

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

**Skripsi, Juli 2024
Nada Maulidya
2017140261**

“Implementasi *Customer Relations* Senayan City dalam Program SCX Iconic Member Senayan City”

ABSTRAK

Pelanggan adalah raja yang memiliki keputusan untuk memilih apa yang diinginkan sendiri segala upaya terbaik dapat dikerahkan oleh perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan pelanggannya. *Customer relations* melalui pendekatan *customer relationship management* yang merupakan suatu inti dalam menyajikan nilai yang maksimal kepada pelanggan dengan cara yang dilakukan perusahaan untuk dapat berkomunikasi dengan pelanggannya. Penelitian ini menggunakan subyek penelitian pelanggan di Senayan City Mall. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *Customer Relations* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Senayan City menggunakan program SCX Iconic Member sebagai salah satu strategi *customer relation managemen* (CRM) untuk mempertahankan loyalitas pelanggan karena program ini sangat diminati oleh pelanggan. Implementasi *customer relations* melalui program SCX Iconic Member dilakukan secara profesional dengan memenuhi 4 dimensi *customer relations*. Upaya yang dilakukan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan pelanggan juga dilakukan dengan baik. Tanggapan pelanggan terhadap program juga sangat baik. Faktor pendukung dan penghambat dari program SCX Iconic Member adalah 1) *Customer Service* Senayan City menjadi tim yang solid. 2) Penggunaan system CSDB (*customer service data base*) yang membantu tim untuk menyimpan semua data-data ataupun transaksi *customer*. 3) departemen terkait dalam membuat program-program terkait *customer relations*. 4) *customer* yang loyal kepada Senayan City. Sedangkan faktor penghambatnya adalah 1) system yang sebenarnya masih perlu ada peningkatan. 2) *customer* yang sering kali tidak terima dengan ketentuan yang berlaku.

Kata kunci: *Customer Relations*, Implementasi

Referensi : 16 Buku, 5 Jurnal, 1 Website

Dosen Pembimbing : Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si.