

**EVENT HARI PELANGGAN NASIONAL DALAM  
MEMBANGUN *CUSTOMER ENGAGEMENT***

**(Studi kasus event “*Customer Are Really Everything*” pada Bank KEB Hana  
kantor cabang Lotte Shopping Avenue)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**Hani Prandika Riani**

**051303503125007**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2018**

## ABSTRAK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Nama : Hani Prandika Riani  
NIM : 051303503125007  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : HUMAS (Hubungan Masyarakat)  
Judul Penelitian : *Event Hari Pelanggan Nasional dalam membangun customer engagement (Studi kasus event “Customer Are Really Everything” pada PT Bank KEB Hana Indonesia)*

---

Penelitian ini ditujukan untuk melihat *event* Hari Pelanggan Nasional dalam membangun *customer engagement* yang dijalankan oleh Bank KEB Hana. PT Bank KEB Hana menyadari bahwa *customer* merupakan aspek penting dalam mempertahankan perusahaan untuk jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu memfokuskan strategi dalam menjaga hubungan baik dengan *customer*. PT Bank KEB Hana berupaya untuk melakukan kegiatan *customer relationship management* yang mampu mengembangkan *customer engagement*.

Fokus penelitian ini adalah bagaimana proses *event* Hari Pelanggan Nasional dalam membangun *Customer Engagement*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan lewat wawancara mandalam terhadap narasumber, dan dokumentasi. Hasil penelitian dalam pelaksanaan *event* Hari Pelanggan yaitu dapat mengetahui apakah *event* tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank KEB Hana sehingga dapat membangun *customer engagement*.

*Kata kunci: Customer engagement, Kepuasan pelanggan, Customer Relationship Management.*

## **ABSTRACT**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

*Name* : Hani Prandika Riani  
*NIM* : 051303503125007  
*Program Study* : Communication  
*Majoring* : Public Relations  
*Thesis Title* : National Customer day event to build customer engagement  
(Case study “ Customer Area Really Everything” at PT Bank  
KEB Hana Indonesia)

*This thesis is to see PT Bank KEB Hana realized that the customer is an important aspect in maintaining the company for the long term. Therefore, the company needs to focus its strategy in maintaining good relations with the customer. PT Bank KEB Hana is attempting to perform customer relationship management that is able to develop customer engagement.*

*The focus in this research is how the National Customer day event process in build customer engagement. This research is qualitative descriptive with case study method. Data were collected through interviews with interviewees, and documentation. The results of the research from the Customer Day event are to find out whether the event can give satisfaction to customers with the services provided by KEB Hana Bank so that they can build customer engagement.*

*Key word: Customer engagement, Customer satisfaction, Customer Relationship Management.*