

## ABSTRAK

### **RANCANGAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (E-CRM) DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN BERBASIS WEB. (STUDI KASUS PADA PT.ARFA MUTIARA MULIA)**

Pada era globalisasi saat ini semua kegiatan ditunjang melalui teknologi sistem informasi dan ilmu pengetahuan yang berkembang semakin pesat. Perkembangan yang semakin pesat ini menuntut para pelaku bisnis untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan bisnis. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil memperoleh faktor penting untuk kelanjutan perusahaan jika menjadikan pelanggan sebagai prioritas utamanya dan memberikan perlakuan khusus agar pelanggan bertahan dalam perusahaan tersebut. PT. Arfa Mutiara Mulia adalah perusahaan biro perjalanan umroh dan haji yang melayani paket umroh dan haji. PT. Arfa Mutiara Mulia mengalami kendala dalam penanganan keluhan yang belum optimal sehingga pelanggan masih merasa tidak puas. Selain itu pengiriman informasi rencana perjalanan dikirim melalui grup *chat*, menyebabkan terkadang pelanggan tidak menerima informasi perihal rencana perjalanan. Penyebab lainnya pelanggan ragu untuk mendaftar karena belum adanya review dari pelanggan lain. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan untuk mendapatkan informasi yang cukup tentang pelanggan dan mengolah informasi tersebut menjadi nilai tambah perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) berbasis *website* yang menyediakan *interface* antara pelanggan dengan pihak PT.Arfa Mutiara Mulia untuk menyelesaikan permasalahan yang ada sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, *Electronic Customer Relationship Management* dan Meningkatkan loyalitas pelanggan

xi + 104 halaman; 63 gambar; 24 tabel; 13 lampiran