ABSTRAK

Nama/NIM : Sally Nur Syafitri / 2014-52-098
Judul : Strategi *customer relationship management* divisi *account executive* sebagai upaya meningkatkan loyalitas pelanggan Indo*Trading*.com.
Jumlah Halaman : 64 Halaman
Kata kunci : Strategi *customer relationship management*, Loyalitas Pelanggan, *account executive*
Daftar pustaka : 35 Judul buku

Ditengah persaingan bisnis digital, pelaku usaha harus tetap mempertahankan keberlangsungan usahanya dan berusaha mencari peluang dengan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan agar mereka tetap bertahan. Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh PT.Inovasi Sukses Sentosa [Indo*Trading*.com] dalam membangun loyalitas pelanggan dengan mempertahankan pelanggan yang ada, sehingga mereka loyal dan tidak pindah kepesaing lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *Customer relationship management* dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di Indo*Trading*.com.

Untuk membangun loyalitas pelanggan maka perlu adanya strategi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan yang dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer relationship management* merupakan konsep pemasaran hubungan antara perusahaan dengan pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang dan saling menguntungkan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif studi kasus dengan tujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Strategi *Customer relationship management* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Indo*Trading.com*, dengan penerapan mengkategorisasikan perusahaan yang loyal (bergabung lebih dari 2 tahun) setiap tahunnya akan di kasih bingkisan pada hari-hari besar. Contohnya parcel pada perayaan Idul Fitri atau pun hari raya Natal bagi yang beragama kristen.