

ABSTRAK

Fenomena banyaknya produk makanan maupun minuman dari luar negeri yang masuk ke Indonesia setiap tahunnya membuat masyarakat semakin lebih aware terhadap makanan yang akan dikonsumsi. Seiring dengan perkembangan yang ada populasi muslim di Indonesia semakin berkembang. Potensi industri produk halal tentunya semakin besar dan meluas seiring dengan banyaknya penduduk muslim di Indonesia. dengan adanya performa toko. Strategi yang dibutuhkan adalah dengan menciptakan sebuah program loyalitas. Program loyalitas yang akan dirancang tersebut berbasis aplikasi. Adanya program loyalitas yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, PT Halal Digital Internasional menyadari pentingnya meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini yang kemudian menjadi hal yang menarik untuk dapat dikaji lebih lanjut untuk penelitian mengenai “Perancangan Program *Customer Loyalty* Berbasis Aplikasi Pada Pelanggan PT Halal Digital Internasional Tahun 2024”. Dengan harapan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari program *customer loyalty* yang akan dirancang. Sehingga dapat menjadi pengukuran dan evaluasi terhadap peningkatan penjualan PT Halal Digital Internasional ke depannya. Penelitian ini berfokus pada customer relationship management pada PT Halal Digital Internasional. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui perancangan program *customer loyalty* berbasis aplikasi pada PT Halal Digital Internasional. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dimana peneliti akan melakukan penelitian secara langsung dengan mengikuti kegiatan pemasaran sehari-hari. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi secara langsung, wawancara dengan informan, dokumentasi dan juga triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa hasil perancangan customer relationship management pada PT Halal Digital Internasional melalui program loyalitas berhasil meningkatkan retensi pelanggan, kepuasan, dan daya beli. Meskipun demikian, terdapat beberapa dampak negatif yang diakibatkan program loyalitas dan perlu diperhatikan, termasuk penurunan efektivitas pelayanan dan tantangan dalam pengelolaan data pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Loyalitas Pelanggan