

ABSTRAK

Judul : Strategi Komunikasi *Customer Service Hennes & Mauritz (H&M) Store Grand Indonesia* Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan
Nama : Kintan Nuranti Putri
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Penelitian ini dilatar belakangi karena semakin ketatnya persaingan bisnis di bidang retail *fashion* sehingga pentingnya sebuah strategi komunikasi dalam melakukan penjualan yang tepat guna mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi *Customer Service H&M Store Grand Indonesia* Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori interaksi simbolik (Komunikasi verbal dan non verbal). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumen - dokumen. Penelitian ini terfokus pada Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *staff customer service* terhadap pelanggan yang kemudian di bentuk dalam sebuah Dasar pelayanan atau Standar dalam keahlian menjual. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini komunikasi merupakan hal yang sangat penting dan strategi komunikasi benar - benar berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dimana *Customer service* akan berusaha membangun hubungan baik dengan pelanggan, serta mengumpulkan data pelanggan, keluhan, masukan, dan apapun yang menjadi kebutuhan dari pelanggan sehingga pelanggan dapat menyampaikan apa yang menjadi keinginan mereka dengan lebih leluasa dan bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan agar terjadinya suatu penjualan dan berlanjut kembalinya pelanggan tersebut ke H&M Grand Indonesia sehingga loyalitas pelanggan dapat di pertahankan.

Kata Kunci :

Strategi, Komunikasi, *Customer service*, Loyalitas