



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT. RIAU JAYA CEMERLANG PEKANBARU DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN

Dewasa ini perdagangan bebas merupakan masa persaingan produsen dalam memasarkan produk dan jasa sebagai pemenuhan kebutuhannya. Produsen menginginkan pada saat tersebut produk dan jasanya dapat diterima pelanggan secara luas. Agar produk dan jasanya sampai ke pelanggan maka perlu strategi yang salah satunya bagian *marketing*. Dengan demikian strategi *marketing public relations* oleh PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru sangat diperlukan dalam menjaga loyalitas pelanggan supaya pelanggan tetap memilih perusahaan sebagai pemenuhan kebutuhannya. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing public relations* PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru dalam menjaga pelanggan. Adapun Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif Kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat. Kemudian teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara penulis dengan *HRD dan GA Manager, Sales dan Marketing Manager, After Sales Manager*, kemudian hasil observasi dan dokumentasi serta arsip-arsip yang berada di PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru. Hasil penelitian dari data dan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis yaitu strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru dalam menjaga loyalitas pelanggan yaitu *Three Ways Strategy* (1) *pull strategy* merupakan strategi yang direncanakan untuk menarik minat pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan melalui kegiatan promosi dan periklanan, (2) *push strategy* merupakan strategi yang dilakukan untuk mendorong hasrat dan minat perhatian konsumen terhadap produk dan perusahaan, (3) *pass strategy* merupakan strategi yang digunakan untuk mempengaruhi dan menciptakan opini publik yang positif terhadap citra perusahaan.

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



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT
THE PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY OF
PT. RIAU JAYA CEMERLANG PEKANBARU IN KEEPING
THE CUSTOMER'S LOYALTY

Nowadays, the free trade has supported the competition among producers in marketing their products and services for their needs. The producers want that their products and services can be accepted widely by their customers. In order that their products and services can be received by their customers, marketing strategy is highly needed. As a result, the public relations marketing strategy of PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru is extremely needed to keep the customer's loyalty. This thesis aims to know the public relations marketing strategy of PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru in keeping its customers. Method used in this research is a descriptive-qualitative method. It explains and describes the research problem in the form of sentences. Data is collected through interview, observation and documentation. The interview's result with the HRD and GA manager, Sales and Marketing manager and After Sales manager as well as observation's result and documents of PT. Riau Cemerlang Pekanbaru becomes the source of data. This thesis finds that the public relation marketing strategy of PT. Riau Cemerlang Pekanbaru in keeping its customers uses three ways strategy. (1) Pull strategy is a strategy planned to invite the customer's interest so that the customers buy the products exhibited during promotion and advertising. (2) Push strategy is a strategy conducted to support the consumer's desire and interest of the products and company. (3) Pass strategy is a strategy used to influence and create positive public opinion toward the company's image.

Keywords : Strategy, Public Relations Marketing Strategy, Customer's Loyalty.