

## **Abstrak**

Seiring dengan kemajuan ekonomi dan zaman, pembangunan di bidang perumahan meningkat sangat pesat. Sebagai salah satu komponen pendukung dalam pembangunan nasional di segala bidang, PT. Niaga Putra Perkasa ( PT. NPP ) adalah perusahaan yang bergerak di bidang perbetonan yang berkedudukan di Bandung. PT.NPP sudah memiliki pelanggan yang cukup banyak, namun jumlah potensi pelanggan dengan pelanggan yang sudah diraih masih relatif jauh, hanya sekitar 25% saja dari potensi yang seharusnya dapat diraih. Hal ini mengindikasikan pelanggan bisnis kurang mengenal keberadaan PT.NPP dan juga kurang mengetahui keunggulan yang dimiliki PT. NPP tersebut. Untuk mengetahui dan mengatasi permasalahan tersebut penulis melakukan riset bagaimana kualitas dari kereliasian dan nilai produk PT.NPP, bagaimana citra PT.NPP dan sejauh mana kualitas kereliasian dan nilai produk terhadap citra perusahaan. Dengan kualitas kereliasian perusahaan yang tinggi, nilai produk dan citra perusahaan yang baik maka perusahaan mendapatkan penilaian yang baik dari responden.

Kata kunci : *Kualitas Kereliasian, Nilai Produk, Citra Perusahaan*

## ***Abstract***

*Along with the economic progress of the times, in the field of housing construction increased very rapidly. As one of the supporting components in national development in all fields. PT. Commerce Putra Perkasa (PT NPP) is a company engaged in the field perbetonan based in Bandung. PT.NPP already have quite a lot of customers, but the number of potential customers with a customer that has been achieved is still relatively far away, only about 25% of the potential that could have been achieved. This indicates the presence of less familiar with business customers and also less PT.NPP know the advantages of the PT. The NPP. To identify and solve these problems the authors do research and how the quality of the product kerelasian PT.NPP, how and to what extent the image PT.NPP kerelasian quality and value of the product to the company's image. with high quality kerelasian company, the product and a good corporate image, the company get a good assessment of the respondent.*

***Keywords: Relationship Quality, Value Product, Corporate Image***