

**AKTIVITAS *CUSTOMER SERVICE* DISTRO OMUS YOGYAKARTA
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

**(Studi Kasus Aktivitas *Customer Service* Distro OMUS Yogyakarta Periode
2011 – 2012)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

NURLITASARI

20090530060

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

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

Hari : Selasa
Tanggal : 15 April 2014
Tempat : Ruang Multimedia Jurusan Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si

Penguji I



Aswad Ishak, S.IP., M.Si

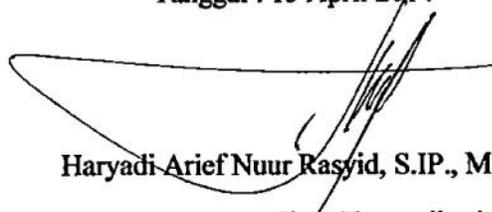
Penguji II



Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal : 15 April 2014



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

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

No matter what happens in life,

Be good to people.

Being good to people is a wonderful legacy to leave behind.

(Taylor Swift)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurlitasari
NIM : 20090530060
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat / menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Penulis

Nurlitasari

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Alhamdulillah rabbi'l'alamin, puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya telah mengizinkan untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Teriring rasa syukur penulis menyajikan karya tulis yang berjudul "**Aktivitas Customer Service Distro OMUS Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.**" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi. Karya ilmiah ini belum pernah diterbitkan oleh orang lain kecuali referensi yang ada dalam naskah dan telah disebutkan pada daftar pustaka.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan akhir ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu dengan segala keterbukaan, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya tulis ini.

Terselesainya penulis dalam menyusun karya tulis ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan daoraongan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan kerendahan hati menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi – tinggi nya kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa dengan sabar mendampingi, membimbing dan mengajari berbagai hal.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si dan Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan yang sangat berharga terhadap penelitian ini.
4. Bapak Anton Yoedo Sutanto selaku *Brand Manager* OMUS Yogyakarta.

Semoga Allah SWT berkenan melimpahkan Rahmat serta Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing dan memberikan dorongan kepada penulis. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 22 April 2014

Penulis

Nurlitasari

E. Kerangka Teori	10
1. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	10
1.1. Tujuan dan Manfaat CRM	12
1.2. <i>Customer Service</i> Sebagai Bagian dari Aktivitas CRM	15
2. <i>Customer Service</i>	16
2.1. Manfaat <i>Customer Service</i>	17
2.2. Aktivitas <i>Customer Service</i>	19
2.3. Ciri-Ciri <i>Customer Service</i> yang Baik	20
3. Konsumen	22
3.1. Definisi Konsumen	22
3.2. Minat Beli Konsumen	23
4. Teori Hubungan Interpersonal	24
F. Metodologi Penelitian	26
1. Jenis Penelitian	26
2. Lokasi Penelitian	28
3. Sumber Data	28
4. Teknik Pemilihan Informan	29
5. Teknik Pengumpulan Data	31
6. Teknik Analisis Data	33
7. Teknik Keabsahan Data	36

BAB II. GAMBARAN UMUM DISTRO OMUS	38
A. Latar Belakang Sejarah Distro OMUS	38
B. Visi dan Misi Distro OMUS	40
C. Segmentasi Distro OMUS	41
D. Lokasi Perusahaan dan Distribusi Distro OMUS	42
E. Logo Distro OMUS	43
F. Struktur Organisasi	44
G. Pelayanan Yang Dilakukan Oleh <i>Frontliner</i> OMUS	50
H. Jenis – Jenis Produk dari Distro OMUS	54
BAB III. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	58
A. Penyajian Data	
1. <i>Customer Relationship Management Distro OMUS Yogyakarta</i>	58
2. <i>Customer Service Frontliner Distro OMUS Yogyakarta</i>	65
3. Kenyamanan Konsumen Mempengaruhi Minat Beli	81
4. Komplain Konsumen	84
5. Hubungan Interpersonal antara <i>Frontliner</i> OMUS dengan Konsumen	88
6. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas <i>Customer</i>	

Service Distro OMUS dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen 89

B. Analisis Data	94
BAB IV. PENUTUP	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Distro Muslim di Yogyakarta	4
Tabel 1.2	Presentase Pencapaian Target Penjualan Dan Jumlah Transaksi	6

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Lokasi Distro OMUS	43
Gambar 2.2	Logo Distro OMUS	43
Gambar 2.3	<i>Frontliner</i> OMUS	50
Gambar 2.4	Produk OMUS Male	54
Gambar 2.5	Produk OMUS Female	55
Gambar 2.6	Produk OMUS Kids	56
Gambar 2.7	Produk – Produk Lain	56
Gambar 3.1	<i>Frontliner</i> Memberi Kesempatan Konsumen	70
Gambar 3.2	<i>Frontliner</i> Melayani Konsumen	72
Gambar 3.3	Penampilan <i>Frontliner</i>	76
Gambar 3.4	<i>Frontliner</i> Menjelaskan Produk Kepada Konsumen	77
Gambar 3.5	<i>Store Training</i>	91
Gambar 3.5	<i>Store Training</i>	91