



**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) YANG DILAKUKAN *SALES ASSISTANT* UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI HUSH  
PUPPIES METROPOLITAN MALL BEKASI**

**SKRIPSI  
(Tugas Akhir)**

**UNIVERSITAS  
MIRANDA ANDREA FAUZAN  
44320110051**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
TAHUN 2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miranda Andrea Fauzan  
NIM : 44320110051  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan Sales Assistant Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 29 Juli 2024



Miranda Andrea Fauzan

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Miranda Andrea Fauzan  
NIM : 44320110051  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan Sales Assistant Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

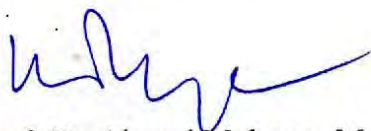
Pembimbing 1	: Suman Jaya, M.Ikom	(  )
NIDN	: 0329018104	
Ketua Penguji	: Dr. Farid Hamid, M.Si	(  )
NIDN	: 0301117301	
Penguji Ahli	: Andi Pajolloi Bate, M.A	(  )
NIDN	: 0303069401	

Jakarta, 29 Juli 2024

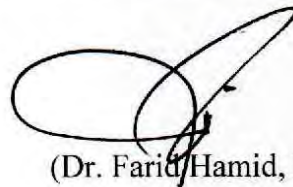
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miranda Andrea Fauzan

NIM : 44320110051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan Sales Assistant Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2024

Yang menyatakan,



( Miranda Andrea Fauzan )

## ABSTRAK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Miranda Andrea Fauzan

NIM : 44320110051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan Sales Assistant Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi.

Pembimbing : Suman Jaya, S.Sos, M.Ikom

Bisnis ritel di Indonesia memiliki persaingan yang kuat, dimana Perusahaan harus memiliki strategi agar pelanggan yang pernah membeli akan datang kembali dan membeli produk (*repeat order*) serta diharapkan berpotensi menjadi konsumen yang loyal terhadap *brand*. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi agar dapat menghadapi persaingan yang kompetitif di dalam industri.

Salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu Strategi *Customer relationship Management* (CRM), yakni proses memperoleh, memelihara, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan *Sales Assistant* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di *store* Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi.

Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan untuk melihat fenomena dari strategi CRM yang dilakukan *Sales Assistant* di Hush puppies Metropolitan Mall Bekasi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yang dilakukan kepada 5 key informan internal dari Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi dengan melakukan wawancara dan observasi untuk mendapatkan data penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan di Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan meliputi tahapan CRM yaitu dimulai dari mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada, dan mempertahankan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management. Loyalitas Pelanggan.*

## ABSTRACT

Name : Miranda Andrea Fauzan

NIM : 44320110051

Study Program : Communication Science

Title Internship Report: Customer Relationship Management (CRM) Strategy by Sales Assistant to Increase Customer Loyalty at Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi.

Counselor : Suman Jaya, S.Sos, M.Ikom

*The retail business in Indonesia has strong competition, where the company must have a strategy so that customers who have bought will come back and buy products (repeat orders) and are expected to potentially become consumers who are loyal to the brand. Therefore, companies must have a strategy in order to face competitive competition in the industry.*

*One of the marketing communication strategies that can be used to increase customer loyalty is the Customer Relationship Management (CRM) strategy, which is the process of acquiring, maintaining, and improving relationships with profitable customers. The research conducted aims to find out how the Customer Relationship Management (CRM) strategy carried out by Sales Assistants in increasing customer loyalty at the Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi store.*

*In this study, the constructivism paradigm is used to see the phenomenon of CRM strategies carried out by Sales Assistants at Hush puppies Metropolitan Mall Bekasi in increasing customer loyalty. This research method is a case study with a qualitative approach. The research subjects were 5 internal key informants from Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi by conducting interviews and observations to obtain research data.*

*The results showed that the Customer Relationship Management (CRM) strategy carried out at Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi to increase customer loyalty includes CRM stages, namely starting from getting new customers, improving relationships with existing customers, and retaining customers.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management. Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis kepada Allah Subhanahu wa ta'ala, karena atas Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan *Sales Assistant* Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi”. dapat selesai pada waktunya.

Adapun penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr/i:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Irmulansati. T, SH, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Suman Jaya, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang terus membantu peneliti dan membimbing peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
5. Bapak Dudi Hartono, M.Ikom, selaku Pembimbing Akademik yang memberikan Bimbingan selama periode pendidikan berjalan selama ini.
6. Bapak Nofell Fahmi selaku *Area Coordinator* Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi beserta Tim (*Sales Assistant*) yang bersedia membantu peneliti dalam proses wawancara dan pengambilan data penelitian.
7. Tim manajemen PT. Mitra Mega Sinergi yang bersedia memberikan dukungan serta doa selama proses pendidikan penulis.

8. Almarhum Bapak Danie Fauzan selaku Ayahanda penulis yang telah memberikan dorongan semangat dan doa saat awal mula penulis memutuskan untuk melanjutkan Pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Meskipun beliau tidak bisa mendampingi penulis selama perjalanan proses penyusunan Tugas Akhir, namun doa yang beliau panjatkan dan didikan yang beliau berikan kepada penulis mampu menjadikan penulis Wanita yang kuat dan tegar dalam menghadapi segala rintangan, hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Ibu Yuliana selaku Ibunda tercinta penulis yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan finansial kepada penulis selama proses Pendidikan. Terimakasih atas kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk melanjutkan Pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan meyakinkan penulis untuk bisa menyelesaikan Pendidikan hingga akhir.
10. Ibu Dian Sari Nugraheni selaku Bibi penulis yang telah mewujudkan cita-cita penulis untuk bisa melanjutkan Pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, lewat dukungan finansial, doa, dan semangat kepada penulis.
11. Ibu Hj. Siti Asih selaku Nenek penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis terus semangat untuk menyelesaikan studinya.
12. Dhiandra Ardy Fauzan selaku Adik tercinta penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam perjalanan menuju sarjana.
13. Kak Rizki dan Anggun selaku Pathner kerja penulis selama di Hush Puppies yang selalu memberikan support selama proses Pendidikan penulis.
14. Rekan seperjuangan UMB, Alif, Raiza, Shinka, Tiur, & Ka Dewita yang terus memberikan doa dan semangat kepada penulis selama proses Pendidikan dan pembuatan Tugas Akhir.



Penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini masih belum sempurna, maka saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan Tugas Akhir Skripsi selanjutnya. Akhir kata penulis berharap agar Tugas Akhir Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya mahasiswa/i.

Jakarta, 29 Juli 2024



Miranda Andrea Fauzan

## DAFTAR ISI

COVER JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kajian Teoritis .....	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.2 <i>Business to Consumer (B2C)</i> .....	23
2.2.3 <i>Customer Relationship Management</i> .....	26
2.2.4 <i>Standar Operasional Prosedur (SOP)</i> .....	32
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	34

BAB III .....	37
METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Paradigma Penelitian .....	37
3.2 Pendekatan Penelitian (Kualitatif).....	38
3.3 Metode Penelitian.....	39
3.4 Subjek Penelitian .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan data .....	42
3.5.1 Data Primer .....	42
3.5.2 Data Sekunder.....	45
3.6 Teknik Analisis data.....	47
3.6.1 <i>Data Collection</i> .....	47
3.6.2 <i>Data Reduction</i> .....	47
3.6.3 <i>Data Display</i> .....	48
3.6.4 <i>Conclusion Drawing (Verification)</i> .....	48
3.7 Teknik Pemeriksaan keabsahan data .....	49
3.7.1 Triangulasi Sumber.....	49
3.7.2 Triangulasi Teknik .....	50
BAB IV .....	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Subyek dan Obyek Penelitian .....	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	51
4.1.2 Visi Misi Perusahaan .....	53
4.1.3 Gambaran Umum Perusahaan .....	55
4.1.4 Pengertian <i>Sales Assistant</i> .....	56
4.1.5 Struktur Organisasi .....	57
4.1.6 Logo Perusahaan.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran 7P ( <i>Marketing Mix</i> ) pada Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi .....	62
4.2.2 Penerapan Konsep <i>Business to Customer (B2C)</i> di Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi .....	75

4.2.3 Strategi Customer Relationship Management dalam proses bisnis Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi .....	78
4.2.4 Penerapan Standar Operasional Perusahaan (SOP) pada Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi .....	83
4.2.5 Strategi <i>Customer Relationship Management</i> dalam membangun Loyalitas pelanggan Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi.....	86
4.3 Pembahasan .....	91
BAB V.....	108
KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran .....	109
5.2.1 Saran Akademis .....	109
5.2.2 Saran Praktis .....	109
DAFTAR PUSTAKA .....	111
LAMPIRAN.....	114



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tampilan Member 9to9 Card .....	31
Gambar 2. 2 Bahasa Layanan Profesional .....	34
Gambar 4. 1 Store Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi .....	55
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Divisi Sales Hush Puppies All Area .....	58
Gambar 4. 3 Logo PT. Transmarco .....	59
Gambar 4. 4 Logo Hush Puppies .....	59
Gambar 4. 5 Produk Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi .....	63
Gambar 4. 6 Sepatu Teknologi Bounce & Teknologi Inner soft .....	64
Gambar 4. 7 Store Hush Puppies Footwear & Hush Puppies Apparel .....	66
Gambar 4. 8 Kegiatan Promosi Offline Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi	68
Gambar 4. 9 Kegiatan Promosi Online Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi	68
Gambar 4. 10 Platform Sosial media Hush Puppies .....	69
Gambar 4. 11 Bukti antusias customer dalam merespon postingan di grup whatsapp customer .....	71
Gambar 4. 12 Jumlah anggota grup whatsapp customer.....	71
Gambar 4. 13 Sales Assistant sedang melayani Customer.....	72
Gambar 4. 14 Bukti Fisik Hush Puppies.....	73
Gambar 4. 15 Promo Khusus member 9to9card .....	82
Gambar 4. 16 Tampilan website membership 9to9card.....	82
Gambar 4. 17 Tampilan Grup whataspp customer Hush Puppies Metropolitan Mall Bekasi .....	83
Gambar 4. 18 Spam Chat di Grup whatsapp customer .....	105
Gambar 4. 19 Penurunan jumlah anggota grup akibat spam chat.....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Strategi Penelitian .....	39

