

Banyaknya hotel dan resort bermunculan di Bali dengan karakteristik masing-masing. Bali Tropic Resort & Spa membuat terobosan unik dengan menggunakan tradisi dan budaya Bali sebagai citra resort. Bali Tropic Resort & Spa di tengah persaingan jasa perhotelan yang semakin kompetitif memandang customer bukan hanya sebagai sekumpulan pengguna jasa Bali Tropic Resort & Spa melainkan mitra bagi keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan customer relations dan peningkatan loyalitas customers Bali Tropic Resort & Spa. Teori yang digunakan sebagai dasar penelitian skripsi adalah teori relationship dan teori komunikasi pragmatis. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif yang didukung oleh pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung, dan metode kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas tamu, Bali Tropic Resort & Spa melakukan aktivitas customer relations yang di implementasikan dalam bentuk management cocktail yang merupakan acara pesta yang diselenggarakan oleh manajemen untuk membina keakraban antara manajemen dengan customers, kemudian welcoming or farewell party yang merupakan sambutan dan ucapan terimakasih kepada customers karena telah memilih Bali Tropic Resort & Spa dan perayaan ulang tahun bagi customers yang sedang ulang tahun dan bertepatan dengan menginap di resort.