

ABSTRAK

Nama : Rina Fitriana
N.I.M : 2015-52-144
Judul : Strategi *Marketing Public Relations* 3P (Pull, Push, and Pass) Toyota Auto 2000 Cabang Cikupa Tangerang
Jumlah Halaman : 77 halaman, 4 lampiran
Kata Kunci : *Marketing Public Relations*, Strategi 3P (*Push, Pull, and Pass*)
Daftar Pustaka : 27 buku

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 dilapangan 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 cukupa baik, hal ini terbukti dari hasl 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.