



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Nicky Hermawan
44213110075

STRATEGI CUSTOMER RELATIONS PT.INTERNUX DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN

(Studi Kasus pada Customer Service Bolt Zone Lippo Mall Puri Jakarta Barat Periode 2018)

Jumlah Halaman : 120

Bibliografi : 37 acuan, Tahun 1985 – 2017

ABSTRAKSI

Bolt merupakan layanan *mobile broadband* dengan teknologi 4G LTE pertama di Indonesia yang diselenggarakan oleh PT Internux dan PT First Media Tbk. Bolt didukung ± 3000 BTS berhasil mengakusisi satu juta pelanggan di wilayah Jabodetabek pada Februari 2015. Untuk selalu memberikan kepuasan bagi para pelanggan, Belakangan diketahui banyaknya *competitor* sehingga Bolt harus memaksimalkan pelayanannya agar *customer* loyal dan akan tetap berlangganan. Hal ini yang menjadi dasar peneliti untuk mengetahui bagaimana strategi *customer relations* yang di lakukan *customer service* di Bolt Zone Lippo Mall Puri dalam menangani keluhan pelanggan.

Model *Strategi Customer Relations* Menurut Fandy Djiptono and Gregorius Candra merupakan strategi utama yang dapat diintegrasikan dalam rangka meraih dan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan. Strategi ini terdiri dari : Strategi Manajemen Ekspektasi Pelanggan, *Relationship Consumer and Management*, Strategi Retensi Pelanggan, *Superior Customer Service*, *Technology Infusion Strategy*, Sistem Penanganan Komplain secara efektif, Strategi Pemulihan Layanan.

Metode yang digunakan adalah studi kasus yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam sebagai data primer, dan teknik pengumpulan data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan dan dokumentasi, juga triangulasi data untuk pemeriksaan keabsahan data.

Hasil Penelitian, berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, dalam menangani keluhan pelanggan *customer service* Bolt harus menjalankan beberapa strategi, yaitu strategi manajemen ekspektasi pelanggan. Menyediakan kebutuhan pelanggan Bolt secara *periodic*, menawarkan produk sesuai kebutuhan pelanggan, layanan ekstra dan memberikan pelayanan yang unggul. Memaksimalkan teknologi untuk membantu operasional layanan. Startegi melayani *complaint* yang efektif sesuai *service step* di Bolt dan Pemulihan layanan dengan garansi produk untuk pelanggan. Pengukuran hasil dari strategi yang diterapkan diukur dengan aplikasi *experience survey* sebagai bahan evaluasi dan menelaah hasil dari model strategi *customer relations* yang diterapkan. Saran peneliti akan *manager* dan *team leader* memperhatikan lagi jumlah *manpower* agar tidak kurang jumlah *customer service* pada saat pengunjung ramai, dan *store manager* dan *team leader* konsisten melakukan *monitoring* terhadap *customer service* agar dapat melayani dengan maksimal.