

ABSTRAK

Perusahaan bengkel Kupu-Kupu Malam Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan modifikasi yang mempunyai tag line 100% pengrajin mobil yang bergerak dibidang jasa otomotif, dikelola secara professional baik dari kualitas bengkel, sumber daya manusia (SDM), produk maupun layanan yang disediakan mengedepankan pada kepuasan konsumen. Kupu-Kupu Malam memberikan pelayanan berupa produk dan jasa baik dalam hal modifikasi maupun dalam perbaikan kendaraan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran perusahaan Kupu-Kupu Malam Yogyakarta dalam membangun citra bengkel modifikasi yang berkelas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi di Kupu-Kupu Malam Auto Fashion dan Auto Custom Kupu-Kupu Malam Yogyakarta. Validitas data dari penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif, kemudian dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di perusahaan bengkel Kupu-Kupu Malam Yogyakarta mempunyai strategi pemasaran melalui *event* modifikasi dan pelayanan modifikasi sekaligus perbaikan kendaraan yang jarang ditemui di bengkel lain yang menunjang dalam terbentuknya citra bengkel yang berkelas. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai penghargaan yang diraih dalam keikutsertaan dalam *event* modifikasi di berbagai kota besar di Indonesia, menjadi *trendsetter* sebagai bengkel modifikasi yang *detil* dan inovatif, serta pelayanan yang lengkap dan memuaskan bagi konsumen. Dengan selalu menciptakan ide inovatif dan selalu membangun citra bengkel yang berkelas, perusahaan akan selalu mendapatkan loyalitas dan kepercayaan oleh konsumen.

Abstract

Joinery company of Kupu-Kupu Malam Yogyakarta is one of the modifications that have 100% tag line car craftsmen engaged in automotive service, professionally managed both from the quality workshops, human resources (HR), the products and services provided emphasis on customer satisfaction , Kupu-Kupu Malam provides services in the form of products and services both in terms of the modification and repair of vehicles. Formulation of the problem in this research is how the company's marketing communications strategy of Kupu-Kupu Malam Yogyakarta in building a classy image modification workshop. The method used in this research is descriptive qualitative. Data collected by way of interviews and observations at Kupu-Kupu Malam Auto Fashion and Auto Custom Kupu-Kupu Malam Yogyakarta. Validity of data from this study using triangulation technique source. The data has been collected and analyzed qualitatively, then described in terms of a description drawn up in detail and systematically. The results showed that in the company workshop of Kupu-Kupu Malam Yogyakarta has a marketing strategy through the contest modifications and vehicle repair services at the same modifications that are rarely found in other workshops that support the formation of a classy image workshop. This can be seen from various awards in the participation in the contest modifications in various major cities in Indonesia, a trendsetter as detailed modification workshop and innovative, as well as a complete and satisfactory service for the consumer. By always creating innovative ideas and always a classy image building workshop, companies will always get the loyalty and confidence by consumers.