

SUMMARY

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS 3P (PUSH, PULL AND PASS) TOYOTA AUTO 2000 CAB. CIKUPA TANGERANG

Created by RINA FITRIANA

Subject : PEMASARAN, PERUSAHAAN
Subject Alt : MARKETING, COMPANY
Keyword : marketing public relations;strategi 3p (push,pull;and pass)

Description :

Karya ilmiah ini dimaksudkan sebagai laporan penelitian skripsi atau tugas akhir dalam menggapai gelar SI. Latar Belakang Skripsi ini membahas tentang strategi Marketing Public Relations Toyota Auto 2000 dengan banyaknya competitor di luar sana dan persaingan yang semakin ketat terhadap perusahaan mobil di Indonesia, Perusahaan memerlukan suatu strategi dan taktik untuk tetap bertahan dan mempertahankan pelanggan yang ada serta dapat meningkatkan penjualan dan mendapat pelanggan baru.

Penelitian yang di pakai ialah kualitatif tipe 2 dengan 1 kasus tunggal dan multi analisis dengan mewawancarai key informan dan informan terkait penelitian ini. Yaitu Sales Supervisor dan Counter Sales serta mewawancarai 3 orang pelanggan Toyota. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah triangulasi teori yang disesuaikan dengan pernyataan wawancara lapangan berdasarkan penuturan key informan dan informan.

Hasil penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh MPR Toyota Auto 2000 menggunakan cara Pull, Push, dan Pass Strategy. Strategi tersebut dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya dan mendapatkan pelanggan baru serta tetap bisa eksis dan bersaing dengan competitor yang semakin ketat terhadap produk mobil yang sama.

Kesimpulan dari penelitian ini ialah Strategi yang digunakan Toyota Auto 2000 cukup baik, hal ini terbukti dari hasil wawancara secara langsung dengan informan dan mendapat peningkatan jumlah pelanggan pada tahun 2016-2017.

Saran MPR Toyota dapat lebih cepat mendengarkan dan menanggulangi setiap keluhan-keluhan dari pelanggan, karna ini akan berdampak terhadap image perusahaan, dan kendala Word of Mouth akan lebih cepat berpengaruh pada perusahaan. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa lebih puas, nyaman dan loyal terhadap apa yang dibutuhkannya terkait produk yang mereka pilih.

Date Create : 05/07/2018
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-201552144
Collection : 201552144
Source : Undergraduate Theses of Public Relation
Relation Collection : Fakultas Ilmu Komunikasi
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : @perpustakaan Universitas Esa Unggul 2018

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor