

ABSTRAK

Semakin meningkatnya perbankan di Indonesia mengakibatkan tiap perusahaan bersaing dalam mempertahankan nasabah agar tidak beralih pada perusahaan pesaing. Salah satu yang digunakan oleh Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung dalam mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah pada perusahaan pesaing adalah menerapkan aktivitas *Customer Relationship Management (CRM)*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian Deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, studi dokumen, dan observasi. Hasil dari penelitian tersebut kemudian direduksi, kemudian dilakukan data display serta disimpulkan setelah dilakukan verifikasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program *Customer Relationship Management (CRM)* sudah cukup baik karena dilihat dari pertumbuhan nasabah yang semakin tahun meningkat. Namun, akan lebih baiknya apabila program *Customer Relationship Management (CRM)* pada Bank Bjb lebih dikembangkan lagi melalui kerjasama dengan universitas maupun instansi, memberikan *reward* tiket liburan dan membuat *reward* ucapan selamat ulang tahun untuk semua nasabah tidak hanya untuk nasabah potensial saja. Dengan adanya saran tersebut diharapkan menjadi pertimbangan Bank Bjb Cabang Buah Batu dalam menjalin hubungan jangka panjang yang lebih baik lagi dengan semua nasabah.

Kata kunci: Manajemen Pemasaran, Pemasaran Jasa, Customer Relationship Management.