



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Mayrisca Avelio Lingga  
44218110102

## **STRATEGI CUSTOMER RELATIONS BANK CAPITAL CABANG WISMA KODEL KUNINGAN JAKARTA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MEMBANTU NASABAH DALAM BERTRANSAKSI**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pandemi Covid -19 yang mempengaruhi banyak sektor perusahaan salah satunya sektor perbankan sehingga setiap perusahaan dituntut harus memiliki strategi dalam bertahan di masa pandemi Covid – 19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa strategi customer relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta dalam meningkatkan kualitas layanan untuk membantu nasabah dalam bertransaksi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep 4R dari Rangkuti, yaitu : membangun *customer relationship*, menciptakan *customer retention*, menghasilkan *customer referrals*, memperoleh *customer recovery*. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta dalam meningkatkan kualitas layanan untuk membantu nasabah dalam bertransaksi berdasarkan hasil dari wawancara dari para narasumber yang telah dipilih.

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan strategi customer relations dibutuhkan konsep 4R (membangun *customer relationship*, menciptakan *customer retention*, menghasilkan *customer referrals*, memperoleh *customer recovery*) dalam pelaksanaannya agar strategi customer relations berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk membantu nasabah dalam bertransaksi.

Kata kunci: Strategi *Customer Relations*, Bank Capital, Nasabah.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Mayrisca Avelio Lingga  
44218110102

## **CUSTOMER RELATIONS STRATEGY OF BANK CAPITAL WISMA KODEL KUNINGAN JAKARTA BRANCH IN IMPROVING QUALITY OF SERVICE TO HELP CUSTOMERS IN TRANSACTIONS**

### **ABSTRACT**

This research is motivated by the Covid -19 pandemic which affects many company sectors, one of which is the banking sector so that every company is required to have a strategy in surviving the Covid-19 pandemic. The purpose of this research is to find out what the customer relations strategy of Bank Capital Branch Wisma Kodel Kuningan Jakarta in improving service quality to assist customers in transacting.

In this study, researchers used the 4R concept from Rangkuti, namely: building customer relationships, creating customer retention, generating customer referrals, obtaining customer recovery. The result of this study is the strategy adopted by Bank Capital Branch Wisma Kodel Kuningan Jakarta in improving service quality to assist customers in transactions based on the results of interviews from selected sources.

From this study, it can be concluded that in carrying out the customer relations strategy the 4R concept (building customer relationships, creating customer retention, generating customer referrals, obtaining customer recovery) is needed in its implementation so that the customer relations strategy runs well and can improve service quality to assist customers in transact.

Keywords: Customer Relations Strategy, Bank Capital, Customers.