



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

Ida Isnaeni (44205120060)

Aktivitas *Customer Relations* yang di Lakukan oleh PT. Technology Karya Mandiri Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

V bab + viii + 114 halaman + 25 lampiran - 26 acuan (1988 – 2007)

ABSTRAKSI

Customer Relations merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membina hubungan baik dengan pelanggan dalam mencapai keinginan dan harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang disampaikan perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itu PT. Technology Karya Mandiri melakukan aktivitas *Customer Relations* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Membina hubungan baik dengan pelanggan sangat penting bagi penentuan aktivitas komunikasi pelayanan demi terciptanya kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan akhir dari kegiatan *customer relations*.

Dalam penelitian karya ini penulis menganalisis data data dengan tipe penelitian Deskriptif, adapun metodologi penelitian adalah metode studi kasus, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Kualitatif dengan pengumpulan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan *key informan* yang digunakan adalah wawancara terstruktur,. tehnik pengumpulan data menggunakan teknik data primer dan sekunder, teknik analisa data adalah triangulasi data, tehnik pemeriksaan keabsahan data menggunakan tehnik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membina hubungan baik dengan *customer relations* di PT. Technology Karya Mandiri adalah merupakan tanggung jawab dari semua bagian perusahaan. Bagian *customer relations* PT. Technology Karya Mandiri hanya bersifat sebagai penunjang program kerja yang telah ditentukan dan menciptakan *image* perusahaan di masyarakat. Dalam membina hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang dilakukan perusahaan terhadap *customer* maka ada pelanggan yang merasa puas dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sehingga pelayanan kepada pelanggan sebaiknya tidak ada perbedaan antara pelanggan yang kecil dan pelanggan yang besar. Karena semua pelanggan memiliki peranan yang sama pentingnya yaitu sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan