

## ABSTRAK

Maraknya penyedia layanan komunikasi telepon seluler di Indonesia membuat masing – masing perusahaan berlomba-lomba untuk memasarkan produknya. Dalam menciptakan komunikasi pemasaran yang efektif dan menjalin interaksi dengan pelanggan, salah satu media yang saat ini sering dimanfaatkan oleh perusahaan adalah media sosial. Salah satu jenis media sosial yang digunakan Smartfren untuk menjalin hubungan dengan pelangganya yaitu *Twitter*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social customer relationship management* PT Smartfren Telecom Tbk melalui penggunaan media sosial *Twitter* terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Teknik analisis yang digunakan statistik deskriptif, koefisien determinasi, dan regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social customer relationship management* PT Smartfren Telecom Tbk melalui penggunaan media sosial *Twitter* mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 43,8% dan sisanya sebesar 56,2% dipengaruhi faktor lain. Dengan demikian *social customer relationship management* PT Smartfren Telecom Tbk melalui penggunaan media sosial *Twitter* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Social CRM, Kepuasan Pelanggan, New Media, Twitter*