

ABSTRAK

Tantangan pemasaran kini bukan hanya sebatas menjual produk, akan tetapi juga tentang bagaimana mempertahankan pelanggan yang telah ada disamping untuk menambah pelanggan baru. Begitu pula hal yang dilakukan oleh Telkomsel khususnya bagi pelanggan SimPATI. Telkomsel membuat suatu program SimPATI Friday Movie Mania sebagai salah satu pelaksanaan Customer Relationship Management.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komponen CRM yang terdapat pada program SFMM yaitu Manusia, Proses dan Teknologi, baik secara simultan maupun secara parsial terhadap loyalitas pelanggan SimPATI di kota Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan dari komponen CRM yaitu Manusia, Proses dan Teknologi secara bersama sama mempengaruhi loyalitas pelanggan SimPATI di kota Bandung sebesar 25,6%. Variabel lain yang tidak diteliti mempengaruhi sebesar 74,4%. Secara parsial, Manusia berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Sedangkan Proses dan Teknologi berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: CRM, Manusia, Proses, Teknologi, Loyalitas Pelanggan.