**ABSTRAK**

 **Penelitian ini berjudul “Fungsi *Customer Relations* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan B4T Kota Bandung”. Customer Relations adalah salah satu bentuk kegiatan dari *Public Relations*, tepatnya di bagian eksternal *Public Relations*. Kegiatan *Customer Relations* diarahkan kepada terciptanya hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan publik di luar perusahaan dalam hal ini adalah publik pelanggan.**

**Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menganalisa data dan mendapatkan informasi mengenai Fungsi *Customer Relations* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan B4T Kota Bandung, serta untuk menambah dan memperdalam pengetahuan peneliti secara teori maupun aplikasinya.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu metode penelitian yang menggambarkan kondisi secara terperinci mengenai kejadian atau peristiwa berdasarkan fakta dan data yang terjadi pada saat observasi, wawancara, dan penyebaran angket kepada responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustkaan, dan studi lapangan. Sampel di tentukan dengan cara menggunakan teknik *sample random sampling* yaitu cara menarik anggota sampel dari populasi secara acak, dengan jumlah sampel 118 orang yaitu pelanggan B4T Kota Bandung.**

**Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa masih kurang puasnya pelanggan B4T Kota Bandung terjadi karena Fungsi *Customer Relations* yang kurang berjalan dengan baik, seperti: kurangnya kehandalan petugas dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan pelanggan secara cepat dan tepat, kurangnya keresponsifan dan kehandalan petugas dalam memperhatikan serta memberikan solusi atas keluhan yang disampaikan pelanggan, masih terjadinya kelalaian petugas dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan pelanggan dan tidak adanya program reward bagi pelanggan sebagai bukti bahwa perusahaan kurang memahami arti pentingnya pelnggan.**

**Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan adalah membangun komunikasi yang efektif dan berkelanjutan dengan pelanggan, melaksanakan program reward sebagai bentuk perhatian kepada pelanggan, memperbaiki kualitas pelayanan secara menyeluruh termasuk memperbaiki kualitas pelayanan internal, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia B4T Kota Bandung.**

***ABSTRACT***

***This research entitles " Function of Customer Relations in Increasing Customer Satisfaction B4T Kota BandungCustomer Relations is one of form of activity from Public Relations, precisely in part of external Public Relations. Activity of Customer Relations pointed to creation of good relationship between the side of companies with public outside company in this case is customer public.***

***Purpose of performing of this research is description to, analyses data and gets information about Function of Customer Relations in Increasing Customer Satisfaction of B4T Kota Bandung, and add and deepens knowledge of researcher theoretically and also the application of its.***

***Research method applied is descriptive method, that is research method depicting condition detailed about event or occurrence based on fact and data happened at the time of observation, interview, and spreading of equate to responder. Data collecting technique applied is bibliography study, and field study. Sample in determining by using sample technique random sampling that is way draws member of sample from population at random, with number of samples 118 that is client of B4T Kota Bandung***

***Based on result of researcher analysis that still unable to satisfy it customer of B4T Kota Bandung happened because function of customer relations which unsatisfying runs carefully, like: lack of officer mainstay in giving help required by customer quickly and precise, lack of responsive and officer mainstay in paying attention to and gives solution to sigh submitted by customer, still the happening of negligence of officer in submitting information required by customer and inexistence of program reward for customer***

***Things is wishing researcher to recommend as component of input is building effective communications and having continuation with customer, executes program reward as a form of attention to customer, repairs quality of service of across the board is including repairing quality of internal service, as well as improvement of quality of Human Resource B4T Kota Bandung.***

**RINGKESAN**

 **Panalitian ieu mawa judul “Fungsi *Customer Relations* Dina Ningkatkeun Kapuasan Palanggan B4T Kota Bandung*”. Costumer Relations* nyaeta salah sahiji bentuk kagiatan tina Public Relations, tepatna dina bagean ekternal *Public Relations.* Kagiatan *Customer Relations* diarahkeun kana nyiptakeun jalinan nu alus antara pihak parusahaan jeung masyarakat di luar parusahaan nyaeta para palanggan.**

**Tujuan diayakeun panalitian ieu nyaeta ngagambarkeun, ngamati data, jeung ngayakeun informasi perkawis fungsi *Customer Relations* dina ningkatkeun kapuasan palanggan B4T Kota Bandung, sarta keur nambahan jeung neuleuman pangatahuan panaliti boh teorina atawa prak-prakanana.**

**Metode panalitian nu digunakeun nyaeta metode deskriptif, nyaeta metode panalitian nu ngagambarkeun kaayaan rincian mangrupa kajadian atawa paristiwa sarua jeung data nu aya dina prakna observasi, wawancara, jeung panyebaran angket ka responden. Cara ngumpulkeun data nu digunakeun nyaeta studi kapustakaan, sareng studi lapangan. Sampel ditangtukeun ngagunakeun teknik sampel *random sampling* nyaeta cara narik anggota sampel 118 urang nyaeta palanggan B4T Kota Bandung.**

**Tina hasil analisis panaliti yen masih kurangna kapuasan palanggan B4T Kota Bandung lantaran fungsi *Customer Relation* nu kurang jalan saperti kurangna kaahlian pagawe dina mikeun bantuan nu dibutuhkeun palanggan sacara tereh jeung tepat, kurangna karesponsifan jeung kaahlian pagawe dina merhatikeun sarta mikeun solusi keluhan nu ditepikeun palanggan, masih ayana kalalaian pagawena dina neupikeun informasi nu dibutuhkeun palanggan jeung euweuhna program reward keur palanggan.**

**Hal-hal nu rek direkomendasikeun panaliti nu jadi bahan asupan nyaeta ngabangun komunikasi nu efektif jeung langgeung, ngalaksanakeun program reward nu jadi cara perhatosan kanggo palanggan, meunerkeun kualitas palayanan nu menyeluruh ka asup ngabeuneurkeun kualitas palayanan internal paningkatan kualitas Sumber Daya Jalma B4T Kota Bandung.**