

**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

## **STRATEGI KOMUNIKASI PT. DESAIN NINDYA AMARTA DALAM MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**

Fanda Nurlita

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76260&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pelanggan adalah salah satu nilai yang memberikan manfaat bagi perusahaan karena dapat meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggannya supaya tidak berpindah ke perusahaan lain. Salah satu cara agar perusahaan tidak kehilangan pelanggannya adalah dengan cara menerapkan manajemen hubungan pelanggan atau Customer Relationship Management (CRM). CRM perlu di implementasikan pada perusahaan karena CRM digunakan sebagai sarana untuk menemukan dan mempertahankan pelanggan. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Strategi Komunikasi PT. Desain Nindya Amarta dalam manajemen hubungan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan teori manajemen relasi, teori ini merupakan terapan public relations dalam manajemen organisasi. Fokus dari teori ini adalah upaya menciptakan atau menjalin hubungan yang saling menguntungkan dalam organisasi. Penelitian ini juga menggunakan konsep-konsep komunikasi dalam mendeskripsikan hasil, diantaranya adalah konsep CRM dan loyalitas pelanggan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan metode penelitian studi kasus. Untuk mengumpulkan data dan informasi peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Strategi komunikasi yang dijalankan PT. Desain Nindya Amarta berdasarkan teori manajemen relasi telah menerapkan 4 dimensi kepercayaan, kepuasan, komitmen dan kontrol kebersamaan dimana DNA sangat menjaga kepercayaan terhadap data perusahaan yang ada pada buku annual report, dan sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Karena DNA percaya selama mereka mengutamakan kualitas desain, memberikan pelayanan yang memuaskan, dapat handle project dengan baik dengan menjalin komunikasi agar tidak adanya kesalahpahaman dengan pelanggan maka pelanggan akan loyal dan kembali menggunakan jasa mereka. Secara tidak langsung pelanggan akan berbagi pengalaman positifnya ini kepada orang lain.