



UNIVERSITAS NASIONAL

**CUSTOMER RELATIONS RESTAURANT SAUNG APUNG
HARVEST CITY CILEUNGSI DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ANDIN SAIFULLOH

203516516013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**CUSTOMER RELATIONS RESTAURANT SAUNG APUNG
HARVEST CITY CILEUNGSI IN MAINTAINING CUSTOMER
LOYALTY**

BACHELOR THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom) degree

ANDIN SAIFULLOH

203516516013

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andin Saifulloh
NPM : 203516516013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation
Judul Skripsi : CUSTOMER RELATIONS RESTAURANT
SAUNG APUNG HARVEST CITY CILEUNGSI
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.



Disetujui untuk disahkan

Jakarta, Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ernawati Chotim., M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Andin Saifulloh
NPM : 203516516013
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsetrasi : Public Relation
Tanggal Sidang : 25 Februari 2025

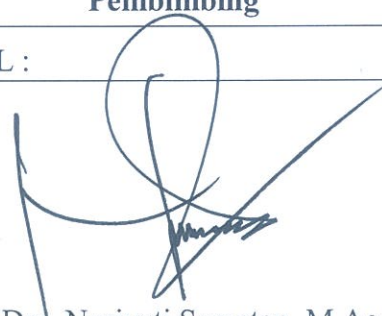
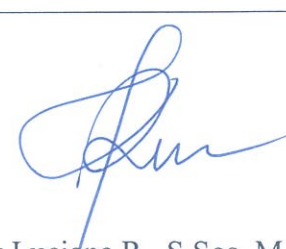
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

CUSTOMER RELATIONS RESTAURANT SAUNG APUNG HARVEST CITY
CILEUNGSI DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

CUSTOMER RELATIONS RESTAURANT SAUNG APUNG HARVEST CITY
CILEUNGSI IN MAINTAINING CUSTOMER
LOYALTY

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL :
		
Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag.	Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si	Andin Saifulloh

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Andin Saifulloh
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516013
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Public Relation
Judul Skripsi : CUSTOMER RELATIONS RESTAURANT SAUNG APUNG
HARVEST CITY CILEUNGSI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 25 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 2025

Ketua Sidang : Adi Prakosa, M.Si.

Penguji I : Agus Salim, M.Si.

Penguji II : Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa sang Pencipta dan Maha Kuasa atas segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “*Customer Relations Restaurant Saung Apung Harvest City Cileungsi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan*” dengan baik. Proposal skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan dalam meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Peneliti masih menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi proposal skripsi ini. Oleh karena itu dengan kerendahan hati peneliti mengharapkan saran, kritik dan masukan dari semua pihak untuk perbaikan proposal skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa proposal skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan proposal skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Emawati Chotim, M.Si., selaku Dekan FISIP Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan I FISIP Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Angga Sulaiman, S.i.p., M.A.P., selaku Wakil Dekan II FISIP Universitas Nasional.
5. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo , S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi Universitas Nasional.
7. Ibu Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing penulis sejak awal penulisan hingga akhir penulisan proposal skripsi ini. Penulis berharap karya ilmiah ini

bermanfaat dan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Strategis Komunikasi.

8. Kedua Orang Tua dan keluarga Peneliti yang selalu mendukung dan mendoakan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
9. Syifa Azura Muthiakanza selaku calon istri saya yang selalu memotivasi dan membantu dalam menyelesaikan penelitian ini
10. Terima kasih untuk seluruh Civitas Akademik maupun non – Akademik Universitas Nasional yang telah membantu segala kebutuhan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhirnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan proposal skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih banyak. Semoga mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Serta tidak lupa peneliti memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan yang ada selama penulisan proposal skripsi ini, semoga akan lebih baik untuk kedepannya, Aamiiinn.

Jakarta, Februari 2025

Andin Saifulloh



ABSTRAK

Loyalitas pelanggan merupakan kunci keberhasilan bisnis di industri restoran, di mana hubungan yang baik dengan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong pembelian ulang. Restaurant Saung Apung Harvest City Cileungsi, yang terkenal dengan suasana alam dan layanan ramah, berupaya mempertahankan loyalitas pelanggan melalui penerapan strategi *Customer Relations* yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *Customer Relations* di Restaurant Saung Apung Harvest City Cileungsi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data holistik. Peneliti melakukan observasi langsung di lokasi, wawancara dengan narasumber kunci seperti pelanggan dan pihak manajemen, serta dokumentasi sebagai pelengkap data. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperoleh melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Customer Relations* yang diterapkan berlandaskan pada *Excellence Theory Model Two-Way Symmetrical*, di mana komunikasi dua arah yang simetris efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Restoran ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendengarkan umpan balik pelanggan, yang terbukti meningkatkan loyalitas melalui praktik *Word of Mouth* dan pembelian ulang. Kelebihan restoran mencakup fasilitas yang lengkap, suasana alami, dan pelayanan yang ramah. Selain itu, strategi *Customer Relations* berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan, dengan pendekatan persuasif dan edukatif dalam membangun hubungan jangka panjang. Berdasarkan triangulasi sumber, dukungan dari praktisi *public relations* mengonfirmasi pentingnya kualitas pelayanan dan produk dalam memperkuat citra restoran. Dengan pelayanan cepat, ramah, dan profesional, restoran ini berhasil menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan meningkatkan daya saingnya di pasar. Kesimpulannya, strategi komunikasi dan *Customer Relations* yang diterapkan tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga menjamin pertumbuhan dan keberlanjutan restoran di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci :

Customer Relations, Loyalitas Pelanggan, Komunikasi Dua Arah, *Excellence Theory*, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Customer loyalty is the key to business success in the restaurant industry, where good relationships with customers can increase satisfaction and encourage repeat purchases. Restaurant Saung Apung Harvest City Cileungsi, which is famous for its natural atmosphere and friendly service, seeks to maintain customer loyalty through the implementation of an effective Customer Relations strategy. This research aims to find out how the Customer Relations strategy at Restaurant Saung Apung Harvest City Cileungsi in maintaining customer loyalty. The research used a descriptive qualitative approach with interview, observation, and documentation methods to obtain holistic data. Researchers conducted direct observations at the location, interviews with key informants such as customers and management, and documentation to complement the data. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity was obtained through triangulation of sources, techniques, and time. The results showed that the Customer Relations strategy implemented is based on the Excellence Theory Two-Way Symmetrical Model, where symmetrical two-way communication is effective in increasing customer loyalty. The restaurant not only conveys information, but also listens to customer feedback, which is proven to increase loyalty through Word of Mouth practices and repeat purchases. The restaurant's strengths include well-equipped facilities, natural ambience, and friendly service. In addition, the Customer Relations strategy contributes significantly to increased sales and customer satisfaction, with a persuasive and educative approach in building long-term relationships. Based on source triangulation, support from public relations practitioners confirms the importance of service and product quality in strengthening the restaurant's image. With fast, friendly, and professional service, this restaurant succeeds in creating a positive experience for customers and increasing its competitiveness in the market. In conclusion, the communication and customer relations strategies implemented not only increase loyalty, but also ensure the growth and sustainability of the restaurant in a competitive market.

Keywords :

Customer Relations, Customer Loyalty, Two-way Communication, Excellence Theory, Customer Satisfaction..

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABLE.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat praktis	4
1.5 Sistematika Penelitian	4
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Research Gap	8
2.3 <i>Public Relations</i>	11
2.3.1 Komunikasi <i>Public Relations (Excellence Theory : Model Two Way Symmetric)</i>	12
2.4 <i>Customer Relations</i>	13
2.4.1 Fungsi <i>Customer Relations</i>	14
2.4.2 Tugas <i>Customer Relations</i>	15
2.5 Loyalitas Pelanggan	15
2.5.1 Faktor – faktor Loyalitas Pelanggan	17
2.6 Kerangka Penelitian	19
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	22
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.2.2 Teknik Observasi	22

3.2.3	Teknik Wawancara.....	23
3.2.4	Teknik Dokumentasi	23
3.2.5	Teknik Penentuan Informan	23
3.2.6	Teknik Analisis Data.....	24
3.2	Teknik Keabsahan Data	25
3.4	Lokasi Waktu dan Jadwal Penelitian	28
3.4.1	Lokasi Penelitian.....	28
3.4.2	Waktu Penelitian	28
3.4.3	Jadwal Penelitian.....	28
BAB IV		29
HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	29
4.1.1	Profil Informan.....	31
4.1.2	Management.....	33
4.2	Pembahasan.....	52
4.2.1	Analisis Berdasarkan <i>Exelence Theori</i>	52
4.2.2	Analisis Berdasarkan Model <i>Customer Relation</i>	54
4.2.3	Analisis Berdasarkan Triangulasi sumber.....	64
BAB V		67
KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN I DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA		72
LAMPIRAN II TRANSKIP HASIL WAWANCARA		76
LAMPIRAN III DOKUMENTASI		111

DAFTAR TABLE

Table 1.1 Data Rumah Makan di Kota Bogor.....	2
Table 3.1 Penelitian Terdahulu	6
Table 4.1 Bagan Organisasi	31
Tabel 4.1.1 Data Informan	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.4 Lokasi Objek Penelitian	37
Gambar 4.1 Lokasi Objek Penelitian	38

