

**SKRIPSI**

**UPAYA *CUSTOMER RELATION OFFICE* DI BASKIN ROBBINS**

**CABANG LIVING WORLD ALAM SUTERA DALAM**

**MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2016**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (SKRIPSI) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali Tim Pembimbing dan Tim Penguj.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Jakarta, Februari 2016



(051203503125002)

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**UPAYA *CUSTOMER RELATIONS OFFICE* DI BASKIN ROBBINS  
CABANG LIVING WORLD ALAM SUTERA DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

**Untuk memenuhi salah satu ujian guna memperoleh Sarjana Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik.**

**Program Pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi ini telah  
disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal seperti tertera dibawah ini.**

Jakarta, Februari 2016

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Hadi Surantio, M.Si

Helen Olivia, M.IKOM

Dekan FISIP,

Ketua Program Studi,

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si




Agus Budiana, S.Sos, M.Ikom

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ISMAWATI  
NIM : 051203503125002  
JURUSAN : ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI STUDI : HUBUNGAN MASYARAKAT  
JUDUL SKRIPSI : UPAYA *CUSTOMER RELATIONS OFFICE*

DI BASKIN ROBBINS CABANG LIVING  
WORLD ALAM SUTERA DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS  
PELANGGAN.

Telah disahkan oleh Dewan Penguji dan Dinyatakan LULUS.  
Dalam sidang skripsi 16 Februari 2016.

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Edison Hutapea, M.Si	Ketua	
2.	Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si	Penguji I	
3.	Drs. Hadi Surantio, M.Si	Penguji II	



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Upaya *Customer Relations Office* Di Baskin Robbins Cabang *Living World* Alam Sutera Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.” Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisa secara rinci upaya *Customer Relations Office* pada Baskin Robbins di *Living World* Alam Sutera, BSD dalam mempertahankan pelanggannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanatori dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan Di Baskin Robbins Cabang *Living World* Alam Sutera, BSD. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya *Customer Relations Office* di Baskin Robbins *Living World* Alam Sutera sangat strategis, Peran *Customer Relations Office* di Baskin Robbins *Living World* Alam Sutera sangat strategis, yaitu memberikan nasehat kepada pihak manajemen berkaitan dengan apa yang menjadi keinginan konsumen, menjembatani komunikasi antara konsumen dengan perusahaan, menjaga hubungan baik konsumen dan perusahaan, juga menjadi andalan dalam menarik konsumen lebih banyak lagi.

Upaya *Customer Relations Office* dalam mempertahankan pelanggan pertama kualitas produk dengan menyajikan produk *ice cream* unik, menarik dan tersedia berbagai variasi rasa *ice cream*, menggunakan hiasan atau *topping* kemudian produk unggulan *Freeze Frame Cake* Program, yaitu dengan *scanning sistem equipped ink and paper khusus*, dimana dapat membuat *photo* hitam putih atau warna favorit dari *customer* pelanggan didalam *cake* favoritnya. *Ice cream* Baskin Robbins selalu menghasilkan produk baru minimal empat (4) produk dengan berbagai rasa, model dan hiasan *topping*, kedua *service* (pelayanan) di mana pelanggan akan dimanjakan dalam suatu restoran yang bersih, terang, dan dalam suasana yang menyenangkan, pelanggan akan diberikan pelayanan oleh orang-orang dengan kepribadian yang sudah ditetapkan oleh manajemen Baskin Robbins (*Brand Personality*) seperti ramah, disukai, periang, menggetarkan, kontemporer, menarik, informal, komunikatif, kreatif, humoris, menyenangkan, perhatian pada pelanggan; ketiga penanganan setiap permasalahan yang mungkin terjadi di *store* dengan baik. Hal ini di dukung juga oleh adanya prosedur penanganan *komplain* yang dimiliki oleh Baskin Robbins.”

**Kata Kunci:** *Customer Relations Office*, Loyalitas Pelanggan.

## ***ABSTRACT***

This study, entitled "Efforts Customer Relations Office at Baskin Robbins Branch Living World Alam Sutera In Retain Customer Loyalty." The purpose of this study is to describe and analyze in detail the role and efforts of Customer Relations Office at Baskin Robbins in Living World Alam Sutera, BSD in maintaining customers. The method used in this study is the eksplanatori method with qualitative descriptive research. This research was conducted at Baskin Robbins Branch Living World Alam Sutera, BSD. Data collection techniques used were interviews, observation, and literature study. These results indicate that the role of the Customer Relations Office at Baskin Robbins Living World Alam Sutera is very strategic, role of the Customer Relations Office at Baskin Robbins Living World Alam Sutera is very strategic, which is advising the management with regard to what the wishes of consumers, facilitate communication between consumers with companies, maintaining good relations and corporate customers, also a mainstay in attracting more consumers.

Efforts Customer Relations Office in defending the first customers quality products with present products ice cream is unique, interesting and provided a variety of flavors of ice cream, using a garnish or topping then superior products Freeze Frame Cake Program, namely by scanning system equipped ink and paper specifically, where can make black and white or color photo of a favorite customer / customer in her favorite cake. Ice cream Baskin Robbins always produce new products at least four (4) products with a variety of flavors, models and ornaments topping, the second service (service) where customers will be spoiled in a restaurant that is clean, bright, and in a pleasant atmosphere, the customer will be given services by people with personalities that have been defined by the management of Baskin Robbins (Brand Personality) as friendly, preferably, cheerful, vibrant, contemporary, charming, informal, communicative, creative, humorous, fun, attention to the customer; The third handling any problems that may occur in the store well. It is also supported by the existence of complaint handling procedures which are owned by Baskin Robbins. "

**Keywords : Customer Relations Office , Customer Loyalty.**