

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Trisia Safitri**

**Nim : 11343201389**

**Judul : Strategi Komunikasi Divisi Operasional Koperasi Pengemudi Taksi (Taksi) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Kota Pekanbaru**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan Kota Pekanbaru yang sangat pesat dan perkembangan teknologi yang semakin lama semakin canggih. Kota Pekanbaru setiap tahunnya mengalami pertumbuhan penduduk dan dengan bertambahnya pertumbuhan penduduk maka bertambah pula jumlah transportasi. Banyaknya transportasi yang beroperasi di Kota Pekanbaru, mengakibatkan macet yang berkepanjangan serta polusi udara yang meningkat dan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, hal ini dimanfaatkan oleh perusahaan transportasi. Hal inilah yang menimbulkan permasalahan di Kota Pekanbaru yang sebagian besar perusahaan sudah menggunakan aplikasi berbasis online untuk meningkatkan program kerja perusahaan nya dan sebagian lagi masih menggunakan sistem manual. Salah satu perusahaan yang masih menggunakan sistem manual atau konvensional adalah Koperasi Pengemudi Taksi (Kopsi). Koperasi Pengemudi Taksi (Kopsi) merupakan badan usaha yang bergerak dibidang transportasi khususnya taksi. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti hal ini untuk mengetahui strategi yang digunakan Koperasi Pengemudi Taksi (Kopsi) dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 orang, yaitu anggota Divisi Operasional 2 orang dan sekretaris beserta wakil nya. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan adalah dalam bentuk pelayanan seperti membukakan pintu pelanggan, membawakan barang pelanggan, bersikap ramah tamah kepada pelanggan dan memperhatikan fasilitas seperti memperhatikan kondisi mobil dan AC mobil.

**Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Divisi Operasional, Loyalitas Dan Pelanggan.**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Trisia Safitri  
**Nim** : 11343201389  
**Department** : Communication  
**Title** : **The Communication Strategy of Taxi Driver Cooperative Operational Division in Keeping Its Customer Loyalty in Pekanbaru**

This research is motivated the fast development of Pekanbaru and the growing of technology used by its people. In Pekanbaru, the populations are growing every year causing the growth of transportation. This may cause the traffic jams, pollution and others. however, This also has become the opportunity for transportation company to get profit. The advancement of technology has been used by several companies to implement online application but others still use manual system. One of the companies using manual system is taxi driver cooperative. It is a company run in transportation sector, especially taxi. Therefore, the researcher is interested in studying the strategy used by the company in keeping its customer loyalty. This thesis uses descriptive method with qualitative approach. Data is obtained from interview and documentation. There are four informants selected, two members of operational division, a secretary and its vice. This thesis finds that strategy used to keep the loyalty of customers is done through several ways; service for customers such as opening the door for them, helping them to bring goods, hospitable and friendly behavior toward customers and paying attention to customers' facilities such as the car and car's AC condition.

**Keywords** : Strategy, Communication, Operational Division, Loyalty, Customer