

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui *Customer Relationship Management* (Studi Warung Nasi Pecel Mak Ini Tulungagung Jawa Timur)” ini ditulis oleh Mukhammad Taufiq Saputra NIM. 12405173085, dengan pembimbing Bapak Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di warung nasi pecel Mak Ini Tulungagung Jawa Timur karena selama 46 tahun berjualan masih eksis dengan pelanggan yang konsisten dengan loyalitasnya terhadap siklus *customer relationship management*. Tempat penelitian sangat strategis karena menjadi salah satu pendiri warung nasi pecel yang terdahulu di wilayah tersebut.

Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi yang dilakukan dalam membangun loyalitas pelanggan melalui *customer relationship management* pada warung Nasi Pecel Mak Ini di Tulungagung. (2) Bagaimana sisi positif dan sisi negatif dari strategi membangun loyalitas pelanggan melalui *customer relationship management* pada warung Nasi Pecel Mak Ini di Tulungagung.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut: (1) Strategi yang digunakan yaitu dengan menjaga kualitas makanan dengan nasi yang selalu hangat saat penyajian, porsi makanan yang sesuai, harga makanan yang mudah dijangkau oleh semua kalangan, memberikan salam sambutan hangat kepada pelanggan, kemudian sering menanyakan kabar pelanggan, mengumpulkan database dengan cara menghafal nama pelanggan yang datang dan menanyakan alamat rumahnya dan membangun komunikasi konsisten dengan pelanggan melalui suka bercerita dan berbagi pengalaman dengan pelanggan. (2) Sisi positif dari strategi tersebut yaitu kebiasaan supel atau *friedly* dalam bersosialisasi, cara memperoleh data pelanggan yaitu dengan menanyai langsung kepada pelanggan, warung yang berdiri sudah lama menjadikannya dikenal oleh banyak generasi dan loyalitasnya diwariskan kepada generasi selanjutnya. Sisi negatifnya yaitu pengolahan database pelanggan yang masih konvensional yaitu dengan dihafal, kemudian karena keakraban yang terjalin membuat pelanggan suka berhutang dan usaha tersebut belum terpublikasi oleh sosial media.

**Kata Kunci:** Loyalitas dan *Customer Relationship Management*

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "Strategies to Build Customer Loyalty Through Customer Relationship Management (Study of Warung Nasi Pecel Mak Ini Tulungagung, East Java)" was written by Mukhammad Taufiq Saputra NIM. 12405173085, with the guidance of Mr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

*Researchers are interested in conducting research at the Nasi Pecel Mak Ini stall, Tulungagung, East Java because for 46 years selling still exists with customers who are consistent with their loyalty to the customer relationship management cycle. The research site is very strategic because it was one of the founders of the previous Nasi Pecel stall in the area.*

*The focus in this research are: (1) What is the strategy to build customer loyalty through customer relationship management at Nasi Pecel Mak Ini Tulungagung. (2) What are the positive and negative sides of the strategy to build customer loyalty through customer relationship management at this Nasi Pecel Mak Ini Tulungagung.*

*The research results obtained are as follows: (1) The strategy used is by giving warm greetings to customers, then frequently asking customers how they are, collecting databases by memorizing the names of customers who come and asking for their home addresses and building consistent communication with customers through likes. tell stories and share experiences with customers. (2) The positive side of this strategy is the habit of sociable or friendly in socializing, the way to obtain customer data is by directly asking customers, the stalls that have been around for a long time have made them known by many generations and their loyalty is passed on to the next generation. The negative side is that the customer database processing is still conventional, namely by memorizing, then because of the familiarity that exists, the customer likes to be in debt and the business has not been published by social media.*

***Keywords: Loyalty and Customer Relationship Management***