

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) adalah salah satu konsep filosofi dan strategi yang di dukung oleh sistem dan teknologi yang di desain untuk meningkatkan interaksi hubungan antar perusahaan dan customer. Dengan meningkatkan interaksi, di harapkan perusahaan dapat memahami dan memperlakukan customer sebagai seorang individu bukan sebuah angka saja sehingga customer merasa di perlakukan secara spesial dan diharapkan menjadi customer yang loyal bagi perusahaan.

Seperti dikutip dari (Jogiyanto, 2005) Suatu manfaat nilai lebih dalam sistem informasi akan memberikan keunggulan bagi perusahaan dalam bersaing yang berupa biaya, kualitas, dan waktu. Manfaat nilai lebih merupakan inti dari sukses atau gagalnya perusahaan, penulis melakukan desain sistem informasi customer relationship manajemen.

Resto Edutainment WAPAND di Surabaya telah di pilih sebagai objek studi penelitian dari perancangan sistem informasi *customer relationship management*. Dan melihat fungsi *customer relationship management* ini untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan sehingga dapat meningkatkan profit dari Resto Edutainment WAPAND di Surabaya. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa dengan penerapan *customer relationship management* dapat meningkatkan hubungan baik dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.