina Dwiratna G., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340955&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini ingin menggambarkan proses penerapan Customer Relationship Management (CRM) untuk membentuk loyalitas pelanggan di konsultan jasa BUMN, yaitu PT Energy Management Indonesia (Persero). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif analitis. Hasil penelitian menyarankan bahwa konsultan harus mampu menghantarkan nilai jasa yang memiliki diferensiasi selaras dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya, kemudian digrdirkan dengan saluran komunikasi pribadi yang tepat akan terbentuk reputasi perusahaan. Reputasi ini yang membuat konsultan banyak diperbinenngkan sehingga dapat membentuk sikap positif, persepsi baik, serta kepercayaan pada benak pengguna jasa. Pengalaman baik pengguna jasa juga membentuk kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berpotensi meraih kesetiaan pelanggan.

.....This research is designed to analyze the process of Customer Relationship Management in forming a customer loyalty in a state-owned consultant company, PT Energy Management Indonesia (Persero). This is a qualitative research with analytic descriptive design. The result of this research conveys that consultant/hm; to serve the customer in a good manner. than it will be spread by appropriate personal communication chmmels. such as word of with and personal selling. As a result, the reputation grows. It will surely affect positive view, good perception. and trust of the costumers. Trust and fine experiences that gained have a potential tendency to get customer satisfaction, which at the entry would highly possible reach the customer loyalty.