

<b>Id</b>	:	<b>16168</b>
<b>Call Number</b>	:	<b>659.2 WIJ h</b>
<b>Judul</b>	:	<b>Hubungan Customer Relations Dengan Loyalitas Pelanggan PT. Sido Muncul Di Jakarta Barat/Andy Wijaya</b>
<b>Pengarang</b>	:	<b>Wijaya Andy</b>
<b>Nim</b>	:	<b>915070166</b>
<b>Kota</b>	:	<b>Jakarta</b>
<b>Tahun Terbit</b>	:	<b>2011</b>
<b>Deskripsi Fisik</b>	:	<b>125 hlm</b>
<b>Pembimbing</b>	:	<b>1.Drs. Rezi Erdiansyah, M.Si</b>
<b>Bidang</b>	:	<b>1.Ilmu Komunikasi</b>
<b>Subjek</b>	:	<b>1.Public relations</b>
<b>Abstrak</b>	:	<p>Penelitian ini membahas mengenai pendekatan strategi Customer Relations yang di lakukan oleh public relations PT. Sido Muncul dan menganalisis apakah kegiatan tersebut berpengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan kepada produk sido muncul. Pendekatan yang di lakukan melalui kegiatan event, kegiatan sosial dan sponsorship. Dalam penelitian ini akan meneliti bagaimana semua indikator yang didapat mengenai pendekatan yang dilakukan oleh seorang public relations dalam menerapkan strategi customer relations yang tentunya bertujuan untuk membangun hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya akan mempunyai pengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Berdasarkan pengamatan penulis mengenai perusahaan PT. Sido Muncul yang begitu semangat untuk melakukan kegiatan Customer Relations atau kegiatan membangun hubungan dengan pelanggan maka itu penulis melalui skripsi ini mencoba mengungkap apakah kegiatan yang di lakukan selama ini mempunyai pengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pendapat pelanggan mengenai pendekatan strategi Customer Relations yang di lakukan PT. Sido Muncul dan menganalisa apakah kegiatan tersebut berpengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan yang di lakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primernya. Perhitungan hasil kuesioner tersebut menggunakan pengolahan data SPSS for 17 Windows. Berdasarkan hasil yang di peroleh melalui data</p>

SPSS di peroleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,839 yang menunjukkan bahwa kegiatan tersebut mempunyai pengaruh yang tinggi dan kuat antara variabel (x) yaitu pendekatan strategi Customer relations dengan variabel (y) yaitu loyalitas pelanggan PT. Sido Muncul. Maka dapat penulis simpulkan bahwa pendekatan strategi Customer Relations yang di lakukan selama ini oleh PT. Sido Muncul mempunyai pengaruh yang besar dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Berarti secara keseluruhan kegiatan tersebut berpengaruh sebesar 70% dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan sisanya 30% dapat dijelaskan berdasarkan alasan-alasan lain yang penulis tidak uraikan dalam penelitian ini.