

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

**Skripsi, Agustus 2022**

**Devi Hartini**

**2016140259**

***CUSTOMER RELATIONS* BERDIKARI KOPI DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

**ABSTRAK**

Beberapa tahun terakhir fenomena kegiatan mengonsumsi kopi di Indonesia menjadi sebuah tren di kalangan millennial. Hal ini mengakibatkan maraknya bisnis *coffee shop* bermunculan. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, setiap perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Maka pentingnya menjalin *customer relations* bagi perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *Customer Relations* Berdikari Kopi sebagai objek penelitian ini dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori *Public Relations, Model Two way symmetric*, teori *Customer relations*, dan Loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung, dan dokumentasi. Teknik keabsahan yang digunakan yaitu Triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *Customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi berhasil mempertahankan loyalitas pelanggan melalui pengadaan program-program khusus, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, dan menangani keluhan pelanggan. Kegiatan tersebut menciptakan kepuasan pelanggan yang menghasilkan loyalitas pelanggan dengan adanya *repeat purchasing, word of mouth*, dan *rejeat another*.

**Kata kunci** : *Customer Relations, Loyalitas Pelanggan*

**Referensi** : 31 Buku, 3 Jurnal, dan 1 Website

**Dosen Pembimbing** : R. Hiru Muhammad, S.Sos, M.I.Kom.