



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

**LIANA AFRIANTI (44210110138)**

Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Dimensi Pelayanan Hydraulik PT. Multi Hidrachrome Industri Jakarta (Studi Kasus PT. Andalan Multi Kencana Sebagai Pelanggan)

V bab + xi + 78 halaman + 26 lampiran – 18 acuan (1995-2011)

**ABSTRAKSI**

Pelayanan hydraulik yang baik merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membina hubungan baik dengan pelanggan guna mencapai keinginan dan harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang disampaikan perusahaan kepada konsumen. Membina hubungan baik dengan pelanggan sangat penting bagi penentuan aktifitas komunikasi pelayanan demi terciptanya kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan akhir dari kegiatan pelayanan hydraulik.

Konsep dari kualitas penelitian yang digunakan mengacu pada konsep unsur-unsur kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Zeithaml dan L Berry yang terdiri dari: *Reliability, Tangible, Assurance, Emphaty* dan *Responsiveness*.

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisa data-data dengan tipe penelitian deskriptif, adapun metode penelitian adalah metode studi kasus, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan *key informan* yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik data primer dan sekunder, teknik analisa data adalah triangulasi data, teknik pemeriksaan data keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membina hubungan baik dengan pelanggan dalam menciptakan pelayanan hydraulik yang baik di PT. Multi Hidrachrome Industri merupakan tanggung jawab dari semua bagian yang ada di perusahaan. Aktifitas *customer relations* PT. Multi Hidracrome Industri adalah penunjang program kerja yang telah ditentukan dan menciptakan *image* perusahaan dikalangan masyarakat. Dalam membina hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan hydraulik yang dilakukan perusahaan terhadap pelanggan, 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.