

## ABSTRAK

Strategi *Public Relation* dari PT Armada Internasional Motor Authorized Dealer Isuzu menjadi salah satu alat penggerak dalam arus komunikasi antara pihak perusahaan dengan konsumennya, terutama dalam memberikan informasi dan pelayanan yang membangun *customer relationship* yang baik. Rumusan masalah dalam penelitian ini mencoba menjabarkan tentang “Bagaimana Strategi *Customer Relations* Isuzu Dealer Cabang Yogyakarta dalam Pelayanan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT. Armada International Motor Authorized Dealer Isuzu)” dengan tujuan penelitian untuk : Mengidentifikasi strategi *customer relationship*, posisi perusahaan dan ketepatan strategi yang telah diterapkan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menjadikan pimpinan atau kepala cabang dan staff yang bertugas di PT Armada Internasional Motor Authorized Dealer Isuzu Yogyakarta sebagai subyeknya. Dari penelitian ini telah didapatkan data primer dan sekunder dengan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari proses dan hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi *relations* dari PT Armada Internasional Motor Authorized Dealer Isuzu menerapkan beberapa strategi customer relationship management dengan tujuan meningkatkan dan memelihara hubungan dengan konsumen yaitu dengan mengembangkan konsep I-pasport dan peningkatan event-event rutin secara berkelanjutan. Keberhasilan ini juga dapat ditinjau dari persentase kunjungan konsumen dan jumlah penjualan perusahaan dari hari ke hari. Namun disisi lain dalam proses service tersebut tentu ada hal-hal yang menjadi kendala dan hambatan yang harus dihadapi, hal ini sudah dirangkum dalam karya tulis ilmiah.

**Kata Kunci:** *Public Relations, Strategi Public Relations, Customer Relations, Customer Service, Kepuasan Pelanggan.*

## ***ABSTRACT***

Public Relation strategy of PT Armada Internasional Motor Authorized Dealer Isuzu become one of the driving tools in the flow of communication between the company and its customers, especially in providing information and services that build customers Good relationship. The problem in this research is trying to describe "how is the strategy of Customer Relations of the Isuzu dealers in Yogyakarta branch in customer satisfaction services (case study of PT. Armada International Motor Autorized Isuzu Dealer)?" With the purpose of Research to: Identify the customer relationship strategy, company position and precision of the strategy that has been applied. This research is a qualitative study that makes the head or branch chief and staff in charge of PT Armada Internasional Motor Authorized Dealer Isuzu Yogyakarta as its subject. From this research has obtained primary and secondary data through interviews, observation and documentation techniques. From the process and results showed that the relations strategy of PT Armada Internasional Motor Authorized Dealer Isuzu implemented several customer management strategies with the aim of improving and maintaining the relationship with consumers is by Develop E-passport concept and continuous improvement of routine events. This success can also be reviewed from the percentage of consumer visits and the number of company sales day by day. But on the other hand in the service process, there are things that are obstacles and obstacles that have to be faced, this is already summarized in scientific papers.

***Keywords: Public Relations, Strategy Public Relations, Customer Relations, Customer Service, customer satisfaction.***