
⁶ Satriyo UP Bhaskara dkk, 2014, “ *Customer Relationship Manajement Dan Persona Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Virgo Ekspres Tours & Travel Manado*”. Jurnal EMBA Vol. 02 No.14, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

⁷ Agnes Widayu Estiningsih, 2013, “*Pengaruh Customer Relationship Manajement Terhadap Loyalitas Ibu Hamil Pada Donatur Persalinan (Studi RS. Hermina Tangkuban Perahu Malang)*”, Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.11 No.02, Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Fakultas Kedokteran Brawijaya, Universitas Brawijaya.

⁸ Anggita Putri Iridanini, 2015, “*Pengaruh Customer Relationship Manajement Terhadap Kepuasan Donatur Dan Loyalitas Donatur PT. Gemilang Libra Logistic, Kota Surabaya)*”, Jurnal Administrasi dan Bisnis Vol.23 No.2, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Braawijaya.

⁹ Dzikiryati Yuni Ersi, 2014, “*Analisis CRM, Kepuasan Donatur Dan Loyalitas Produk UKM Berbasis Bahan Baku Terigu Di Jawa Timur*”, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.08 No. 01, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.

¹⁰ Yunita Rahmawati, 2009, “*Pengaruh Customer Relationship Manajement (CRM) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT.BPR Aswaja, Ponorogo)*”, Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang.

¹¹ Maudi dkk, 2014, “*Pengaruh Customer Relationship Manajement Terhadap Loyalitas Donatur Di PT Moga Djaja Di Surabaya*”, Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran Vol. 03 No.08, STIESIA Surabaya.

¹² Arum Test Wining Handani, 2014, “*Pengaruh Kinerja Publik Relations Dan Customer Relationship Manajement Terhadap Kepuasan Donatur di Rumah Sakit Islam Surakarta “Yarsis”*”, Skripsi, (Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Sleman.

¹³ Budiman dkk, 2010, “*Customer Relationship Manajement Dan Nilai Donatur Terhadap Donatur*”, Jurnal The Winners, Vol.11 No.02, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Nusantara.

¹⁴ Olivia Setiawan dkk, 2010, “*Pengaruh Service Quality Dan Customer Relationship Manajement Terhadap Customer Satisfaction Dalam meningkatkannnnnnn Repetitive Buying Di Alex’s Salon Embong Kenongo Surabaya*”, Jurnal GEMA, Vol.01 No.01, Bussiness School, UPH Surabaya, 2012.

¹⁵ Denny Dyotama Satria dkk, 2013, “*Analisis Hubungan Customer Relationship Manajement, Relationship Quality Dan Customer Lifetime Value (Studi Kasus Hotel Grdan Legi Mataram)*”, Jurnal Teknik POMITS, Vol.02 No.01, (Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Sepuluh Nopember ITS.

Sistem manajemen hubungan pelanggan berbasis teknologi informasi yang dikemukakan oleh Danreani¹⁶, Muqaffa¹⁷, Gulbuddin¹⁸, Dyantina¹⁹, Montanna²⁰, dan Djatmiko²¹. Pada penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penerapan *customer relationship manajement* sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (studi kasus pada Bdanung distro sport Malang) oleh Anastasha Oma Carissa; Acmad Fauji; Srikdani Kunadji, yaitu penelitian ini menggali data pada manajemen internal perusahaan disisi manajemen hubungan pelanggan.

Perbedaan nya penelitian ini juga mengaitkan dengan upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

¹⁶Fransisca Danreani, 2007, “*Customer Relationship Manajement Dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur dan Jasa*”. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.02 No.02, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Surabaya.

¹⁷ Wieda Muqaffa, 2013, “*Sistem Informasi CRM CV Budi Utama*”. Skripsi.Program Studi Tehnik Informatika, UIN Sunan Kalijaga.

¹⁸ Muhammad Gulbuddin, 2015, “*Implementasi CRM Pada PT.Roda Sakti Surya Raya Sentral Yamaha Malang*”. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamadiyah Malang.

¹⁹Ovi Dyantina dkk, 2012, “Penerapan CRM Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko Yen-Yen)”, Jurnal Sistem Informasi Vol. 04 No.02, (Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya.

²⁰Sugiarto Montana dkk, 2010, “*Pengembangan Customer Relationship Manajement Berbasis Sistem E-Commerce*”, Jurnal CommIT Vol.04, No.02, Jurusan Tehnik Informasi, Jurusan Magister Tehnik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Bina Nusantara University.

²¹Budi Djatmiko, 2013, “*Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*”, Jurnal SMART Vol.10 No.03, (Dosen STIE STEMBI, Bdanung Bussiness School.

pebisnis hendaknya senantiasa berniat untuk tulus dan peduli terhadap kesejahteraan orang lain termasuk pembeli. Hal ini dapat mengantarkan pebisnis untuk meraih kepercayaan dari pembeli.

Menjalin hubungan dengan pembeli berdasarkan asas kepercayaan merupakan upaya untuk mempertahankan pelanggan. Hal ini justru meraup keuntungan dalam jangka panjang. Salah satu cara untuk menunjukkan loyalitas dalam bisnis yaitu dengan menyambung hubungan baik dengan mantan partner bisnis, partner bisnis, dan calon partner bisnis.

Membentuk suatu hubungan antar individu yang dilandasi dengan kepercayaan merupakan suatu kebutuhan, baik bersifat pribadi maupun profesional. Loyalitas seorang pebisnis kepada pelanggan juga bisa menyemai benih-benih kepercayaan di antara mereka. Hal ini merupakan nilai kemajuan bagi sebuah bisnis. Sikap baik yang diupayakan oleh pebisnis kepada pelanggan akan membangkitkan sikap loyal terhadap perusahaan. Dalam Islam mengajarkan beberapa perilaku yang bisa menumbuhkan loyalitas di antara hubungan bisnis, yaitu perilaku dari pebisnis dan pelanggan.

Loyalitas dapat ditunjukkan kepada pelanggan, semisal menjaga kehormatan pelanggan dengan semestinya dan tidak menjelek-jelekkannya. Kemudian, hal tersebut akan mengarahkan hubungan ini ke tujuan bisnis yang menguntungkan dan kerberkahan dalam berbisnis. Cara seseorang dalam memandang harta dan lawan bisnisnya akan mempengaruhi percepatan kepercayaan yang akan mengantarkan kesuksesan. Seorang pebisnis dalam

