

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* PADA PELAYANAN KELUHAN PELANGGAN PT. PLN (PERSERO) UNIT LAYANAN PELANGGAN WAY HALIM

Oleh

DONNA VAHLEPY

Setiap perusahaan mendambakan peningkatan di setiap unit bisnis yang dijalani. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan aspek loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh Kepercayaan, Komitmen Perusahaan, Komunikasi, Penanganan Konflik terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Way Halim. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Informan dalam penelitian ini sebanyak 8 informan.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Indikator Kepercayaan memberikan kualitas layanan yang baik, ketepatan waktu, dan terintegrasi. (2) Indikator Komitmen memberikan jaminan layanan jasa sesuai dengan tingkat mutu pelayanan kepada pelanggan. (3) Indikator Komunikasi dapat memberikan kemudahan para pelanggan untuk mendapatkan informasi melalui berbagai media seperti *call center* 123 dan aplikasi PLN *mobile*. (4) Indikator Penanganan Konflik dilakukan untuk menghindari suatu konflik potensial dan memberikan solusi sebelum terjadi permasalahan. Bagi perusahaan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Way Halim, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan aspek kepercayaan, Komitmen Perusahaan, Komunikasi dan Penanganan Konflik untuk semua aspek ini berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Relationship Marketing (CRM)*, Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING IN CUSTOMER COMPLAINT SERVICES PT. PLN (PERSERO) WAY HALIM CUSTOMER SERVICES UNIT

By

DONNA VAHLEPY

Every company wants improvement in every business unit it undertakes. One thing that can be done is to pay attention to aspects of customer loyalty. The purpose of this research is to analyze and prove the influence of Trust, Company Commitment, Communication, Conflict Handling on Customer Loyalty at PT. PLN (Persero) Way Halim Customer Service Unit. This research is a descriptive study with a qualitative approach, the informants in this study were 8 informants. The results showed that (1) the indicator of trust provided good service quality, timeliness, and was integrated. (2) Commitment Indicators to provide service guarantees in accordance with the level of service quality to customers. (3) Communication indicators can provide convenience for customers to obtain information through various media such as call center 123 and the PLN mobile application. (4) Conflict Handling Indicators are carried out to avoid a potential conflict and provide solutions before problems occur. For the company PT. PLN (Persero) Way Halim Customer Service Unit, to increase customer loyalty is the aspect of trust, Company Commitment, Communication and Conflict Handling for all these aspects affect customer loyalty.

Keywords: Customer Relationship Marketing (CRM) Trust, Commitment, Communication, Conflict Handling, Customer Loyalty