



















“ Bagaimana Strategi *Customer Relationship Management* dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading Tahun 2012”

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk memahami bagaimana strategi *Customer Relationship Management* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dalam menjaga loyalitas pelanggan tahun 2012.

### **1.4. Signifikansi Penelitian**

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Signifikansi Akademik: Untuk pengembangan kajian teoritis *Customer Relationship Management* khususnya dalam menjaga Loyalitas pelanggan.
2. Signifikansi Praktis: Untuk memberikan evaluasi kepada HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading tentang bagaimana keberhasilan pelaksanaan program *Customer Relationship Management* dalam menjaga Loyalitas pelanggan.