

Penilaian Pelanggan kartuHALO terhadap Citra PT Telkomsel (Suatu Studi Mengenai Proses Pembelian kartuHALO di DKI Jakarta)

Astari Kemala, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285074&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi merupakan bagian mendasar dalam kehidupan, tak terkecuali bagi sebuah perusahaan. Perkembangan teknologi komunikasi yang demikian pesatnya mengantarkan masyarakat Indonesia dalam menjalani kehidupan modern dengan memanfaatkan alat komunikasi canggih berupa telepon selular. Dampak dari ponsel ini adalah tumbuhnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis selular dan mengklaim dirinya sebagai provider atau perusahaan penyelenggara jasa untuk pengguna ponsel. Setiap perusahaan memiliki komitmen untuk memberikan produk dan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Manajemen perusahaan khususnya PR memegang peranan penting dalam menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan publik. Bentuk pelaksanaan kegiatan yang dijalankan oleh PR dalam berhubungan dengan khalayak sasarannya yaitu pelanggan adalah dengan menjalankan strategi komunikasi pemasaran, dimana tujuan akhirnya adalah untuk memperoleh citra positif perusahaan. Penilaian pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui oleh perusahaan. Studi mengenai proses pembelian sebagai awal untuk dapat mengetahui penilaian pelanggan terhadap citra perusahaan merupakan pedoman bagi perusahaan agar dapat menciptakan suatu proses pembelian dan program komunikasi yang efektif dan menarik bagi pelanggan. Dalam realitas, selain dirasakan kondisi yang menguntungkan bagi pelanggan, terkadang juga dijumpai keadaan yang tidak sesuai dengan harapan, mulai dari proses pembelian hingga kepada tahap dimana pelanggan telah menggunakan produk dan merasakan kualitas dan pelayanan dari perusahaan. Kondisi tersebut akan melahirkan penilaian terhadap keseluruhan kinerja perusahaan yang mengarah pada pembentukan citra perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian ini yaitu untuk memperoleh gambaran mengenai penilaian pelanggan terhadap citra perusahaan, dengan terlebih mengetahui tentang proses pembelian pelanggan, dilanjutkan dengan upaya untuk mendapatkan informasi mengenai masalah atau kendala yang ditemui pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dimana para respondennya adalah pelanggan kartuHALO. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa proses pembelian yang dilalui oleh pelanggan kartuHALO berjalan dengan cukup baik dimana pelanggan menjalani tahapan yang cukup mudah dalam proses pembelian serta merasakan kondisi yang cukup puas dalam memenuhi kebutuhan dan harapannya. Penilaian pelanggan juga menunjukkan hasil positif, dimana pelanggan memberikan penilaian cukup baik terhadap citra perusahaan yaitu PT Telkomsel. Dari penelitian ini diperoleh informasi adanya beberapa kendala atau masalah yang dirasakan oleh sejumlah kecil pelanggan berkaitan dengan produk dan pelayanan, yang harus segera ditindaklanjuti dan diatasi oleh perusahaan. Hasil penelitian ini tentunya merupakan masukan berharga bagi perusahaan untuk terus melakukan perubahan-perubahan ke arah kebaikan demi kepuasan pelanggan serta untuk kemajuan perusahaan sendiri di masa mendatang.