

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Senyum World Hotel Batu” yang ditulis oleh Muhamad Slamet, NIM. 126405202180, Pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya bisnis perhotelan yang begitu cepat membuat persaingan dunia bisnis semakin pesat. Dengan begitu mendorong pelaku bisnis supaya mampu bersaing dalam menarik konsumen. Salah satunya menggunakan strategi komunikasi agar dapat membantu pelaku bisnis dalam menghadapi persaingan. Fokus Penelitian Skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan secara langsung dan digital oleh Senyum World Hotel (2) Bagaimana kepuasan pelanggan melalui strategi komunikasi yang diterapkan Senyum World Hotel. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi secara langsung dan digital dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta kepuasan pelanggan melalui strategi komunikasi pada Senyum World Hotel Batu. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan kondensasi data dan penyajian data sehingga bisa ditarik sebuah kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) strategi komunikasi Secara Langsung dan Digital Pada Senyum World Hotel meliputi: a) komunikator, memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan komunikasi; b) pesan, memberikan pesan menarik dan menyesuaikan pesan terhadap beberapa faktor; c) media, menentukan media komunikasi sesuai profil pelanggan, tujuan dan jenis informasi; d) komunikan, memahami keinginan pelanggan, karakteristik demografis, preferensi dan perilaku pelanggan; e) efek, melakukan survei kepada pelanggan, dan memantau ulasan dari *TripAdvisor*, *Google Reviews*, dan media sosial. (2) Kepuasan pelanggan melalui strategi komunikasi terdapat lima faktor yaitu: a) *reliability*, proses *check-in* sesuai jadwal, menyediakan informasi harga, fasilitas, dan kamar yang konsisten dengan yang tertera di website, serta menjelaskan diskon dan promo dengan jelas.; b) *responsiveness*, memberikan respon yang cepat terhadap setiap aspek kepada pelanggan; c) *assurance*, staf memiliki pemahaman yang detail, dapat memberikan penjelasan yang jelas mudah dipahami; d) *empathy* staf mendengarkan dan menanggapi pertanyaan dari pelanggan, melakukan *follow-up* terhadap pemasalahan, serta memberikan *compliment* terhadap beberapa masalah tertentu; e) menampilkan konten di website maupun media sosial sesuai dengan kenyataan di lokasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The thesis titled "Communication Strategies in Enhancing Customer Satisfaction at Senyum World Hotel Batu," written by Muhamad Slamet, Student ID 126405202180, supervised by Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

This research is motivated by the rapid growth of the hospitality industry, which has intensified business competition. As a result, business operators are pushed to effectively compete in attracting consumers. Communication strategies, therefore, play a crucial role in helping businesses face such competition. The focus of this thesis is (1) to examine the communication strategies, both direct and digital, implemented by Senyum World Hotel and (2) to evaluate customer satisfaction resulting from these communication strategies. The purpose of this research is to analyze the direct and digital communication strategies employed to enhance customer satisfaction, as well as to assess customer satisfaction achieved through these strategies at Senyum World Hotel Batu. This research uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The collected data will be analyzed using data condensation and data presentation, leading to the formulation of conclusions.

The results of this study indicate that: (1) The direct and digital communication strategies at Senyum World Hotel include: a) communicator, providing training for employees to enhance their communication skills and abilities; b) message, delivering engaging messages and tailoring them to various factors; c) media, selecting communication media based on customer profiles, objectives, and types of information; d) audience, understanding customer desires, demographic characteristics, preferences, and behavior; e) effect, conducting surveys with customers and monitoring reviews from TripAdvisor, Google Reviews, and social media. (2) Customer satisfaction through communication strategies is influenced by five factors: a) reliability, ensuring the check-in process adheres to the schedule, providing consistent information on prices, facilities, and rooms as stated on the website, and clearly explaining discounts and promotions; b) responsiveness, providing prompt responses to all aspects concerning customers; c) assurance, with staff having detailed understanding and providing clear and comprehensible explanations; d) empathy, with staff listening to and responding to customer inquiries, following up on issues, and offering compliments for certain situations; e) displaying content on the website and social media that accurately reflects the actual conditions at the location.

Keywords: Communication Strategy, Customer Satisfaction