

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 : Dandy Dharmansyah
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Penerapan *Customer Relation Management* pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru

Customer relationship management pada intinya menyediakan nilai yang optimal kepada pelanggan yang bertumpu pada produk fisik dan proses penyampaian jasa terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan secara individu dengan cara berkomunikasi dengan mereka. Pada dasarnya CRM bertujuan untuk proses adaptasi antara perusahaan dengan pelanggannya. Program CRM yang diterapkan dengan baik adalah seperti benang yang menjalar keseluruhan perusahaan. CRM adalah pengelolaan dan pelaksanaan strategi yang terpadu dalam mendapatkan, mempertahankan, dan berteman dengan pelanggan selektif untuk menciptakan nilai yang superior bagi perusahaan dan pelanggan. *Continuity Marketing* adalah pemberian pelayanan yang berkelanjutan untuk mengikat pelanggan, contohnya pemberian diskon khusus. Lalu, *One to One Marketing* adalah pendekatan secara individual berdasarkan pemenuhan, contohnya antara lain kemampuan menyelesaikan masalah, kesiapan, kesopanan, keramahan dan pemberian hadiah. Selanjutnya, *Partnering Program* adalah hubungan kerja sama perusahaan dengan perusahaan penyedia produk/jasa lain dalam mengikat pelanggan di luar lini produk perusahaan, baik yang berada di dalam maupun di luar perusahaan, contohnya adalah melakukan kerja sama *event* promosi. Customer relations Swiss Belinn Hotel Pekanbaru adalah divisi yang sangat berpengaruh dalam keberlangsungan perusahaan dalam mencari pelanggan/konsumen untuk mencapai tujuan customer relations, yaitu meningkatkan citra perusahaan dan mendorong terwujudnya tujuan perusahaan demi kesejahteraan perusahaan dan karyawan, serta manajemennya. Oleh karena itu, strategi customer relations yang dijalankan oleh customer relations Swiss Belinn Hotel Pekanbaru adalah strategi komunikasi yang dapat menghubungkan antara perusahaan dengan publiknya. Bentuk komunikasi yang dilakukan pihak Swiss Belinn Hotel Pekanbaru dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan berkomunikasi langsung secara efektif dengan pelanggan, dapat mempengaruhi pikiran pelanggan untuk dapat menggunakan produk/jasa serta peneliti mencoba untuk mengetahui bahwa khalayak yang menjadi pengunjung hotel yang dijadikan target sebagai pelanggan memang merasakan kepuasan terhadap tindakan dan strategi customer relations yang diterapkan oleh Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.

Kata Kunci : Penerapan, *Customer Relation Management*, *Continuity Marketing*, *One to One Marketing*, *Partnering Program*, Swiss Belinn Hotel Pekanbaru

ABSTRACT

Name : Dandy Dharmansyah
Department : Communication
Title : The Implementation of Customer Relation Management at Swiss Belinn Hotel Pekanbaru

Customer relation management basically provides optimal value to customers based on physical products and service delivery process to the customers' need and preference individually through an interaction with them. CRM aims to link the adaptation process between a company and its customers. The CRM program implemented well is like a thread crawling to all company elements. CRM is an integrated strategy management and implementation to gain, keep and interact with selective customers to create superior value for the company and its customers. Continuity marketing is service giving done continually to keep the customers like providing a special discount. One to one marketing is individual approach based on fulfillment like an ability to solve the problem, efficiency, polite behavior, proper attitude and giving a gift. Partnering program is cooperative relationship between the company and other producer companies (service/product) to keep the out company product type customers, for example making cooperation of event promotion. The Swiss Belinn Hotel Pekanbaru customer relations is the influential division in keeping the survival of the company through looking for customers as its task and target. It also includes to improve the company image and to support the implementation of the company goal for the benefits of the company and its employee as well as its management. Therefore, the strategy of customer relations run by the company customer relations division is the communication strategy which can link the company and its public. This communication model attempting to improve the customers' satisfaction through direct and effective communication can influence the customers' mind to use the company products and services. The researcher finds that the customers of the hotel as the target of the study feel satisfied with the action and strategy of customer relations implemented by the Pekanbaru Swiss Belinn Hotel.

Keywords : Implementation, Customer Relation Management, Continuity Marketing, One to One Marketing, Partnering Program, Swiss Belinn Hotel Pekanbaru