

LAPORAN PENELITIAN

**PEMENUHAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**



OLEH :

**Dr. H. OYON SARYONO, M.M
KASMAN, Drs., M.M**

**DIBIYAI OLEH LEMBAGA PENELITIAN
DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS GALUH 2017**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GALUH
TAHUN 2017**

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN DENGAN PENDANAAN LPPM UNIGAL**

1. Judul Penelitian : Pemenuhan Kepuasan Konsumen Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Manajemen Hubungan Pelanggan
2. Bidang Ilmu : Manajemen
3. Ketua Pelaksana
 Nama lengkap dan Gelar : Dr. H. Oyon Saryono, M.M
 NIK/NIP : 195701131980021001
 Pangkat dan golongan : Penata Muda (Gol. III/b)
 Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 Jabatan Struktural : Sekretaris Yayasan
 Fakultas/Program Studi : Ekonomi / Manajemen
 Pusat penelitian : LPPM
4. Anggota Peneliti :

No	Nama dan Gelar	NIP/NIK	Bidang Keahlian	Fakultas
1	Kasman Drs., M.M.	3112770071	MSDM	Ekonomi

5. Lokasi Penelitian : Kabupaten Ciamis Jawa Barat
6. Kerjasama dengan Instansi Lain :
 Nama :
 Alamat :
7. Jangka Waktu : 4 Bulan
8. Biaya yang diusulkan : Rp. 40.000.000,-

Mengetahui,

 DR. Endin Rosliyati, S.E., M.M., Ak., CA.
 NIK. 03.3112770074

Ciamis, 9 September 2017
 Ketua Peneliti

Dr. H. Oyon Saryono., M.M
 NIK. 3112770228

Menyetujui,
 Ketua LPPM Unigal

 Endin Dinillah
 NIK. 197406152005011005

RINGKASAN

Perusahaan yang mampu mengkomunikasi pemasarannya akan berdampak pada peningkatan brand equity. Penelitian ini bertujuan untuk komunikasi pemasaran terpadu (IMC) yang terdiri dari variabel advertising, personal selling, sales promotion, public relations and publicity, direct marketing, instructional materials dan corporate design perilaku konsumen, meningkatkan nilai produk sehingga mencapai tujuan pemasaran tertentu, serta menguatkan gambaran outlet jasa atau identitas perusahaan agar pesan diterima konsumen melalui saluran bauran komunikasi pemasaran yang efektif Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atas pemenuhan kepuasan konsumen melalui komunikasi pemasaran terpadu dan manajemen hubungan pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang dilaksanakan di Kabupaten Ciamis dengan metode *purposive sampling* berjumlah 100 orang pada konsumen alfa secara acak, baik. Pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan lainnya. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa komunikasi pasar terpadu

Kata kunci: komunikasi pemasaran terpadu, kepuasan konsumen, manajemen hubungan pelanggan