

**PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA
NAJWA COLLECTION PASAR AUR KUNING BUKITTINGGI**

KARTIKA DIVA SAFITRI

Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *Customer Relationship Management* pada Najwa Collection untuk melihat apakah hubungan antara penjual dengan pelanggan berjalan dengan baik. Penelitian ini dilakukan di pasar Aur Kuning Bukittinggi pada toko Najwa Collection. *Customer Relationship Management* adalah suatu upaya untuk mempertahankan pelanggan dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan, baik melalui *telephone*, email, umpan balik atau hasil percakapan antar karyawan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan konsumen terhadap kinerja produk dan harapan pelanggan. Konsumen adalah pihak yang memaksimumkan nilai, mereka akan membentuk harapan akan nilai dan tidakkan berdasarkan hal tersebut. Pelanggan akan membeli di perusahaan yang mereka anggap memberikan nilai bagi pelanggan (*customer value*) yang tinggi.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Kepuasan Pelanggan