



ABSTRAK

STRATEGI PELAYANAN CRM DALAM MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY* ZIPZAP CORPORATION

Linda Hanifah Septiana Putri
5191711050

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan salah satu strategi bisnis yang dapat digunakan perusahaan dalam membangun hubungan baik antar perusahaan dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis strategi pelayanan CRM yang digunakan Zipzap Corporation factor yang mempengaruhi efektivitas strategi pelayanan CRM dalam meningkatkan *brand loyalty* Zipzap Corporation. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif untuk mewawancarai pelanggan Zipzap Corporation dan karyawan bidang *customer service* dari Zipzap Corporation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Zipzap Corporation mengimplementasikan strategi CRM (*Customer Service Relationship*) yang melibatkan tahapan pelayanan setelah penjualan dan setelah pengiriman. Dari perspektif pelanggan, faktor-faktor seperti kemudahan komunikasi, kualitas produk, dan kepercayaan menjadi pertimbangan utama dalam memilih vendor. Hal ini masuk dalam strategi pelayanan CRM yang juga bertujuan meningkatkan *brand loyalty* dari Zipzap Corporation. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai strategi pelayanan CRM yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk strategi bisnis dengan menjalin hubungan pelanggan yang kuat, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap tujuan dan keberlanjutan bisnis secara keseluruhan.

Kata Kunci: Strategi, Hubungan, Loyalitas

ABSTRACT

CRM SERVICE STRATEGY IN ENHANCING BRAND LOYALTY AT ZIPZAP CORPORATION

Linda Hanifah Septiana Putri
5191711050

Customer Relationship Management (CRM) is one of the business strategies that companies can employ to foster positive relationships between the company and its customers. This research aims to explore and analyze the CRM service strategies employed by Zipzap Corporation, examining the factors influencing the effectiveness of these strategies in enhancing brand loyalty for Zipzap Corporation. The research methodology utilized is qualitative, involving interviews with both Zipzap Corporation customers and customer service employees. The findings reveal that Zipzap Corporation implements CRM strategies encompassing post-sales and delivery service stages. Customer perspectives indicate that factors such as communication ease, product quality, and trust are primary considerations when selecting a vendor. These factors are integral to the CRM service strategy, aiming to enhance brand loyalty for Zipzap Corporation. This study provides insights into CRM service strategies that companies can adopt to build strong customer relationships, ultimately contributing to the overall business objectives and sustainability.

Keywords: *Strategy, Relationship, Loyalti*