

## ABSTRAK

Pelanggan merupakan aspek yang paling penting dari sebuah bisnis. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan sangat tergantung pada kemampuan memuaskan pelanggan dan pada akhirnya dapat mempertahankan para pelanggannya. PT. Telekomunikasi Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi. Berkaitan dalam menghadapi persaingan bisnis telekomunikasi berbasis Telepon genggam yang ketat saat ini, PT. Soonpoh Technologies Jakarta Selatan perlu melaksanakan strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk mempertahankan pelanggannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan Customer Relationship Management di PT. Soonpoh Technologies dalam mempertahankan pelanggan loyal.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi sebagai bagian dari komunikasi pemasaran, Customer Relationship Management yang meliputi strategi CRM dan mempertahankan pelanggan. Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep tahapan Customer Relationship Management menurut Kalakota dan Robinson. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana tehnik pengumpulan data melalui wawancara berstruktur. Penulis menyajikan gambaran maupun uraian mengenai pelaksanaan strategi Customer Relationship Management sebagaimana adanya yang didapatkan dari lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas pelaksanaan Customer Relationship Management di PT. Soonpoh Technologies. Guna untuk mempertahankan pelanggan loyal maka PT Soonpoh melaksanakan Customer Relationship Management dalam bentuk sebuah event dan personal selling. Di dalam sebuah event dan personal selling tersebut PT Soonpoh Technologies berhasil melakukan berbagai upaya menjalin hubungan pelanggan antara lain meningkatkan kebersamaan dan komunikasi dengan pelanggan menjalin interaksi serta meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Kata Kunci : *customer relationship management*, loyalitas pelanggan