

KATA PENGANTAR

Penelitian ini mencoba mengangkat persoalan aktual dalam implementasi *Customer Relationship Managemant (CRM)* yang dilakukan oleh Percetakan Brangkal Mojokerto. Dasar pemikirannya adalah bahwa dalam pelaksanaan *Customer Relationship Managemant (CRM)* yang dilakukan oleh Percetakan Brangkal Mojokerto selama ini telah dialami sukses dan kegagalan. Kegagalannya diantaranya, masih sering ditemui inkonsistensi karyawan dalam menghadapi pelanggan. Dilain pihak peran *Customer Relationship Managemant (CRM)* sangat penting di dalam meningkatkan penjualan produk. Menyadari realitas yang ada pada Percetakan Brangkal Mojokerto, maka penerapan *Customer Relationship Managemant (CRM)* yang diakukan Percetakan Brangkal sangat dibutuhkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh penerapan *Customer Relationship Managemant (CRM)* yang meliputi manusia, proses dan teknologi terhadap loyalitas pelanggan pada Percetakan Brangkal Mojokerto. Dan ingin mengetahui factor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Jika memungkinkan dengan situasi saat ini, kami berharap tulisan ini dapat memberikan solusi yang cukup baik dan bermanfaat tidak hanya bagi manajer Percetakan Brangkal atau pengusaha, tapi juga bagi pengembangan ilmu ekonomi khususnya teori manajemen pemasaran.

Semoga Allah SWT memberkati kita semua dan tulisan ini dapat memberi warna dalam pelaksanaan pengelolaan di Percetakan Brangkal dan pembangunan ekonomi serta memberi inspirasi bagi mahasiswa untuk menemukan persoalan-persoalan dalam tulisan ini yang dapat dibuat sebagai tambahan referensi.

Mojokerto, Maret 2014
Penulis,

MIRHAMIDA RAHMAH