ABSTRAK

STRATEGI HUMAS PT. PLN (PERSERO) DISJAYA AP CONDET MELALUI KEGIATAN *"CUSTOMER CARE"* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BISNISNYA

Oleh :
STEPHANI GLORIA TANAMAL

Skripsi ini dibawah bimbingan:
Desayu Eka Surya, S.Sos., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Strategi Humas PT PLN (Persero) DISJAYA AP Condet. Sehingga peneliti mencoba untuk menganalisis dari tujuan, rencana, kegiatan yang disampaikan, pesan yang disampaikan dan media yang digunakan, serta tujuan, produk, nilai produk, harapan, kebutuhan dan keinginan

Tipe penelitian adalah kuantitatif, Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik analisa deskriptif. Sebagian besar data dikumpulkan melalui angket dan wawancara serta didukung oleh studi pustaka. Untuk samplingnya adalah Pelanggan Bisnis PT.PLN (Persero) DISJAYA AP Condet., dengan jumlah unit sampel 77 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Tehnik Acidential Sampling*. Teknik analisa menggunakan program SPSS 13.0

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh antara indikator dan variabel, pengaruh tujuan dengan kepuasan pelanggan adalah 0,646 cukup berarti dan signifikan, rencana dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,512 cukup berarti signifikan, kegiatan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,605 cukup berarti dan signifikan, pesan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,754 kuat dan signifikan, dan media dengan kepuasan pelanggan 0,352 rendah tapi pasti dan signifikan. Pengaruh strategi dengan tujuan sebesar 0,573 cukup berarti dan signifikan, strategi dengan produk sebesar 0,657 cukup berarti dan signifikan, strategi dengan nilai produk sebesar 0,594 cukup berarti dan signifikan, strategi dengan harapan pelanggan sebesar 0,518 cukup berarti dan signifikan, strategi dengan kebutuhan dan keinginan 0,395 rendah tapi pasti dan signifikan.

Hasil kesimpulan ini menunjukan Pengaruh startegi dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,733. hubungan kuat dan signifikan, dengan pengaruh sebesar 57,38 % dan sisanya 46,22 % dipengaruhi oleh faktor lain. data menunjukkan H1 diterima,Ho ditolak, penelitian valid.

Saran dari penelitian ini penggunaan media dapat diperbanyak jenisnya dan *Customer Care* harus proaktif dalam penggunaan media.

ABSTRACT

PUBLIC RELATION STRATEGY OF PT PLN (PERSERO) DISJAYA AP CONDET TROUGH CUSTOMER CARE ACTIVITY TOWARD SATISFACTION OF BUSSINES CUSTOMER

By

STEPHANI GLORIA TANAMAL

NIM : 41806145

This research under guidance :

Desayu Eka Surya, S.Sos., M.Si

Intention of this research is to know how far the public relation strategy of PT PLN (Persero) DISJAYA AP Condet. *To answer that problem, researcher try to analyze goal, plan, activity, massage, media and also goal, product ,product value, hope, need and want.*

Research type is quantitative.Research method used survey method with the analyze descriptive technique.the data collected trough interview, spreading questioner and book study. The sample is business customer of PT PLN (Persero) DISJAYA AP Condet. *Total sample is 77 people. The sampling technique is Accendential Sampling Technique. The data analyze using SPSS 13.0.*

Result of this research shown the influence between indicator and variable, goal of influence and customer satisfaction is equal to 0,646 meaningful and significant Plan and customer satisfaction is equal to 0.512 meaningful and significant. Activity and customer satisfaction is equal to 0,605 meaningful and significant. Message and customer satisfaction is equal to 0,754 strong and significant . Media and customer satisfaction is equal to 0,352 low but sure and significant. Strategy and goal is equal to 0.573 meaningful and significant. Strategy and product is equal to 0,657 meaningful and significant. Strategy and product value is equal to 0,594 meaningful and significant. Strategy and hope is equal to 0,518 meaningful and significant. Strategy and need and want is equal to 0,395 low but sure and significant.

Conclusion of research shown the influence of strategic toward customer satisfaction is equal to 0,733 strong influence and significant, influence is equal to 57,38% and the rest 46,26% influence by another factor . data h1 accepted and h0 ignore. This research valid

Research suggested use that we can enlarge the use of media and customer care should proactive to use media