

Bagaimana REPUTASI

MEMPENGARUHI HUBUNGAN
DENGAN PELANGGAN DAN MITRA BISNIS

Reputasi bisnis merupakan aset berharga yang mencerminkan persepsi pelanggan, mitra bisnis, karyawan, dan masyarakat umum terhadap suatu perusahaan. Reputasi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pelanggan, mempengaruhi kemitraan bisnis, dan dapat diukur melalui berbagai metrik seperti kepercayaan pelanggan, citra merek, dan kepuasan pelanggan. Mempertahankan reputasi yang baik memerlukan komitmen pada integritas, kualitas produk atau layanan yang konsisten, komunikasi terbuka, responsif terhadap umpan balik pelanggan, serta tanggung jawab sosial perusahaan. Studi kasus tentang Samsung juga menunjukkan bagaimana strategi reputasi yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan memperbaiki citra perusahaan.

Dalam upaya membangun dan memelihara reputasi yang positif, perusahaan perlu memilih pemasok dan mitra bisnis yang tepat, fokus pada kualitas dan keberlanjutan, menggunakan pemasaran kreatif, memiliki manajemen krisis yang efektif, membangun kemitraan bisnis yang kuat, mendorong inovasi dan kreativitas, serta berkomitmen pada tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, evaluasi dan perbaiki terus-menerus menjadi kunci dalam memastikan reputasi bisnis tetap positif dan relevan dalam lingkungan bisnis yang selalu berubah.



☎ 0858 5343 1992
✉ eurekaediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



**BAGAIMANA REPUTASI
MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN
PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

**Tomy Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A
Rifaldy Adinandra Ferdiansyah
Fathan Abrar Abdalla**



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

**BAGAIMANA REPUTASI MEMPENGARUHI HUBUNGAN
DENGAN PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

Penulis : Tomy Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A
Rifaldy Adinandra Ferdiansyah
Fathan Abrar Abdalla

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Leli Agustin

ISBN : 978-623-151-654-1

No. HKI : EC002023106455

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, OKTOBER 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ajar. Tak lupa juga mengucapkan shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, karena berkat beliau, kita mampu keluar dari kegelapan menuju jalan yang lebih terang.

Kami ucapkan juga rasa terima kasih kami kepada pihak-pihak yang mendukung lancarnya buku ajar ini mulai dari proses penulisan hingga proses cetak, yaitu orang tua kami, rekan-rekan kami, penerbit, dan masih banyak lagi yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu.

Adapun, buku kami yang berjudul *Bagaimana Reputasi Mempengaruhi Hubungan dengan Pelanggan dan Mitra Bisnis* ini telah selesai kami buat secara semaksimal dan sebaik mungkin agar menjadi manfaat bagi pembaca dalam memahami bagaimana peran reputasi dalam suatu Bisnis. Dalam buku ini, dijelaskan terkait reputasi bisnis yang merupakan aset berharga yang mencerminkan persepsi pelanggan, mitra bisnis, karyawan, dan masyarakat umum terhadap suatu perusahaan. Reputasi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pelanggan, mempengaruhi kemitraan bisnis, dan dapat diukur melalui berbagai metrik seperti kepercayaan pelanggan, citra merek, dan kepuasan pelanggan. Mempertahankan reputasi yang baik memerlukan komitmen pada integritas, kualitas produk atau layanan yang konsisten, komunikasi terbuka, responsif terhadap umpan balik pelanggan, serta tanggung jawab sosial perusahaan.

Kami sadar, masih banyak luput dan kekeliruan yang tentu saja jauh dari sempurna tentang buku ini. Oleh sebab itu, kami mohon agar pembaca memberi kritik dan juga saran terhadap karya buku ajar ini agar kami dapat terus meningkatkan kualitas buku.

Demikian buku ini kami buat, dengan harapan agar pembaca dapat memahami informasi dan juga mendapatkan wawasan mengenai bidang reputasi perusahaan serta dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam arti luas. Terima kasih.

Malang, 1 Oktober 2023

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENGENALAN REPUTASI DALAM KONTEKS	
BISNIS	1
BAGAIMANA REPUTASI MEMPENGARUHI	
HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN DAN MITRA	
BISNIS.....	1
A. Definisi Reputasi Bisnis.....	2
B. Konsep Reputasi dalam Dunia Bisnis	3
BAB 2 MENGUKUR REPUTASI BISNIS	12
BAGAIMANA REPUTASI MEMPENGARUHI	
HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN DAN MITRA	
BISNIS.....	12
A. Metrik Reputasi.....	13
B. Mengukur Reputasi Secara Kuantitatif.....	16
C. Survei dan Penelitian.....	18
D. Penelitian Pasar Untuk Memahami Persepsi	
Pelanggan dan Mitra Bisnis	21
BAB 3 REPUTASI DAN KEPUTUSAN PELANGGAN	23
BAGAIMANA REPUTASI MEMPENGARUHI	
HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN DAN MITRA	
BISNIS.....	23
A. Kepercayaan dan Kredibilitas.....	24
B. Pengalaman Pelanggan Sebelumnya	24
C. Citra Merek.....	25
D. Pengaruh Sosial dan Rekomendasi	25
E. Pengaruh Resiko	25
BAB 4 REPUTASI DAN HUBUNGAN DENGAN MITRA	
BISNIS	28
BAGAIMANA REPUTASI MEMPENGARUHI	
HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN DAN MITRA	
BISNIS.....	28

BAB 5 STUDI KASUS KEBERHASILAN: BAGAIMANA REPUTASI MEMBANTU BISNIS.....	38
BAGAIMANA REPUTASI MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN DAN MITRA BISNIS.....	38
BAB 6 KESIMPULAN DAN LANGKAH SELANJUTNYA	46
BAGAIMANA REPUTASI MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN DAN MITRA BISNIS.....	46
A. Poin-Poin Kunci.....	47
B. Langkah Selanjutnya.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	54
TENTANG PENULIS.....	56

BAB

1

**PENGENALAN REPUTASI
DALAM KONTEKS BISNIS**

**BAGAIMANA REPUTASI
MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN
PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

BAB

2

**MENGUKUR REPUTASI
BISNIS**

**BAGAIMANA REPUTASI
MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN
PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

BAB

3

**REPUTASI DAN
KEPUTUSAN PELANGGAN**

**BAGAIMANA REPUTASI
MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN
PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

BAB

4

**REPUTASI DAN
HUBUNGAN DENGAN
MITRA BISNIS**

**BAGAIMANA REPUTASI
MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN
PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

BAB

5

**STUDI KASUS
KEBERHASILAN:
BAGAIMANA REPUTASI
MEMBANTU BISNIS**

**BAGAIMANA REPUTASI
MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN
PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

BAB

6

**KESIMPULAN DAN
LANGKAH
SELANJUTNYA**

**BAGAIMANA REPUTASI
MEMPENGARUHI HUBUNGAN DENGAN
PELANGGAN DAN MITRA BISNIS**

DAFTAR PUSTAKA

- Abin, M. R., Fatawi, R., & Rofiq, A. (2019). Peningkatan Mutu Pendidikan Sebagai Strategi Menjaga Reputasi di SMK Al-Huda Kota Kediri. *Efektor*, 6(2), 213-225.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Lestari, N., & Fitri, A. N. MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS.
- OKTADA, M. Z. (2016). PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH: KASUS PADA BANK BCA (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Pranabella, P. G., & Puspasari, D. (2021). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(08), 1160-1178.
- Purnomo, E., Annisa, F., Syafitri, N., Lutfi, M., & Suhairi, S. (2023). Peran Penting Komunikasi Bisnis Antarbudaya Dalam Era Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 239-245.
- Putra, Y. M. (2018). Sistem Informasi Untuk Persaingan Keunggulan. Modul Kuliah Sistem Informasi Manajemen
- Rachman, S. N. (2006). Analisis Pengaruh Keunggulan Produk, Reputasi PERusahaan dan Asosiasi Merek Terhadap Kesuksesan Produk Baru Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada Outlet Penjualan Produk Telkomflexi di Semarang) (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel

Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *EKOBISMAN: JURNAL EKONOMI BISNIS MANAJEMEN*, 4(2), 110-125.

Soetrisno, E. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana.

Suryawardana, E., & Yani, T. E. (2017). Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(2), 258-269.

Syah, T. Y. R., & Yanuar, T. (2013). Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan terhadap kualitas produk, nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan di Pasar Bisnis. Esa Unggul University.

Syah, T. Y. R., & Yanuar, T. (2013). Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan terhadap kualitas produk, nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan di Pasar Bisnis. Esa Unggul University.

Ulya, F. IMPLEMENTASI TUGAS PUBLIC RELATIONS DALAM MENJAGA CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MANAJEMEN PENJUALAN.

Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.

TENTANG PENULIS



Tomy Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A

Tomy Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A. merupakan dosen di Departemen Akuntansi Universitas Negeri Malang. Lahir di Jember pada tanggal 10 April 1995. Menempuh jenjang pendidikan S1 Akuntansi di Universitas Jember pada tahun 2012-2016, dan melanjutkan studi S2 Akuntansi di Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2017-2019. Sebelum masuk menjadi dosen di Universitas Negeri Malang pada tahun 2021, Tomy Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A. memiliki pengalaman sebagai auditor, peneliti dan juga sebagai dosen di Universitas Jember. Bidang yang diminati adalah inovasi dan digitalisasi akuntansi, manajemen investasi dan pasar modal, akuntansi keperilakuan, serta kewirausahaan. Pengalaman mengajar yang dimiliki antara lain: audit berbasis teknologi informasi, praktikum audit ACL, komputer akuntansi, teknologi informasi dan komunikasi, ekonomi dan bisnis digital, studi kelayakan bisnis, dan masih banyak lagi. Pada saat ini memiliki banyak publikasi yang telah dipublikasikan antara lain: 3 buku, lebih dari 60 artikel penelitian dan pengabdian baik nasional dan internasional, dan juga lebih dari 180 HKI. Telah mengikuti pelatihan dan sertifikasi sehingga pada saat ini berhak memiliki tambahan gelar professional CBV, CAP, QWP, RSA dan RTA.



Rifaldy Adinandra Ferdiansyah

Rifaldy Adinandra Ferdiansyah merupakan mahasiswa Departemen Ekonomi Pembangunan FEB UM. Lahir di Madiun 10 September 2001. Penulis pernah menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Geger Kabupaten Madiun dan hingga saat ini menempuh Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang. Sejak SMP penulis aktif mengikuti

organisasi hingga sekarang penulis aktif mengikuti kegiatan di dalam dan di luar kampus antara lain Forum Mahasiswa Madiun Studi Malang (FORMADIMA) dan Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Penulis memiliki beberapa pengalaman sebagai Ketua Pelaksana dan Koordinator dalam kegiatan keorganisasian. Selain itu, penulis juga aktif dalam mengikuti kompetisi kemahasiswaan dan berhasil untuk meraih penghargaan sebagai pemenang dan finalis. Telah mengikuti Pelatihan dan Sertifikasi pada bidang pasar modal dan digital marketing.



Fathan Abrar Abdalla

Fathan Abrar Abdalla merupakan mahasiswa Departemen Akuntansi FEB UM. Lahir di Kota Surabaya pada tanggal 13 Mei 2003. Penulis pernah menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Kota Probolinggo dan hingga saat ini menempuh Prodi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang.

Sejak SMP penulis aktif mengikuti organisasi hingga sekarang penulis aktif mengikuti kegiatan di dalam kampus antara lain Himpunan Mahasiswa Departemen (HMD) Akuntansi 2022 sebagai

anggota Divisi IT. Penulis sekarang mengemban amanah sebagai Kepala Departemen Research & Technology Himpunan Mahasiswa Departemen (HMD) Akuntansi dan Koordinator Asisten Laboratorium Akuntansi. Penulis memiliki beberapa pengalaman sebagai Ketua Pelaksana dan Koordinator dalam kegiatan keorganisasian. Pada tahun 2023 penulis berhasil lolos sebagai salah satu penerima beasiswa Djarum Beasiswa Plus. Selain itu, penulis juga aktif dalam mengikuti kompetisi kemahasiswaan dan berhasil untuk meraih penghargaan sebagai pemenang dan finalis.



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023106455, 7 November 2023

Pencipta
Nama : Tony Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A., Rifaldy Adinandra Ferdiansyah dkk
Alamat : Dusun Curah Bamban RT 1 RW 27 Tanggul Wetan, Tanggul, Kota Jember 68155, Tanggul, Jember, Jawa Timur, 68155
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : Tony Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A., Rifaldy Adinandra Ferdiansyah dkk
Alamat : Dusun Curah Bamban RT 1 RW 27 Tanggul Wetan, Tanggul, Kota Jember 68155, Tanggul, Jember, Jawa Timur, 68155
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : Buku
Judul Ciptaan : Bagaimana Reputasi Mempengaruhi Hubungan Dengan Pelanggan Dan Mitra Bisnis
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 12 Oktober 2023, di Purbalingga
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000539410

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.