

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui "Analisis Implementasi *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kamar Gadget (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Customer Relationship Management* Di PT. Wilujeng Berkah Abadi)". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan *Customer Relationship Management* oleh CEO pada perusahaannya, implementasi *Customer Relationship Management* Kamar Gadget dalam meningkatkan kepuasan pada konsumen dan implementasi *Customer Relationship Management* Kamar Gadget dalam memberikan solusi permasalahan yang konsumen alami.

Metode yang digunakan pada penelitian ini kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah (1) Kamar Gadget menerapkan *Customer Relationship Management* untuk menjalin hubungan baik kepada *customer* serta memberikan nilai tambahan kepada Kamar Gadget, diterapkannya *Customer Relationship Management* menjadi kepuasan bagi perusahaan. (2) Implementasian Kamar Gadget yang memberikan kepuasan pada konsumen, maka *Customer Relationship Management* memberikan banyak mengenai pelayanan serta info – info atau penawaran menarik setelah pembelian yang dilakukan oleh *customer*. *Customer Relationship Management* Kamar Gadget dalam meningkatkan kepuasan pembelian pada *customer* yaitu dengan cara memberikan hal – hal menarik dengan berupa aksesoris kelengkapan iphone, *voucher* dan bonus yang dilakukan sebagai target dari kepuasan *customer* setelah melakukan pembelian. (3) Solusi permasalahan yang konsumen alami pada Kamar Gadget mampu diatasi dengan cepat dan sangat tanggap, di mana dengan memaksimalkannya tugas serta fungsi *Customer Relationship Management* pada Kamar Gadget ini sudah cukup dikatakan baik dalam memberikan solusi kepada konsumen.

Kata Kunci: Analisis, *Customer Relationship Management*, Kepuasan, Loyalitas Konsumen