

Skripsi Manajemen
Semester Ganjil 2009/2010

**Analisis Strategi Bersaing dan *Customer Relationship Management*
terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Geotech System Indonesia**

Rudy Halim

1000851181

ABSTRAK

Perkembangan terjadi begitu pesat baik di bidang teknologi dan komunikasi. Hal ini yang mendorong perusahaan untuk menciptakan suatu strategi keunggulan bersaing berdasarkan teknologi informasi. Penerapan strategi berorientasi kepada pelanggan dengan terus melakukan inovasi-inovasi untuk meraih pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama dan untuk meningkatkan efisiensi kerja yang berperan dalam menentukan sukses perusahaan. Jadi jatuh bangunnya suatu bisnis sangat bergantung kepada pelanggan. Dengan memperthanakan pelanggan, maka perusahaan dapat mencegah pelanggan untuk pergi ke perusahaan pesaing lainnya. Untuk itu dibutuhkan sistem *Customer Relationship Management (CRM)* yang terkoordinasi agar pelanggan loyal terhadap produk dan jasa yang dihasilkan. Penelitian ini ingin memperlihatkan konsep dari penerapan strategi bersaing dan sistem CRM dapat menjadi alat bantu bagi perusahaan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Konsep Strategi Bisnis yang diterapkan dalam sistem CRM ini dapat digunakan sebagai evaluasi baik tidaknya sistem CRM yang sekarang ini. Analisis Strategi Bersaing dan *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Geotech bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi Bersaing terhadap CRM, Strategi Bersaing terhadap Loyalitas pelanggan, CRM terhadap Loyalitas Pelanggan, Strategi Bersaing dan CRM terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengambilan data diambil dari buku-buku literature, jurnal-jurnal manajemen, dan internet. Penelitian ini menggunakan metode *SEM (Structural Equation Modeling) – Lisrel 8.80 (Linier Structural Relationship)*. Dari hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Bersaing memberikan pengaruh terhadap penerapan sistem CRM. Strategi Bersaing memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. CRM memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Strategi Bersaing dan CRM memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: Strategi Bersaing, *Customer Relationship Management* , Loyalitas pelanggan,

B2B.