



**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT. PERFORMANCE
AUTO CENTRE (MAZDA PURI) DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

Diajukan Oleh:

Debby Sientia

44217110077

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

<https://lib.mercubuana.ac.id>

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Debby Sientia
NIM : 44217110077
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relation

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT. PERFORMANCE AUTO CENTRE (MAZDA PURI) DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang di publikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 11 Februari 2023

Yang membuat Pernyataan



(Debby Sientia)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :


Nama : Debby Sientia
NIM : 44217110077
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relation
Judul : **STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT.
PERFORMANCE AUTO CENTRE (MAZDA PURI) DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi/ Bidang Studi Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dwi Firmansyah, M.Ikom (.....)
NIDN : 0329044603
Ketua Sidang : Rika Yessica Rahma, M.Ikom (.....)
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Siti Muslichatul M, M.Ikom NIDN (.....)
NIDN : 8870701019

Menyetujui Ketua Bidang Studi Public Relation


(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Jakarta, 11 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah yang Maha Esa. Atas Rahmat dan Hidayah-Nya, peneliti bisa menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Strategi Marketing Public Relations PT. Performance Auto Centre (Mazda Puri) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”**.

Dalam penyusunan Skripsi ini, peneliti banyak mendapat tantangan dan hambatan akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak tantangan dan hambatan itu bisa terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyusunan Skripsi ini dan secara khusus pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si, selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta

5. Ibu Suryaning Hayati, S.E,M.M.M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta
6. Kepada HRD PT. Performance Auto Centre dan Bagian Departement lainnya Bapak Azhari dan Bapak Mizwar yang telah membantu dan memberikan izin untuk dilakukannya penelitian di Mazda Puri.
7. Kepada orang tua dan keluarga besar peneliti dan keluarga peneliti Bapak Muhammad Husein dan Ibu Wiwik Susanti, Apriyani (Kakak) Shinta Meilinda (Adik) Amelia Jaliyanti (Adik) yang telah memberikan dukungan doa dan semangat
8. Teman-teman yang selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungan Amril Kemal, Amelia Nur, Isri Noviyanti, Cindy, Monique, Lala, Galis, Ovia, Dinda, Ita, Mila, Elsa, Maya, Eca
9. Seluruh staff karyawan dan customers PT Performance Auto Centre (Mazda Puri) yang telah membantu, mempermudah dan meluangkan waktunya untuk melengkapi penelitian Skripsi ini
10. Dan terakhir untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu atas segala bantuannya kepada peneliti

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Oleh karna itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan akan peneliti terima dengan senang hati. Penelit juga berharap semoga Skripsi ini mampu memberikan pengetahuan dan bermanfaat bagi kita sekalian.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TIGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Debby Sientia

NIM : 44217110077

Bidang Studi : Public Relation

Judul : **STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT.
PERFORMANCE AUTO CENTRE (MAZDA PURI)
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Februari 2023

Yang menyatakan,



METERAN
TANDA
5.191BAKX585093162

(Debby Sientia)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Debby Sientia
44217110077

Strategi Marketing Public Relations PT. Performance Auto Centre (Mazda Puri)
Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Jumlah Halaman : 92 Halaman + ix + 4 Lampiran

Bibliografi : 16 Buku + 5 Jurnal + 4 Web

ABSTRAK

PT. Performance Auto Centre (Mazda Puri) sebagai objek penelitian merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang otomotif roda empat. Banyaknya kompetitor baik dari dealer Mazda yang lain maupun kompetitor dari *brand* lain, membuat perusahaan berlomba-lomba melakukan berbagai strategi untuk dapat menarik konsumen. Hal itu dibangun melalui pelayanan yang diberikan perusahaan dengan sebaik mungkin serta dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan, sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Strategi *Marketing Public Relation* dalam Mempertahankan Loyalitas pelanggan PT. Performance Auto Centre (Mazda Puri). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan wawancara yang dilakukan kepada *keyinforman* dan *informan* yang berjumlah lima orang.

Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa Mazda Puri melakukan berbagai kegiatan Strategi *Marketing Public Relation* Seperti *Pull Strategy*: mengadakan *special event* dan sponsorship, *Push Strategy*: Email dan whatsapp sebagai media komunikasi, serta publisitas di media sosial melalui Instagram dan Facebook dan juga media cetak, seperti tabloid dan *standing banner*, *Pass Strategy*: mengadakan kegiatan *gathering* para komunitas yang tercipta diantara para pelanggan Mazda.

Kata Kunci: Strategi, *Marketing Public Relation*, Loyalitas Pelanggan



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Mercu Buana University
faculty of Communication
Public Relations Study Field
Debby Sientia
44217110077

Marketing Public Relations Strategy PT. Performance Auto Center (Mazda Puri) in Maintaining Customer Loyalty

A number of pages : 92 Pages + ix + 4 Attachment

Bibliography : 16 Books + 5 Journals + 4 Webs

ABSTRACT

PT. Performance Auto Center (Mazda Puri) as the object of research is one of the companies engaged in the four-wheeled automotive sector. A large number of competitors, both from other Mazda dealers and competitors from other brands, makes the company compete in implementing various strategies to be able to attract consumers. This is built through the services provided by the company as well as possible and can meet the needs of customers, to maintain customer loyalty.

This research was conducted to know the Marketing Public Relations Strategy in Maintaining Customer Loyalty of PT. Performance Auto Center (Mazda Puri). This study uses a descriptive qualitative approach and uses a constructivist paradigm.

The method used in this study was a case study with data collection techniques through literature studies and interviews conducted with five key informants and informants.

The results of this study can indicate that Mazda Puri carries out various Public Relations Marketing Strategy activities such as Pull Strategy: holding special events and sponsorships, Push Strategy: Email and WhatsApp as communication media, as well as publicity on social media through Instagram and Facebook and also print media, such as tabloids and standing banners, Pass Strategy: holding community gathering activities created among Mazda customers.

Keywords: Strategy, Marketing Public Relations, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

COVER JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TIGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1. Manfaat Akademik.....	11
1.5.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Pengertian Komunikasi.....	18
2.3. Public Relation.....	21
2.3.1. Pengertian Public relation.....	21
2.3.2. Fungsi Public Relation.....	22
2.3.3. Peran Public Relation.....	23
2.4. Strategi.....	24
2.4.1. Pengertian Strategi.....	24
2.5. Marketing Public Relations.....	26
2.5.1. Pengertian Marketing Public Relation.....	26
2.5.2. Strategi Marketing Public Relation.....	27
2.5.3. Peranan Marketing Public Relation.....	28
2.5.4. Perangkat Utama Marketing Public Relation.....	29
2.6. Loyalitas Pelanggan.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Paradigma	35
3.2. Metode Penelitian	36
3.3. Subyek Penelitian.....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1. Data Premier	40
3.4.2. Data Sekunder	41
3.5. Teknik Analisa Data	41
3.6. Teknik Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Performance Auto Centre (Mazda Puri).....	44
4.1.2. Visi dan Misi PT. Performance Auto Centre (Mazda Puri)	46
4.1.3. Tugas Pokok dan Ruang Lingkup Operasioanal Perusahaan.....	47
4.2. Hasil Penelitian	48
4.2.1. Peran <i>Marketing Public Relation</i> di PT. Performance Auto Centre (Mazda Puri) 49	
4.2.2. Strategi <i>Marketing Public Relation</i> dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	57
4.2.3. Loyalitas Pelanggan	79
4.3. Pembahasan	84
4.3.1. Strategi <i>Marketing Public Relation</i> untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	93
5.2.1. Saran Akademis	93
5.2.2. Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Dealer Mazda Puri.....	45
Gambar 4.2. Contoh Edukasi Mazda Puri di Sosial Media.....	52
Gambar 4.3. Penghargaan Mazda Dealer Excellence Award 2021, 1st Winner....	60
Gambar 4.4. Mazda Year-End Sales 2022	69
Gambar 4.5. Tautan Linktree Mazda PT. Performance Auto Centre.....	71
Gambar 4.6. Akun Instagram Resmi PT. Performance Auto Centre	73
Gambar 7. Akun Facebook Resmi PT. Performance Auto Centre	74
Gambar 4.8. Special Event Mazda: Kontes Keterampilan Teknisi “MAZTECH 2022”	76
Gambar 4.9. Sponsorship Mazda x Articfox FC.....	77
Gambar 4.10. Mazda Puri Golf Event.....	77
Gambar 4.11. Standing Benner sebagai Alat Publikasi	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Historical Brand Sales Mazda dan Hyundai	6
Tabel 2.1. Tabel Tinjauan Pustaka	18

