

## INTISARI

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan para stakeholder maupun shareholdersnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaplikasian *Customer Relationship Management* (CRM) di PT Astra International, Tbk – Honda Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif dengan teknik wawancara dan membandingkan dengan teori yang sudah ada sehingga dapat ditarik kesimpulan. Data yang digunakan berupa Data Primer dan Sekunder yang diperoleh melalui wawancara dan studi literatur.

Kata Kunci : CRM

## ***ABSTRACT***

*Customer Relationship Management ( CRM ) is one means to establish an ongoing relationship between the company and its stakeholders and shareholder .*

*The aim of this study was to determine the application of Customer Relationship Management ( CRM ) in PT Astra International Tbk - Honda Yogyakarta . The analytical method used in this research is qualitative descriptive with interview techniques and compared with existing theories that can be deduced . Data used in the form Primary and Secondary Data were obtained through interviews and literature studies .*

*Keywords : CRM*