

ABSTRAK

Peningkatan industry otomotif gaikindo (gabungan industry kendaraan bermotor Indonesia) mencatat kurang lebih terdapat 1juta penjualan selama tahun 2022, naik dari tahun sebelumnya 17,4%, melihat dari adanya perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat maka terdapat peluang pada sektor industri otomotif yang besar, PT.nusantara berlian motor cibubur menggunakan CRM dalam pelayanan yang diberikan kepada customernya, melalui komunikasi yang dibangun yang awalnya adalah traditional bersifat transaksional, berubah kepada yang bersifat relational dan berbasis kepada membangun hubungan jangka Panjang yang saling menguntungkan antara dealer dan customer, dengan mengoptimalkan tiga aspek CRM yaitu: *People*, *Process* dan *Techonology*, seperti yang dilakukan dealer untuk menjaga loyalitas customernya, yaitu dengan memastikan seluruh komponen pelayanan dealer saling berkorelasi yang akan saling mempengaruhi kinerja yang berdampak pada kualitas pelayanan dan kepuasan customernya. pelatihan SDM, membangun komunikasi yang baik dan perencanaan yang mengacu kepada standart pelayanan SOP, serta pemaksimalan fasilitas merupakan faktor penting yang dibangun dealer didalam menciptakan kepuasan customernya dalam menjaga loyalitas atau customer satisfaction, Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Integrasi *Customer Relationship Management*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif yaitu postpositivism. Adapun Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian yang didapat PT.Nusantara Berlian Motor Cibubur menerapkan CRM dengan memberikan pelayanan yang diharapkan dan dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan customer dan menjaga loyalitas yang dibangun dealer

Kata Kunci : Marketing Komunikasi, Manajemen Hubungan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan