



**PERSEPSI PELANGGAN PADA *CUSTOMER
RELATION OFFICER (CRO)* DI DEALER SUZUKI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Muhamad Rifqi

41182037190129

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM "45"
BEKASI
(2023M/ 1444H)**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 03 Juli 2023



Muhamad Rifqi

41182037190129

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Pelanggan Pada *Customer Relation Officer (CRO)* di
Dealer Suzuki

Nama : Muhamad Rifqi

NPM 41182037190129

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapatkan persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi

Bekasi, 03 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Sastra dan Bahasa



Tin Hartini, M.Si.

NRP 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui

Dosen Pembimbing Skripsi



Kartini Rosmalah D.K.M.I. Kom.

NRP 45.1.22.08.2011.025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Persepsi Pelanggan Pada *Customer Relation Officer (CRO)* di *Dealer Suzuki*” telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 20 Juli 2023

Waktu : 16.00-17.00

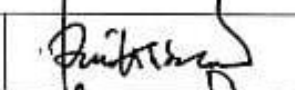

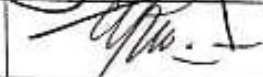
Oleh

Nama : Muhamad Rifqi

NPM : 41182037190129

Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Yudha Asmara Dwi Aksa M. I. Kom	
Penguji I	Dr. Nuryadi M. Hum	
Penguji II	Kartini Rosmalah D.K.,M.I. Kom.	



Bekasi, 24 Juli 2023

Mengesahkan,

Mengetahui,

Dekan Fakultas Komunikasi,
Sastra dan Bahasa

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Nuryadi, M.Hum
NRP 45.1.01.04.2010.012


Tin Hartini, M.Si.
NRP 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra
dan Bahasa
2023

Muhamad Rifqi / 41182037190129

Persepsi Pelanggan Pada *Customer Relation Officer (CRO)* di Dealer Suzuki

Dibawah bimbingan Ibu Kartini Rosmalah D. K, M. I. Kom.

129 halaman skripsi dan 13 romawi, daftar tabel 1, daftar gambar 10 dan 14 lampiran

Pelayanan pada *dealer* Suzuki Trimitra Sejahtera Mobilindo Bekasi ini memiliki keterbatasan respon pelanggan pada pelayanan *Customer Relation Officer (CRO)* sehingga menjadikan perusahaan kesulitan dalam melakukan evaluasi pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pelanggan pada *Customer Relation Officer (CRO)* di *dealer* Suzuki trimitra sejahtera mobilindo Bekasi. Teori yang digunakan yaitu persepsi, komunikasi interpersonal, teori atribusi, pelanggan, pelayanan dan *Customer Relation Officer (CRO)*. Penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan jumlah data yang dianalisis yaitu 10 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan memberikan persepsi dengan mengetahui bahwa komunikasi interpersonal *CRO* ketika melakukan pelayanan kepada pelanggan dapat diterima pesannya dengan baik untuk dimengerti, terdapat kualitas pelayanan yang terdiri dari kualitas interaksi *CRO* yang mampu berinteraksi secara komunikatif dan informatif kepada pelanggan, kualitas lingkungan fisik yang diberikan perusahaan sudah hampir terpenuhi, walaupun ada salah satu pelanggan yang belum terpenuhi, kualitas keluaran atau hasil yaitu sudah hampir sesuai harapan pelanggan atas waktu tunggu, namun masih ada salah satu pelanggan yang tidak sesuai waktu tunggu pengerjaannya, kemudian teori atribusi atau perilaku, dalam hal ini *CRO* dan pelanggan berperilaku baik karena *CRO* memberikan pelayanan cepat tanggap dan pelanggan pun merespon dengan perilaku yang sopan santun untuk saling menghargai, setelah itu muncul persepsi pelanggan pada pelayanan *CRO* memberikan pengalaman kesan yang baik dan bagus karena pelayanannya. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu menjadi referensi dengan kajian yang lebih dalam agar ditemukan hal baru persepsi pelanggan pada pelayanan *CRO* dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mencoba dan melakukan penelitian serupa dapat memberikan hasil karya tulis ilmiah yang lainnya.

Kata kunci : persepsi, *customer relation officer*, pelayanan

ABSTRACT

*45 Islamic University of
Bekasi Communication
Science Program
Faculty of Communication,
Literatures and Languages
2023*

Muhamad Rifqi / 41182037190129

*Customer Perceptions of Customer Relations Officer (CRO) at Suzuki Dealers
Under the guidance of Mrs. Kartini Rosmalah D. K, M. I. Kom.*

*129 pages of thesis and 13 roman. list of table 1, list of pictures 10 and 14
attachment*

Service at the Suzuki Trimitra Sejahtera Mobilindo Bekasi dealership has limited customer response to Customer Relation Officer (CRO) services, making it difficult for the company to evaluate its services. This study aims to describe customer perceptions of the Customer Relations Officer (CRO) at the Suzuki Trimitra Sejahtera Mobilindo Bekasi dealer. The theory used is perception, interpersonal communication, attribution theory, customers, service and Customer Relations Officer (CRO). This research is a qualitative descriptive research method with the amount of data analyzed, namely 10 customers. The results showed that customers provide perceptions by knowing that CRO interpersonal communication when serving customers can be received with good messages to understand, there is service quality which consists of the quality of CRO interactions that are able to interact communicatively and informatively to customers, the quality of the physical environment provided the company is almost fulfilled, but there is still one customer that has not been fulfilled, the quality of the output or result is almost in accordance with customer expectations for waiting time, but there is still one customer who does not comply with the processing waiting time, then attribution or behavior theory, in terms of the CRO and the customer behave well because the CRO provides responsive service and the customer responds with polite behavior to respect each other, after that the customer's perception of the CRO service appears to provide a good and good impression experience because of the service. For further research, it is hoped that it will become a reference with deeper studies so that new things can be found in customer perceptions of CRO services and a reference for future researchers who wish to try and conduct similar research to provide other scientific papers.

Keywords: perception, customer relation officer, service

PRAKATA

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “Persepsi Pelanggan Pada *Customer Relation Officer (CRO)* di *Dealer Suzuki*”.

Dalam penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi. Peneliti menyadari tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak secara langsung, maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Universitas Islam 45 Bekasi Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa sebagai tempat mencari ilmu dalam konsentrasi *public relations* pada program studi Ilmu Komunikasi
2. Bapak Dr. Nuryadi, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Syabaningrum Prihhartini, M.Hum selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Ibu Tin Hartini., M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
5. Kedua orang tuaku serta kakakku atas dukungan moril dan materil, serta doa yang tidak pernah berhenti untuk penulis.
6. Ibu Kartini Rosmalah D.K,M.I. Kom selaku Dosen pembimbing skripsi, terima kasih karena telah sabar dan bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing penyusunan skripsi.
7. Putri Dwi Novia sebagai *Customer Relation Officer dealer Suzuki* trimitra sejahtera mobilindo Bekasi yang telah membantu untuk mengizinkan penelitian ini dilakukan.
8. Pemilik NPM 41182037190119 yang telah membantu banyak dalam proses penyusunan skripsi ini meluangkan waktu, tenaga, pikiran, materi maupun moril dan sabar. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan yang dapat selalu ada di setiap langkahnya.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Tak lupa penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca atau pihak lain guna menjadi evaluasi bagi penulis di masa mendatang.

Bekasi, 03 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rifqi', with a horizontal line underneath.

Muhamad Rifqi
41182037190129

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Akademis	5
2. Manfaat Praktis	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Teori	12
2.2.1. Persepsi	12
2.2.2 Komunikasi Interpersonal	14
2.2.3 Teori Atribusi.....	17
2.2.4 Pelanggan.....	18
2.2.5 Pelayanan	18
2.2.6 <i>Customer Relation Officer (CRO)</i>	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Unit Analisis	23

3.2.1 <i>Key Informan</i>	24
3.2.2 Informan.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.1 Data Primer	26
3.3.2 Data Sekunder	27
3.4 Definisi Konseptual.....	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	29
3.6 Keabsahan Data.....	30
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian	31
4.1.1 Profil <i>Dealer</i> Trimitra Sejahtera Mobilindo Bekasi	31
4.1.2 Profil <i>Key Informan</i> dan Informan	32
4.1.3 Visi dan Misi Dealer Suzuki Trimitra Sejahtera Mobilindo Bekasi	37
4.1.4 Filosofi Perusahaan	38
4.1.5 Logo	38
4.1.6 Struktur Organisasi.....	39
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Komunikasi Yang dilakukan Oleh <i>Customer Relation Officer (CRO)</i> Pada Pelanggan Melalui Komunikasi Interpersonal	41
4.2.2. Kualitas pelayanan	47
4.3. Pembahasan.....	65
BAB V	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan	11
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan <i>Service</i>	4
Gambar 2.1 Proses Komunikasi Interpersonal	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Logo Suzuki.....	38
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan	39
Gambar 4.3 Surat Data Kendaraan Pelanggan	43
Gambar 4.4 Data <i>booking</i> kendaraan pelanggan	47
Gambar 4.5 Ac, televisi, dan minuman di ruang tunggu	54
Gambar 4.6 Makanan ringan dan wifi gratis di ruang tunggu	55
Gambar 4.7 Musholla dan toilet	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	74
Lampiran 2 Surat Keterangan Jawaban Permohonan Izin Penelitian	75
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian	76
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan <i>Key Informan</i>	78
Lampiran 5 Hasil Wawancara Informan	86
Lampiran 6 Hasil Wawancara Informan	90
Lampiran 7 Hasil Wawancara Informan	94
Lampiran 8 Hasil Wawancara Informan	98
Lampiran 9 Hasil Wawancara Informan	102
Lampiran 10 Hasil Wawancara Informan	107
Lampiran 11 Hasil Wawancara Informan	112
Lampiran 12 Hasil Wawancara Informan	116
Lampiran 13 Hasil Wawancara Informan	120
Lampiran 14 Hasil Wawancara Informan	125

SKRIPSI MUHAMAD RIFQI 3 fixx

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	2%
3	repo.ppb.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
6	www.suzuki.co.id Internet Source	1%
7	www.openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1%
8	repository.stei.ac.id Internet Source	<1%
9	garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1%