**ABSTRAK**

**RIFKY FADILAH**. 160120039. Tinjauan Atas Penerapan Customer Relationship Management Pada Yogya Junction. di bawah bimbingan Angga Sulistiono.

Dari tahun ke tahun seiring perkembangan zaman, keberadaan bisnis eceran atau disebut bisnis ritel ditengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini dikarenakan berkembangnya dan berubahnya pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif dalam memenuhi kebutuhannya, dan selain itu juga adanya cara pandang masyarakat yang berubah terhadap perusahaan ritel tersebut. Secara tradisional bisnis ritel dipandang hanya sebatas penyedia barang dan jasa tetapi telah berkembang tidak hanya sekedar tempat berbelanja tetapi juga tempat rekreasi dan tempat bersosialisasi, sebagai buktinya bisnis ritel yang awalnya dikelola secara tradisional bermetamorfosa atau diubah menjadi bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif yang bisa disebut pasar modern.

 Adapun tujuan penulis yaitu 1) untuk mengetahui penerapan *customer relationship management* pada perusahaan ritel Yogya Junction, 2) untuk mengetahui manfaat *customer relationship management* pada perusahaan ritel Yogya Junction, 3) Untuk mengetahui teknologi pendukung yang digunakan pada perusahaan ritel Yogya Junction dalam menerapkan *customer relationship management.*

Hasil penelitian yang didapatkan sebagai berikut : 1) dari proses menerapkan CRM karena salah satu cara untuk mendengarkan dan mempelajari kebutuhan semua konsumen yang dilayani oleh Yogya Junction. Mengelola hubungan pelanggan berdasarkan tahapan yang diawali dengan pemahaman terhadap pasar, identifikasi konsumen dan *market requirements*, membangun *relatonship* dan mengukur kepuasan pelanggan serta evaluasi kembali akan aktifitas CRM yang telah dilakukan untuk input yang berguna dan baik untuk perbaikan perusahaan dimasa yang akan datang. 2) manfaat yang didapat Yogya dalam menerapkan CRM yaitu memperluas pengetahuan mengenai *customer,* meningkatkan kepuasan *customer*, memperbaiki waktu respon, dan mengurangi waktu mencapai pasar. 3) Yogya Junction dalam menggunakan sistem teknologi CRM yang mendukung kegiatan yang terdiri dari aplikasi marketing yang berbeda yaitu *Sales force automation* (SFA), *Customer service management,* *Managing the sales process,* *Campaign management,* dan *Analysis.* Dengan demikian, penggunaan sistem teknologi CRM yang mendukung kegiatan perusahaan yang dipaparkan oleh teori.

 Dengan CRM Yogya Junction berusaha menepatkan diri sebagai perusahaan yang dapat memberikan pelayanan dan memenuhi segala kebutuhan pelanggan. Diharapkan dengan menerapkan CRM Yogya Junction dapat memberikan pelayanan yang baik.

Kata Kunci : Pelanggan, Hubungan, Perusahaan Yogya Junction.