



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Program Studi Public Relations**

Nama : Soraya Jamal  
Nim : 44214110001  
Judul : Manajemen Citra Melalui Pengelolaan Hubungan Pelanggan untuk Mempertahankan Reputasi PT. China Comservise Indonesia.  
Jumlah halaman : 101 halm  
Bibliografi : 41 acuan, Tahun 1974 - 2015

**ABSTRAK**

Manajemen hubungan pelanggan (CRM) merupakan bagian dari strategi pemasaran untuk memuaskan, dan menjaga loyalitas pelanggan. CRM dapat menjadi stimulus terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, bahwa CRM yang tepat berdampak pada kepuasan dan selanjutnya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. CRM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan CRM berpengaruh positif terhadap loyalitas. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Reputasi adalah satu hal penting bagi organisasi karena itu tidak hanya tentang apa yang dilakukan organisasi untuk mencapai citra positif, tetapi itu juga makna dimana suatu objek diketahui dan melalui mana orang menggambarkan, ingat dan hubungkan dengannya.

Citra saat ini sangat baik atau bisa dibilang cukup baik karena CCSI selalu memberikan yang terbaik bagi klien atau pelanggan karena CCSI perusahaan yang baru berdiri selama 12 tahunan tetapi sudah banyak sekali yang bekerja sama dengan CCSI. Faktor – faktor yang mempengaruhi citra perusahaan PT.China Comservice Indonesia, seperti kepuasan klien, kepercayaan, citra perusahaan yang dibentuk oleh kualitas layanan dan jasa

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung dari Manajemen Citra Melalui Pengelolaan Hubungan Pelanggan untuk Mempertahankan Reputasi PT. China Comservise Indonesia.

Kata kunci : *Customer Relations Management* ,manajemen hubungan pelanggan, kualitas pelayanan, Reputasi, CCSI.



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Program Studi Public Relations**

Name : Soraya Jamal  
Nim : 44214110001  
Title : Manajemen Citra Melalui Pengelolaan Hubungan Pelanggan untuk Mempertahankan Reputasi PT. China Comservise Indonesia.  
Jumlah halaman : 101 halm  
Bibliografi : 41 acuan, 1974 - 2015

**ABSTRACTION**

Customer relationship management (CRM) is part of a marketing strategy to satisfy, and maintain customer loyalty. CRM can be a stimulus to customer satisfaction and loyalty, that the right CRM has an impact on satisfaction and will further affect customer loyalty. CRM has a positive influence on customer satisfaction and CRM has a positive effect on loyalty. Customer satisfaction does not affect customer loyalty.

Reputation is an important thing for the organization because it is not only about what the organization does to achieve a positive image, but it is also the meaning where an object is known and through which people describe, remember and connect with it.

The current image is very good or can be said to be quite good because CCSI always gives the best to clients or customers because the CCSI company has only been established for 12 years but there are many who have collaborated with CCSI. Factors that influence the image of the company PT. China Comservice Indonesia, such as client satisfaction, trust, corporate image formed by the quality of services and services

This study aims to explain the direct and indirect influence of Image Management Through Management of Customer Relations to Defend the Reputation of PT. China Comservise Indonesia.

Keywords: Customer Relations Management, customer relationship management, service quality, reputation, CCSI.