

Id : 16284

Call Number : 659.2 TAR a

Judul : Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Public Relations Berhubungan Dengan Loyalitas Pelanggan Restoran Mr. Pancake Di Jakarta/Astrid Dorothy Taruli

Pengarang : Taruli Dorothy Astrid

Nim : 915070002

Kota : Jakarta

Tahun Terbit : 2011

Deskripsi Fisik : 154 halaman ; 42 tabel ; 6 gambar ; 3 lampiran

Pembimbing : 1.Suherman Kusniadji, Drs, MM

Bidang : 1.Ilmu Komunikasi

Subjek : 1.Public relations

Abstrak : Usaha restoran dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti dari berbagai jenis dan bentuk restoran yang kian merambah dan berkembang di tengah masyarakat Indonesia. Banyak produsen saling berlomba untuk menyajikan kuliner khas yang lezat, unik dan berbeda, agar para penikmat kuliner tertarik mencoba, dan menyukai cita rasa baru yang berbeda tersebut. Hal ini mengidentifikasikan bahwa intensitas persaingan dalam bisnis restoran semakin kuat. Indonesia sebagai salah satu negara padat penduduk, tentu memiliki peluang besar untuk mengembangkan bisnis di bidang kuliner. Indonesia memiliki ragam budaya dengan kuliner khasnya masing-masing. Oleh karena itu, kuliner dapat dikatakan sebagai bagian dari gaya hidup dan budaya manusia. Seiring dengan perkembangan jaman, keputusan pelanggan terhadap sebuah restoran semakin kompleks, mulai dari tampilan restoran, lokasi, jenis dan rasa makanan, harga, penataan, kebersihan, sistem pelayanan, promosi, dan sebagainya. Kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terpenuhi akan terwujud dalam intensitas pelanggan dalam melakukan pembelian (repeat buying) yang selanjutnya mencapai tahap loyalitas pelanggan, serta berpengaruh terhadap peningkatan penjualan restoran. Untuk mampu ikut dalam arus persaingan yang semakin kuat, dibutuhkan sebuah komunikasi pemasaran yang baik terhadap pelanggan. Komunikasi pemasaran merupakan salah satu peran penting seorang public relation, yaitu

sebagai media pemasar produk tersebut kepada konsumen. Seorang Public Relation harus mampu mempraktekkan tugas-tugasnya, antara lain, mengembangkan strategi dan rencana pemasaran, merebut pencerahan pemasaran, berhubungan dengan pelanggan, membangun merk yang kuat, membentuk tawaran pasaran, menciptakan pertumbuhan jangka panjang, melakukan promosi, dan lain sebagainya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan melalui survey. Metode penelitian deskriptif tidak hanya bertujuan memberikan gambaran tetapi juga melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara aktual dan cermat. Data yang diperoleh penulis dari lapangan berupa penyebaran questioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan dari Restoran Mr. Pancake yang terletak Jakarta. Kesimpulan yang dapat diambil adalah hubungan antara komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Public Relations adalah kuat dan positif dilihat dari hasil perolehan data statistik melalui program SPSS versi 17.0.