

ABSTRAK

Dengan adanya banyak pilihan hotel akan menimbulkan iklim persaingan untuk mendapatkan posisi di hati masyarakat masing-masing hotel harus melakukan strategi *customer relationship management* terbaik agar dapat menarik minat pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *customer relationship management* Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, mengetahui kendala-kendala dalam melakukan strategi *customer relationship management* Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi *customer relationship management* Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan teori *Relationship Management*, fokus pada teori ini membahas proses manajemen relasi antara organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan analisis dokumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *Customer Relationship Management* Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sudah cukup baik yaitu menerapkan proses strategi *public relations*, dalam menghadapi menghadapi kendala-kendala yang ada sudah cukup berhasil dengan melakukan *technical meeting* setiap pagi sebelum melaksanakan kegiatan *public relations*, untuk peningkatan jumlah okupansi kamar hotel yaitu berdasarkan data diatas *room occupied* merupakan jumlah kamar yang terjual, pada tahun 2017 Merapi Merbabu Hotel & Resort Yogyakarta mampu menjual mencapai 19,038 persen kamar dan pada tahun 2018 naik menjadi 20,252 persen menjadi kamar.

Kata kunci : Strategi, *customer relationship management*, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

With many choices of hotels will create a competitive climate to get a position in the heart of each hotel should conduct the best customer relationship management strategy to attract customers and increase Customer satisfaction. This research aims to know the strategy of the customer relationship management Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta in increasing customer satisfaction, in terms of constraints in conducting customer relationship management strategy Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta in increasing customer satisfaction and factors influencing customer relationship management strategy Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta in increasing customer satisfaction. This research uses Relationship Management theory, focusing on this theory discussing the relationship management process between the organization and its public, both internal and external. The method used is a qualitatively descriptive approach. This data collection technique is done by interviewing, observation and document analysis. Results of this study showed that the implementation of the Customer Relationship Management Merapi Merbabu Hotel & Resorts Yogyakarta in increasing customer satisfaction is good enough that is implementing the strategy process of public relations, in the face of Facing the constraints that have been quite successful by conducting a technical meeting every morning before carrying out public relations activities, to increase the number of hotel room occupancy is based on the data above the room occupied is Number of rooms sold, in the year 2017 Merapi Merbabu Hotel & Resort Yogyakarta is able to sell up to 19.038 percent of the rooms and in 2018 rose to 20.252 percent into rooms.

Keywords: strategy, customer relationship management, customer satisfaction