



RINGKASAN

MALIKHA YUWANDINA. J3A218443. 2021. Peran *Customer Relation* dalam menjaga *Brand Loyalty* di Honda Cibubur. *The Role Of Customer Relation In Maintaining Brand Loyalty At Honda Cibubur*. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO.

Customer relation merupakan salah satu sarana yang dibentuk *public relation internal* untuk membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan (*customer*), relasi perusahaan dan masyarakat luas. Peran *Customer relation* honda cibubur dalam menjaga *brand loyalty* memerlukan konsep pelayanan yang baik. Konsep pelayanan *customer relation* Honda Cibubur berupa melakukan *reminder service* berkala, melakukan rekap *booking*, mengadakan promo dan masih banyak konsep pelayanan yang diberikan *customer relation* honda cibubur.

Tujuan Laporan Akhir ini adalah menjelaskan peran *customer relation*, konsep pelayanan, pelayanan melalui media sosial, serta hambatan dan solusi yang dialami *customer relation* dalam menjaga *brand loyalty* di Honda Cibubur. Lokasi pengumpulan materi untuk penulisan Laporan Akhir ini dilakukan di Honda Cibubur yang berlokasi di Jl. Alternatif Cibubur- Cileungsi No. 38, Jatisampurna, Bekasi, Jawa Barat. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama dua bulan dimulai tanggal 15 Maret sampai dengan 15 Mei 2021. Data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Customer relation salah satu peran yang penting dalam melakukan pelayanan yang baik di dalam Honda Cibubur. Pelayanan yang baik mampu menghasilkan kepuasan pelanggan. *Customer relation* dalam menjaga *brand loyalty* membuat konsep pelayanan agar menciptakan kepuasan *customer*. Konsep pelayanan Honda Cibubur berupa *reminder service*, menerima panggilan telepon dari pelanggan, memeriksa kondisi kendaraan setelah *service*, mengatur jadwal *booking service*, *Greetings* Kepada Pelanggan, mengelola Honda *e-care*, dan terakhir melakukan *giving gifts to customer*. *Customer relation* juga melakukan pelayanan melalui media sosial, media sosial yang digunakan untuk melakukan pelayanan berupa whatsapp, instagram, dan facebook. Peran *Customer relation* dalam menjalankan perannya sering mengalami hambatan. Setiap hambatan tersebut telah dievaluasi kemudian dipertimbangkan solusi terbaik untuk mengatasi hambatan yang dialami.

Simpulan dari laporan akhir ini adalah peran *customer relation* dalam menjaga *Brand loyalty* di Honda Cibubur membutuhkan konsep pelayanan yang baik, selain itu *customer relation* juga melakukan pelayanan melalui media sosial seperti melalui whatsapp, instagram dan facebook. *Customer relation* dalam melakukan pelayanan sering kali mengalami hambatan, tetapi setiap hambatan *customer relation* memiliki solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Saran yang untuk honda cibubur sebaiknya memperbaiki atau mengganti alat yang digunakan untuk melakukan pelayanan di Honda Cibubur.

Kata kunci: *Customer relation*, *brand loyalty*, pelayanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies