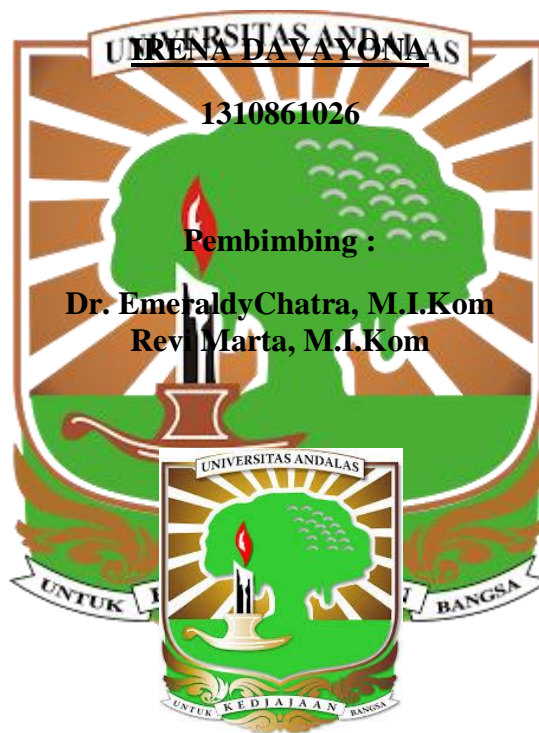


**MEMBANGUN REPUTASI *BARBERSHOP SOOPERCUT* DENGAN  
MENGELOLA OPINI PELANGGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Univeritas Andalas**

**Oleh:**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**2018**

## ABSTRAK

### MEMBANGUN REPUTASI *BARBERSHOP SOOPERCUT* DENGAN MENGELOLA OPINI PELANGGAN (Studi Terhadap *Barbershop Soopercut* Kota Padang)

Oleh :

**IRENA DAVAYONA**  
**1310861026**

Pembimbing :

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Revi Marta, M.I.Kom**



Reputasi merupakan sebuah modal yang dimiliki perusahaan yang wujudnya seperti kepercayaan publik. Reputasi telah dibangun secara instan oleh perusahaan dalam kurun waktu yang cukup lama dan merupakan sebuah pengalaman yang telah dialami secara langsung dan melekat pada benak masing-masing individu.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana *barbershop Soopercut* membangun reputasi perusahaan dengan mengelola opini pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dibahas dengan menggunakan teori *CMM*. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang sebagai sumber data primer yang didapatkan dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *barbershop Soopercut* telah membangun reputasi perusahaan dengan mengelola opini pelanggan, dengan melihat bagaimana pelanggan menilai *Soopercut* sebagai *barbershop* yang kedua hadir di kota Padang, melihat bagaimana pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh *Soopercut* kepada pelanggan dengan menggunakan *word of mouth*.

**Kata kunci :** *Barbershop, Soopercut, CMM, Word of Mouth, Reputasi.*

## **ABSTRACT**

### **MEMBANGUN REPUTASI BARBERSHOP SOOPERCUT DENGAN MENGELOLA OPINI PELANGGAN (Studi Terhadap *Barbershop Soopercut* Kota Padang)**

By :

**IRENA DAVAYONA**  
**1310861026**

Advisors :

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Revi Marta, M.I.Kom**



*Reputation is a main asset that owned by a company whose form of public trust. Reputation has been built instantly by the company for a long time and experience that has been experienced directly and attached to the minds of each individual.*

*This research is conducted to see how the Barbershop Soopercut builds company reputation by managing customer opinion. This research was conducted by using qualitative descriptive method and discussed by using CMM theory. Informants in this study consists of 5 people as primary data sources obtained by conducting interviews, observation, and documentation. To test the validity of data is done by using triangulation technique.*

*The results of this study indicate that Barbershop Soopercut has built a company reputation by managing the customer opinion, by looking at how customers rate Soopercut as the second barbershop presented in Padang city, seeing how services and facilities provided by Barbershop Soopercut to customers using word of mouth.*

**Key Word :** *Barbershop, Soopercut, CMM, Word of Mouth, Reputation.*