

## ABSTRAK

**Nama** : Maria Radika Teresia Sianturi

**Program Studi** : Manajemen

**Judul** : Perancangan Dan Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management Scorecard Dalam Hubungan Pelanggan Pada Toko Alen Brian

**Dosen Pembimbing** : Mutiara Eka Puspita,S.MB, MSi & Ir. Katri Widayani, MT.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah pengukuran keberhasilan implementasi strategi *customer relationship management* (CRM) pada Toko Alen Brian yang disebut sebagai *Customer Relationship Management* (CRM) Scorecard. Dalam perancangan ini , peneliti melakukan pencarian data baik dari sumber literatur dan juga hasil interview dengan para ahli yaitu Pemilik Toko, Karyawan dan pelanggan ( Resseler ). Hasil pencarian tersebut akan menghasilkan perspektif dan juga *Key Performance Indicator* (KPI) untuk masing-masing perspektif. Perspektif dan indikator yang akan masuk pada CRM Scorecard ini akan ditentukan dengan melakukan pembobotan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Perspektif yang terdapat pada scorecard ini adalah *customer knowledge, customer interaction, customer value, dan customer value*. Untuk masing-masing perspektif memiliki indikator untuk mengukur keberhasilan masing-masing perspektif.

Kata kunci : *Analytical Hierarchy Process, Customer Relationship Management, CRM-Scorecard, Pelanggan.*

## ***ABSTRACT***

This study aims to design a measurement of success for implementing a *customer relationship management (CRM)* strategy at the Alen Brian Store which is called the *Customer Relationship Management (CRM) Scorecard*. In this design, researchers collected data both from literature and interviews sessions with experts, namely shop owners, employees, and customers (resellers). The results obtained will generate perspectives as well as *Key Performance Indicators (KPI)* for each perspective. Perspectives and indicators that will be included in the CRM Scorecard will be determined by weighting using the *Analytical Hierarchy Process (AHP)* method. The perspectives contained in this scorecard are *customer knowledge, customer interaction, customer value, and customer value*. Each perspective has indicators to measure the success of each perspective.

**Key Words:** *Analytical Hierarchy Process, Customer Relationship Management, CRM-Scorecard, the customer.*

