

ABSTRAK

Laowo, Andreas. Analisis Inovasi Layanan Digital Teknologi Informasi dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kesetiaan Konsumen pada PT. Kencana Mulia Abadi. Skripsi. Pembimbing (1) Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu bentuk manajemen spesifik membahas teori tentang pengelolaan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata pelanggan. Melalui implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas dan meningkatkan pendapatan dari pelanggan. analisis ini terfokus pada inovasi layanan digital teknologi informasi dan *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap kesetiaan konsumen akan mengeksplorasi dampak dari teknologi dan strategi manajemen hubungan pelanggan terhadap loyalitas konsumen dalam konteks perusahaan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana inovasi layanan digital dan *customer relationship management* untuk meningkatkan kesetiaan konsumen pada PT. Kencana Mulia Abadi. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan dengan 4 tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi layanan digital memungkinkan PT. Kencana Mulia Abadi untuk memberikan kemudahan akses, pengalaman pengguna yang lebih baik, dan personalisasi kepada konsumen. Dengan adanya platform online, konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi dan mendapatkan informasi produk terbaru. CRM memainkan peran penting dalam mengelola hubungan dengan pelanggan

Kata kunci: teknologi informasi, CRM, kesetiaan, konsumen.

ABSTRACT

Laowo, Andreas. Analysis of Information Technology Digital Service Innovation and Customer Relationship Management on Consumer Loyalty at PT. Eternal Noble Kencana. Thesis. Supervisor (1) Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.

Customer Relationship Management (CRM) is a specific form of management discussing theories about managing relationships between companies and customers, with the aim of increasing the company's value in the eyes of customers. Through effective implementation of Customer Relationship Management (CRM), companies can increase customer satisfaction, strengthen loyalty and increase revenue from customers. This analysis focuses on digital service innovation, information technology and Customer Relationship Management (CRM) on consumer loyalty. It will explore the impact of technology and customer relationship management strategies on consumer loyalty in a particular company context. This research aims to find out how digital service innovation and customer relationship management can increase consumer loyalty to PT. Eternal Noble Kencana. The type of research used is qualitative. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. The data analysis technique was carried out in 4 stages, namely data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that digital service innovation allows PT. Kencana Mulia Abadi to provide easy access, better user experience and personalization to consumers. With the online platform, consumers can easily make transactions and get the latest product information. CRM plays an important role in managing relationships with customers

Keywords: information technology, CRM, loyalty, consumers