

## ABSTRACT

**TITLE** : **Implementation of Web-Based Customer Relationship Management Strategies in Maintaining Customer Loyalty (CASE STUDY: MARKETING INFORMATION SYSTEM IN Muslimah Group)**

**NAME** : **ZIKRA ALHAFIZ SYUKRY**

**NO.BP** : **18101152610100**

**PROGRAM STUDY** : **SISTEM INFORMASI**

**DEGREE GRANTED** : **STRATA 1 (S1)**

**ADVISERS** : **1. Silfia Andini, S.Kom, M.Kom**  
**2. Muhammad Ikhlas, S.Kom, M.Kom**

*Customer Relationship Management (CRM) is a company strategy used to pamper customers so they don't turn away. The CRM program is implemented to win the hearts of customers, by allocating all existing resources within the company, in order to achieve customer satisfaction. Customer satisfaction can be the basis for the realization of loyal or loyal customers. How CRM with the dimensions of people, process, and technology has a significant effect on customer loyalty. System Development Life Cycle (SDLC) is the process of developing or modifying a software system using the models and methodologies that people use to develop software systems. With the embroidery ordering information system, it can make it easier for Muslimah Group owners to record and make data more secure. With the implementation of the CRM strategy on this embroidery ordering application, it can maintain a good relationship with Muslimah Group customers. In order to ensure the security and accuracy of the data, it is better if the existing data is backed up first. It is expected that CRM with the dimensions of people, process, and technology can have a significant effect on customer loyalty.*

**Keywords** : *Customer Relationship Management, Marketing Information System, E-CRM, Web*

## ABSTRAK

**JUDUL** : Penerapan Strategi *Customer Relationship Management* Berbasis Web Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: MUSLIMAH GROUP)

**NAMA** : ZIKRA ALHAFIZ SYUKRY

**NO.BP** : 18101152610100

**PROGRAM STUDI** : SISTEM INFORMASI

**JENJANG** : STRATA 1 (S1)

**PEMBIMBING** : 1. Silfia Andini, S.Kom, M.Kom  
2. Muhammad Ikhlas, S.Kom, M.Kom

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling. Program CRM diterapkan untuk merebut hati pelanggan, dengan cara mengalokasikan seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan, agar tercapainya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal atau setia. Bagaimana CRM dengan dimensi *people*, *process*, dan *techonology* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *System Development Life Cycle* (SDLC) adalah proses mengembangkan atau mengubah suatu sistem perangkat lunak dengan menggunakan model-model dan metodologi yang digunakan orang untuk mengembangkan sistem-sistem perangkat lunak. Dengan adanya sistem informasi pemesanan bordir dapat memudahkan pemilik Muslimah Group untuk melakukan pencatatan dan data menjadi lebih aman. Dengan diterapkannya strategi CRM pada aplikasi pemesanan bordir ini dapat mempertahankan hubungan dengan pelanggan Muslimah Group yang terjalin baik. Agar keamanan dan keakuratan data lebih terjamin, sebaiknya data yang sudah ada di-backup terlebih dahulu. Diharapkan CRM dengan dimensi *people*, *process*, dan *techonology* dapat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Sistem Informasi Pemasaran , E-CRM, Web