

**STRATEGI CRM GOTOSOVIE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN GOTOSOVIE TAHUN 2016-2017**

**(Studi Deskriptif Kualitatif tentang kegiatan Customer Relations
Management dalam rangka mencapai loyalitas pelanggan
Gotosovie Tahun 2016-2017)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

RISANDI FITRA M.

20130530173

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA 2017**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Risandi Fitra Mustikaningrum

Nomor Mahasiswa : 20130530173

Konsentrasi : Public Relations

Progam Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan Judul : "STRATEGI CRM GOTOSOVIE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN GOTOSOVIE TAHUN 2016-2017" adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaanya.

Yogyakarta, 18 Desember 2017

Risandi Fitra Mustikaningrum

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 18 Desember 2017

Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Frizki Yulianti N, S.IP., M.si.)

Penguji I

Penguji II

(Aswad Ishak, S.IP., M.Si.)

(Taufiqur Rahman, S.IP., M.A, P.hD)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal : 18 Desember 2017

Mengetahui

(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Tugas Akhir ini dengan tulus , ikhlas penuh rasa syukur kepada:

➤ Allah SWT

Yang telah memberikan petunjuk serta kemudahan dalam menyelesaikan tulisan dan segala nikmat yang telah diberikan
Alhamdulillah.

➤ Nabi Muhammad SAW

Yang telah memberikan teladan kepada seluruh umatnya .
Termasuk kepada saya untuk selalu menjadi orang yang lebih baik lagi.

➤ Orang Tua Tercinta :

Papa Bohariyanto S.Pd dan mama Sri Rejeki S.kep yang tidak berhenti mendoakan anak nya , mengingatkan untuk sholat serta selalu memberi motivasi untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.

➤ Saudara Kandung saya

Miming Antika D. S.Farm, Apt. dan Septian Indra Festika S.Farm,
Apt. yang mendoakan saya untuk selalu semangat dalam meraih cita-cita
dan mimpi saya.

➤ Seluruh Team Gotosovie

Yang selalu bekerja sama dengan sangat baik , Cepat Responsive
dan dapat diandalkan , sehingga saya bisa fokus untuk menyelesaikan
skripsi saya.

MOTTO

“Ilmu itu lebih baik daripada harta, ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum (hakim) dan harta terhukum. Harta itu akan berkurang jika dibelanjakan tetapi ilmu akan bertambah jika diamalkan.” (ali bin abi thalib).

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi CRM Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Gotosovie Tahu 2016-2017**”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari apa yang telah disajikan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu bimbingan, saran serta pengarahan dari semua pihak sangat penulis harapkan demi tercapainya penulisan yang terbaik. Dalam kesempatan ini, penulis tak luput menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terimakasih tersebut ditujukan kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan petunjuk, ridho, dan kasih sayang yang tiada terkira kepada setiap hamba-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW, shalawat dan salam semoga tetap terlatun bagi kekasih-Nya.

3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid,S,Sos,M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta .
4. Ibu Frizki Yulianti, S.IP.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, nasihat dan saran, serta inspirasi terbaiknya dalam membantu penulisan.skripsi ini.
5. Bapak Aswad Ishak,S.IP.,M.Si. dan BapakTaufiqur Rahman, S.IP.,M.A, P.hD Selaku dosen penguji yang juga telah bersedia melungkan waktu untuk menguji dan memberi petunjuk kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membagi ilmu nya dan staf karyawan yang ada di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta .
7. Pak Jono , Pak Mulyadi , Mbak Siti selaku Tata usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu membantu dan bersedia menjawab pertanyaan pertanyaan serta urusan urusan administrasi penulis .
8. Kedua orangtua, Bapak Bohariyanto S.Pd dan Ibunda tercinta Sri Rejeki S.Kep yang telah memberikan do'a, perhatian, segala dukungan dan kasih sayang hingga sampai saat ini dan telah menjadi contoh tauladan bagi anak anaknya..

9. Teman-Teman dan Partner Kerjaku yang telah bersedia menemani, selalu mendukung, menyemangati, dan membantu selama proses penyelesaian skripsi dari awal sampai selesai.
10. Beberapa teman teman Public Relations, Broadcasting, dan Advertising, serta beberapa teman dari Fakultas lain angkatan 2013 yang selalu memberikan support, motivasi dan ilmu yang sangat membantu selama kuliah dan perjalanan dari awal sampai selesai.
11. Teman-teman seperjuangan bimbingan yang setia menunggu bersama dan memberikan informasi bermanfaat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
12. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya dalam penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai.

Dalam menyusun skripsi, penulis menyadari banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun cara menyajikan. Oleh karena itu, dengan segala keterbatasan kemampuan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan tugas akhir. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.,

Yogyakarta, 18 Desember 2017

Risandi Fitra M

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii	
HALAMAN PENGESAHAN	iv	
HALAMAN PERSEMBAHAN	v	
MOTTO	vi	
KATA PENGANTAR	vii	
DAFTAR ISI.....	x	
DAFTAR GAMBAR	xi	
ABSTRAK	xii	
ABSTRACT.....	xiii	
BAB I PENDAHULUAN		
A. Latar Belakang Masalah.....	1	
B. Rumusan Masalah	16	
C. Tujuan Penelitian	16	
D. Manfaat Penelitian	16	
E. Kerangka Teori.....	17	
F. Riset Terdahulu	37	
G. Metode Penelitian.....	39	
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....		40
A. Sejarah Berdirinya Gotosovie	40	
B. Visi dan Misi GotoSovie	41	
C. Lokasi.....	41	
D. Filosofi Nama dan Logo.....	42	
E. Struktur Organisasi.....	44	
F. Deskripsi Pekerjaan.....	44	
G. Produk Gotosovie dan Promosi yang ada di Gotosovie.....	48	
H. Event-Event Gotosovie dan PPK	49	
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52

A. Hasil Penelitian	52
B. Pembahasan.....	92
BAB IV PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR GAMBAR

2.1	Lokasi Gotosovie	41
2.2	Logo Gotosovie	42
2.3	Doc.Produk-produk Gotosovie	48
2.4	Doc.Event-event PPK	49
3.1	Data Pembelian	54
3.2	Doc. Meeting.....	58
3.3	Doc. Showrum.....	69
3.4	Doc. Training	72
3.5	Doc. Jahit.....	75
3.6	Doc. Membership.....	77
3.7	Doc. PPK.....	85
3.8	Doc.Charity Event.....	86
3.9	Reward Karyawan.....	87
3.10	Reward Pelanggan.....	88
3.11	Testymony.....	89

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Risandi Fitra Mustikaningrum

20130530173

Strategi CRM dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Gotosovie Tahun 2016-2017

Tahun Skripsi: 2017 +

Daftar Kepustakaan:

Jumlah industri *fashion* yang semakin banyak, membuat pasar semakin sempit, sehingga persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus menggunakan strategi untuk memenangkan dan bertahan di dalam persaingan. Melalui penelitian ini, penulis menganalisa pelaksanaan strategi *customer relations management* di Gotosovie dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, studi kasus dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan strategi *customer relations management* telah berjalan dengan cukup baik, Strategi *customer relations* yang digunakan oleh Gotosovie dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan komunikasi *after selling* pada pelanggan, meningkatkan mutu produk, menanggapi keluhan dengan tindak lanjut yang baik (*complain handling*), serta menerapkan program CRM yang berupa promosi penjualan, Charity Event, melibatkan pelanggan dalam event komunitasnya dan pemberian *reward* kepada pelanggan. Namun, Strategi CRM yang dijalankan masih kurang lengkap karena kurang efektifnya evaluasi yang dilakukan perusahaan. Evaluasi yang berjalan di Gotosovie belum kompleks, sehingga perusahaan belum bisa maksimal dalam meningkatkan mutu pelayanan kedepannya, serta strategi promosi lainnya yang juga mendukung pelaksanaan CRM.

Kata Kunci : Strategi, *Customer Relations*, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta
faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication Studies
Concentration Public Relations

Risandi Fitra Mustikaningrum

20130530173

CRM Strategy in Increasing Customer Loyalty Gotosovie Year 2016-2017

Year of Thesis: 2017 +

Library List:

The number of increasingly increasing fashion industry, making the market increasingly narrow, so the competition is getting tighter. Therefore, companies must use strategies to win and survive in the competition. Through this research, the authors analyze the implementation of customer relations management strategy in Gotosovie in maintaining customer loyalty. The method used in this research is descriptive qualitative. Methods of data collection conducted through interviews, case studies and documentation. Based on the results of the research, the implementation of customer relationship management strategy has been running quite well, Customer relations strategy used by Gotosovie in maintaining customer loyalty is to provide after selling communication to customers, improve product quality, respond to complaints with good follow-up (complain handling) , as well as implementing CRM program in the form of sales promotion, Charity Event, involving customers in community event and giving rewards to customers. However, the CRM strategy that is run is still not complete because of the lack of effective evaluation conducted by the company. Evaluation that runs on Gotosovie has not been complex, so the company can not maximally in improving the quality of service in the future, as well as other promotional strategies that also support the implementation of CRM.

Keywords: Strategy, Customer Relations, Customer Loyalty

