

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Rizky Dwi Wicaksono
44213120029

Customer Relations Management (CRM) PT. Fillomatic Global Industries Indonesia Dalam Mengelola Opini Pelanggan Pada Layanan Servis Mesin
Jumlah halaman : x + 78 halaman + 22 lamipran
Bibliografi : 26 acuan, Tahun 2000 - 2015

ABSTRAK

Opini pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dibenak pelanggan tentang perusahaan. Berkembangnya opini negatif dari beberapa pelanggan, terkait dengan pelayanan servis yang kurang baik dan terkesan lambat dalam merespon permintaan hal ini akan mengganggu tujuan utama dari perusahaan dalam mengembangkan bisnis.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori dari Kotler (2008) dimana *CRM* adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul. Dan Cutlip (1990) dimana opini adalah sebagai pengekspresian suatu sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan. Opini juga diartikan sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu persoalan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber. Dari hasil wawancara mendalam ini peneliti menemukan jawaban terkait dengan *Customer Relations Management (CRM) PT. Fillomatic Global Industries Indonesia* dalam mengelola opini pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa langkah-langkah *Customer Relationship Management (CRM) PT. Fillomatic Global Industries Indonesia* dalam mengelola opini pelanggan dengan menggunakan tiga pendekatan mulai dari people dalam hal ini pelanggan, proses dan interaksi. *Customer Relations Management (CRM)* secara tidak langsung membantu perusahaan untuk menjaga hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan melalui komunikasi dan pelayanan yang baik.