ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Fungsi *Customer Retention* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan PT Pos Indonesia (persero)”

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Fungsi *Customer Retention* yang ditinjau dari Memahami, Rasa Senang, Nilai, Perusahaan, Promosi, Hubungan, Kepercayaan, Komitmen, Sumber Daya, kepuasan, Ikatan Emosional dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan PT Pos Indonesia (persero) dikota Bandung.

Penelitian ini berdasarkan kepada teori kredibilitas sumber yang memandang bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya dalam hal ini suatu perusahaan yang kredibel dimata pelanggannya. Setiap individu akan lebih percaya dan oleh sebab itu, mereka cenderung menerima dengan baik pesan-pesan atau maksud yang disampaikan oleh suatu sumber yang memiliki kredibilitas dibidangnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dimana metode ini merupakan suatu penelitian yang menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi atau kelompok tertentu, dan merupakan bentuk studi pendekatan dari deskriptif analisis karena peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis ataupun membuat prediksi tertentu. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik *non probability sampling* (sampel non probabilitas). Pengumpulan data diperoleh dari studi kepustakaan, observasi non partisipan, wawancara dengan kepala *Public Relations* PT Pos Indonesia (persero) kota Bandung, dan penyebaran angket kepada pelanggan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Fungsi *Customer Retention* yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia (persero) dikota Bandung dimaksudkan untuk menjaga, memelihara, dan mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lainya dengan tetap menjalin hubungan yang harmonis melalui komunikasi dan interaksi. Hal tersebut dilakukan karena *customer retention* mempunyai peranan penting dalam mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan hidup (kontinuitas) perusahaan dalam jangka waktu yang relatif panjang.

Hal-hal yang peneliti ingin rekomendasikan sebagai bahan masukan untuk PT Pos Indonesia (persero) dikota Bandung adalah tetap terus terbuka dan mengikuti perkembangan zaman dengan berinovasi sesuai kebutuhan dan keinginan serta segmentasi pelanggan, sehingga PT Pos Indonesia (persero) akan dapat terus bertahan dan unggul diantara pesaingnya.