

Loyalitas konsumen berdasarkan penerapan customer relationship management pada industri consumer goods = Customer loyalty based on customer relationship management implementation in consumer goods industry

Mutia Imro Atussoleha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20389852&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan untuk dapat unggul dibandingkan dengan kompetitor terjadi sangat kompetitif pada industry consumer goods. Strategi bisnis dan pemasaran yang efektif sangat dibutuhkan untuk menjadi keunggulan bersaing, dimana strategi harus fokus kepada tujuan jangka panjang. Loyalitas konsumen merupakan faktor yang dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan sebagai tujuan bisnis.

Penelitian ini menganalisis implementasi Customer Relationship Management (CRM) sebagai strategi yang fokus kepada hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada industri consumer goods. Implementasi Lactamil Mama Care dari PT. Sarihusada, Danone Indonesia merupakan objek yang digunakan untuk studi kasus.

Penelitian ini bersifat konklusif-deskriptif dengan desain single cross sectional. Penelitian ini terdiri dari 9 hipotesis dan 290 responden yang telah memenuhi syarat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CRM memengaruhi positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, reputasi perusahaan, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen juga memengaruhi positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Implikasi manajerial diberikan untuk meningkatkan performa perusahaan.

Massive competition occurred in consumer goods industry when every company try to become superior to other competitors. Effective business and marketing strategy is needed to become a competitive advantage and that strategy must be focus on long term objective. Customer loyalty is the important factor that influences profitability as main objective of the company.

This study analyzed Customer Relationship Management (CRM) implementation as strategy that focus on long term relationship between company and customer that impact to the customer loyalty in consumer goods industry. Lactamil Mama Care implementation from PT. Sarihusada, Danone Indonesia was the object of this case study.

This is the conclusive - descriptive study with single cross sectional design study. This study consist of 9 hypothesis with 290 qualify respondents.

Results of this study shows that CRM implementation is positively and significantly influence customer loyalty. Besides that, corporate reputation, customer satisfaction, and customer trust are also positively and significantly influence customer loyalty. Managerial implications are offered to the company for improving the business performance.