ABSTRAK

Asri Agustin Lestari, 2010 "PENGARUH PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA BLOSSOM FACTORY OUTLET DAGO". Diajukan sebagai salah satu syarat Ujian Sidang pada Program Studi Manajemen Program Strata 1, Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, dibawah bimbingan **Ibu Elvira Azis, ST., MT.**

Blossom Factory Outlet dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam bidang usaha industri pakaian jadi terus mengadakan peningkatan diberbagai bidang salah satunya melalui peningkatan loyalitas konsumen dengan melaksanakan program Customer Relationship Management (CRM). Melalui program ini diharapkan para konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan

Tujuan penelitian ini secara garis besar adalah untuk mengetahui bagaimana Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh pihak Blossom Factory Outlet. dan seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu metode penelitian dengan memberikan gambaran secara sistematis dan faktual mengenai fakta-fakta dan korelasi antara variable yang diteliti, kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan tentang pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Konsumen.

Lokasi penelitian dilakukan pada Blossom Factory Outlet Dago yang berlokasi di Jl. Ir. H. Djuanda No.122 Bandung, Jawa Barat. Untuk mengukur dan menganalisa hubungan antara dua variable diatas, penulis menyebarkan kuesioner kepada 99 konsumen di Blossom Factory Outlet Dago. Dan hasilnya adalah variabel X memberikan pengaruh yang kuat sebesar 43,7% terhadap variabel Y, dan sisanya sebesar 56,3% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain yang diabaikan penulis dalam penelitian.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Loyalitas Konsumen, Factory Outlet