

# ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PT WAHANA SUMBER BARU YOGYAKARTA

Thoriq Alfazri Damanik

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Customer Relationship Management* pada PT Wahana Sumber Baru Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah simple random sampling yang berjumlah 93 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menyatakan setuju atas berbagai pernyataan yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management* PT Wahana Sumber Baru Yogyakarta. Hasil penelitian ini secara keseluruhan indikator hubungan jangka panjang memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 3,98 yang termasuk kategori setuju. Indikator berbagi informasi memiliki nilai rata-rata sebesar 4,26 yang termasuk kategori sangat setuju. Indikator keterlibatan konsumen memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 4,19 yang termasuk kategori setuju. Indikator CRM berbasis teknologi memiliki nilai rata-rata sebesar 3,87 yang termasuk kategori setuju.

**Kata Kunci:** *Hubungan Jangka Panjang, Pembagian Informasi, Keterlibatan Konsumen, CRM Berbasis Teknologi, Manajemen Hubungan Pelanggan*

2021/10/26  
R

## ***ANALYSIS OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AT PT WAHANA SUMBER BARU YOGYAKARTA***

***Thoriq Alfazri Damanik***

### ***Abstract***

*This study aims to analyze the implementation of Customer Relationship Management (CRM) at PT Wahana Sumber Baru Yogyakarta. The research employs a descriptive quantitative method. The sampling technique utilized is simple random sampling, involving 93 respondents. Primary data were collected through a questionnaire that was tested for both validity and reliability. The research findings indicate that the majority of consumers agree with various statements related to the CRM activities conducted by PT Wahana Sumber Baru Yogyakarta. Specifically, the long-term relationship indicator has an average score of 3.98, which is categorized as "agree." The information-sharing indicator obtained an average score of 4.26, classified as 'strongly agree'. The customer involvement indicator scored an average of 4.19, categorized as 'agree', while the technology-based CRM indicator achieved an average score of 3.87, also falling into the 'agree' category.*

***Keywords:*** *Long-Term Relationship, Information Sharing, Customer Involvement, Technology-Based CRM*