

**Penerapan Program Loyalitas Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan
(Sebuah Studi Pada Keanggotaan Member Gold GarudaMiles Maskapai Garuda Indonesia Di Universitas Negeri Gorontalo Periode 2015 & 2016).
Sapira Rahmayanti, * Zulaeha Laisa, ** Citra F.I.L Dano Putri.**

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRAK

Garuda Indonesia menerapkan program loyalitas dengan meluncurkan program *GarudaMiles*. Melalui program ini Garuda Indonesia mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru melalui penawaran-penawaran yang menarik. Sehingga permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini ialah penerapan program loyalitas sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal ini pada keanggotaan member *Gold GarudaMiles*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan program loyalitas sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi yang dilakukan langsung pada kantor maskapai Garuda Indonesia, wawancara dengan para member serta dokumentasi yang terkait dengan objek penelitian. Konsep Dasar *Marketing Mix* digunakan untuk menjelaskan penerapan program loyalitas sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa program loyalitas Garuda Indonesia telah mampu menarik minat pelanggan untuk terus berlangganan dan ikut program *GarudaMiles* khususnya member *Gold*.

Kesimpulannya bahwa Garuda Indonesia dalam penerapan program loyalitas telah mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Program *GarudaMiles* khususnya member *Gold* telah memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menikmati penerbangan yang nyaman dan aman. Sehingga saran dalam penelitian ini ialah Tetap memberikan pelayanan yang maksimal guna mendapatkan pelanggan yang loyal. Sebab pelanggan yang loyal dapat menarik pelanggan baru dari diskusi mulut - kemulut.

Kata kunci : Program, Loyalitas, Kepuasan pelanggan

The Implementation of Loyalty Program as Strategy to increase Customers' Satisfaction

(A Study on Member of Gold GarudaMiles of Garuda Indonesia Airline at State University of Gorontalo, Period of 2015 & 2016).

Sapira Rahmayanti, *Zulaeha Laisa, **Citra F.I.L Dano Putri.

Study Program of Communication Science
Faculty of Social, State University of Gorontalo

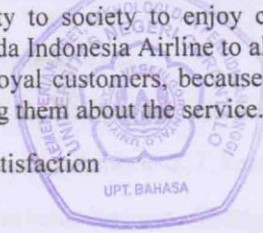
ABSTRACT

Garuda Indonesia implements loyalty program by launching GarudaMiles. Through this program, Garuda Indonesia retains its current customers and attracts new customers through interesting offers. Therefore, the problem of this study is the implementation of loyalty program as strategy to increase customers' satisfaction. It aims at describing the implementation of loyalty program as strategy to increase customers' satisfaction.

It applies observation which is directly conducted in Garuda Indonesia Airline, interview with the members and documentation related to research object. Basic concept of marketing mix is used to explain the implementation of loyalty program as strategy to increase customers' satisfaction. Finding reveals that loyalty program of Garuda Indonesia Airline has been able to attract customers' satisfaction to continue using Garuda Indonesia's services and to follow GarudaMiles Program particularly for Gold member.

It can be concluded that Garuda Indonesia in implementing loyalty program has been able to increase customers' satisfaction. GarudaMiles Program, particularly Gold member has given opportunity to society to enjoy comfortable and safe flights. Thus, it is suggested to Garuda Indonesia Airline to always give maximum service in order to keep obtaining loyal customers, because loyal costumers can attract other new customers by telling them about the service.

Keywords: Program, Customers' Satisfaction



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**SKRIPSI TENTANG “Penerapan Program Loyalitas Sebagai Strategi
Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”**
*(Sebuah Studi Pada Keanggotaan Member Gold GarudaMiles Universitas Negeri
Gorontalo Di Maskapai Garuda Indonesia Periode 2015 & 2016)*

Oleh

SAPIRA RAHMYANTI
NIM : 291 413 015

Telah Diperiksa dan Disetujui Untuk Diuji

Tim Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


ZULAEHA LAISA, S.Sos. M.Si
NIP: 197312142003122001


CITRA F.L.L. DANO PUTRI, S.Pd, M.I.Kom
NIP : 198410082014042001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


ZULAEHA LAISA, S.Sos. M.Si
NIP: 197312142003122001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Yang Berjudul
**PENERAPAN PROGRAM LOYALITAS SEBAGAI STRATEGI
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN**
(Sebuah Studi Pada Keanggotaan Member Gold GarudaMiles Universitas Negeri
Gorontalo Di Maskapai Garuda Indonesia Periode 2015 & 2016)

Oleh

SAPIRA RAHMYANTI

NIM : 291 413 015

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 06 Desember 2017

Waktu : 13.00-13.30 Wita

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. H. Sukarman Kamuli, M. Si
Nip.196706062000031001

1.

2. Taufik. R. Talalu, S.Pd, M.I.Kom

2.

3. Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si
Nip. 197312142003122 001

3.

4. Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd.M.I.Kom
Nip. 19841008201404 001

4.

Gorontalo, 06 Desember 2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Sastro M. Wantu, SH, M.Si
Nip. 19660903 199603 1 001