

# **STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONS* COORDINATOR TOYOTA AUTO2000 (CABANG PERMATA HIJAU) DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN**

Muthia Adriana Silvi<sup>1</sup> Ummanah<sup>2</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta Jalan Arjuna Utara  
No.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510  
muthiaadriana@gmail.com

## **Abstract**

*The automotive industry business competition during the current pandemic has experienced a significant decline. Various strategies to retain customers are carried out by the company including AUTO2000 which has a philosophy and company vision of providing the best service for customers and during the current pandemic, AUTO2000 still ranks first in sales, of course this cannot be separated from customer loyalty. This research is intended to find out how the communication strategy of Toyota AUTO2000 Customer Relations Permata Hijau branch in maintaining customer loyalty. as for the theory used in this study The Two Ways Communications. The method used is qualitative with a case study approach. The results of this study are the CRC communication strategy to maintain customer loyalty is in services that prioritize customer satisfaction in order to maintain customer loyalty. In this case, in order to maintain customer loyalty, the services provided by CRC AUTO2000 always apply the AUTO2000 Value proposition to its services which consist of providing convenience to customers, personal communication that is carried out, and reliable in teams and systems so that it is well integrated so that AUTO2000 remains the best during the pandemic. At the moment.*

*Keyword : Customer relations, Two Way Symmetrical communication , loyalitas*

## **Abstrak**

Persaingan bisnis industri otomotif dimasa pandemi saat ini mengalami penurunan yang signifikan. Berbagai strategi mempertahankan pelanggan dilakukan oleh perusahaan termasuk AUTO2000 yang memiliki filosofi dan visi perusahaan yaitu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan dan dimasa pandemic saat ini AUTO2000 masih menempati urutan pertama penjualan tentu hal ini tidak lepas dari loyalitas pelanggan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *Customer Relations* Toyota AUTO2000 cabang permata hijau dalam menjaga loyalitas pelanggan. adapun teori yang digunakan pada penelitian ini *The Two Ways Communications*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi komunikasi CRC mempertahankan loyalitas pelanggan ada pada pelayanan yang mengedepankan kepuasan pelanggan agar terjaganya loyalitas pelanggan. dalam hal ini agar terjaganya loyalitas pelanggan pelayanan yang diberikan CRC AUTO2000 selalu penerapan *Value proposition* AUTO2000 pada pelayanannya yang terdiri dari memberikan kemudahan kepada pelanggan, komunikasi personal yang dilakukan, dan handal dalam tim dan sistem sehingga terintegrasi dengan baik sehingga menjadikan AUTO2000 tetap yang terbaik dimasa pandemi saat ini.

*Kata Kunci : Customer relations, Komunikasi Model Two Ways Symmetrical, loyalitas*