



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communications
Abdul Malik
44317110107

STRATEGI CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA TOKOPEDIA.COM TAHUN 2019

Jumlah Halaman : viii + 72 Isi + 10 Lampiran

Bibliografi : 25 Acuan, Tahun 1996-2009

ABSTRAK

Salah satu permasalahan utama pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa di Indonesia adalah bagaimana menumbuhkan kesetiaan pelanggan agar tetap bertahan menggunakan jasa dari perusahaan tanpa berpindah ke penyedia jasa yang lainnya. Dalam penelitian ini mencari tahu melalui dimensi *service quality* mengenai strategi *customer service* pada Tokopedia dalam meningkatkan kepuasan Pelanggan. Pada penelitian ini meneliti bagaimana peran *customer service* dalam meningkatkan kepuasan Pelanggan yang akan mendapatkan *retention* dari Pelanggan dengan menggunakan metode *Service Quality (Tangible, Reliability, responsiveness, assurance, empathy)*.

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian postpositivistik dengan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara . Data sekunder dari penelitian ini yaitu dari studi kepustakaan, dokumen dan arsip yang

bersumber dari buku-buku yang relevan dengan topik penelitian.

Disimpulkan dalam penelitian ini Tokopedia telah menjalankan secara keseluruhan penerapan strategi *service quality* dengan 5 dimensi *Tangible, Reliability, responsiveness, assurance, empathy* untuk mendapatkan kepuasan

Pelanggan.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Ecommerce, Customer Service, Kepuasan pelanggan



*University Mercu Buana
Faculty of Communications
Program Study Advertising & Marketing Communication
Abdul Malik
44317110107*

*STRATEGY OF CUSTOMER SERVICE IN IMPROVING USER SATISFACTION IN
TOKOPEDIA 2019.*

Pages : viii + 72 Pages + 10 Enclosure
Bibliografi : 25 References, 1996-2009

ABSTRACT

One of the main problems in companies engaged in the service sector in Indonesia is how to grow customer loyalty in order to continue to use the services of the company without moving to other service providers. This research is finding out through the dimensions of service quality regarding customer service strategies on Tokopedia in increasing user satisfaction. This research examines how the role of customer service in increasing user satisfaction will get retention from users using the Service Quality method (Tangible, Reliability, responsiveness, assurance, empathy).

This study uses a postpositivistic research paradigm with a qualitative approach with descriptive qualitative research methods. Data collection techniques are done using two data sources, namely primary and secondary data. The primary data in this study are interviews. Secondary data from this study is from literature studies, documents and archives sourced from books that are relevant to the research topic.

It was concluded in this study that Tokopedia has carried out the overall implementation of the service quality strategy with 5 dimensions, namely Tangible, Reliability, responsiveness, assurance, and empathy to get user satisfaction.

Keywords: Marketing Communications, Ecommerce, Startegy, Customer Service, Customer Satisfaction