

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations Nala Afni Putri

44213110105

Strategi *Customer Relations* PT Citosarana Jasapratama dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Jumlah halaman xiii + 107 halaman + \_\_ lampiran Bibliaografi 32 acuan, tahun 2000 - 2014

## **ABSTRAK**

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membangun loyalitas pelanggan adalah dengan menyusun strategi *customer relations* yang tepat. *Customer relations* dapat berjalan dengan baik apabila komunikasi yang terjadi antara pihak-pihak yang saling berhubungan terjalin dengan baik. Komunikasi yang terjalin harus saling berkesinambungan dan dua arah agar terjadi komunikasi yang efektif. Untuk saling memberi dan menerima informasi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan CitoXpress membutuhkan strategi yang tepat untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dan mencapai tujuan perusahaan.

Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana strategi *customer relations* PT. Citosarana Jasapratama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, hal ini diperlukan karena sebelumnya peneliti melihat ada kemunduran jumlah pelanggan namun dapat diatasi dengan cepat dan kembali mendapat kepercayaan dari pelanggan, kemudian apa saja aktivitas *customer relations* yang dilakukan perusahaan kepada pelanggannya dan bagaimana bentuk loyalitas dari pelanggan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan sudut pandang konstruktivistik untuk dengan metode penelitian deskriptif-kualitatif, untuk mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada. Peneliti mengamati langsung dan melakukan wawancara secara mendalam untuk mendapatkan informasi.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada 4 tahap strategi *customer relations* yang digunakan yaitu mencari tahu kebutuhan pelanggan, membuat perencanaan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kemudian memenuhi apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dan evaluasi kerja untuk mengetahui hasil kerja. Hal itu menunjukkan CitoXpress memiliki strategi dalam membangun loyalitas pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan aman. Kemudian ada 2 kegiatan utama yang dilakukan yaitu *consumer information* (*tracing, info reject* dan *telemarketing*) dan *complaint handling* (menangani keluhan pelanggan dan memberikan solusi bagi pelanggan). Serta bentuk loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan menjadi pelanggan yang cukup lama di perusahaan dan tetap setia menjadikan perusahaan sebagai layanan jasa pengiriman barang yang utama bagi pelanggan tersebut.

Kata Kunci: Strategi, Customer Relations, Loyalitas, Pelanggan