

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta dalam membangun loyalitas konsumen melalui komunikasi interpersonal, dan juga untuk mengetahui faktor penghambat dalam upaya membangun loyalitas konsumen melalui komunikasi interpersonal, kemudian untuk mengetahui kekurangan komunikasi interpersonal yang dilakukan dan untuk menganalisis upaya PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta dalam membangun loyalitas konsumen melalui komunikasi interpersonal, dimana perusahaan ini merupakan dealer resmi Mitsubishi yang berada di daerah Yogyakarta. Perkembangan dunia usaha di daerah Yogyakarta semakin semakin berkembang pesat, berkembangnya dunia usaha ini menjadikan persaingan yang semakin ketat. Tentunya sebuah perusahaan harus bekerja lebih untuk dapat mempertahankan pelanggannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana metode tersebut untuk mengetahui upaya membangun loyalitas konsumen melalui komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta sudah efektif atau belum. Pengumpulan data dan informasi pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada Pimpinan, Bagian Marketing, dan Konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Hasil penelitian ini yaitu, PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta menggunakan komunikasi interpersonal melalui strategi *Personal Selling* untuk dapat membangun loyalitas konsumennya. *Personal Selling* yang dijalankan PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta adalah dengan menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan semua konsumennya. Kemudian juga dengan mengadakan Pameran (*Moving Exhibition*) dan Penyebaran brosur (*direct mail*). Selain dua kegiatan tersebut PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta juga mengembangkan konsep A3 dalam upaya meningkatkan pelayanannya yaitu *Attitude* (sikap), *attention* (perhatian) dan *action* (tindakan). Dari peningkatan pelayanan tersebut diharapkan konsumen lebih merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta dan dengan demikian dapat mengatasi semua faktor penghambat dan kekurangan upaya yang dilakukan PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta dalam membangun loyalitas konsumen melalui komunikasi interpersonal dan akhirnya konsumen dapat loyal pada perusahaan.

Kata kunci: Upaya membangun loyalitas konsumen, komunikasi interpersonal.

ABSTRACT

This study aims to determine the efforts made by PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta in building customer loyalty through interpersonal communication, and also to determine the inhibiting factors, deficiencies and analyze the efforts of PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta in building customer loyalty through interpersonal communication, where the company is Mitsubishi authorized dealers are located in the area of Yogyakarta. Business development in the area of Yogyakarta increasingly growing rapidly, growing the business world makes competition increasingly fierce. Surely a company must work to maintain their customer. This research uses descriptive qualitative method, wherein the method is to determine the efforts to build customer loyalty through interpersonal communication conducted by PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta has been effective or not. The collection of data and information on this study, researchers conducted interviews to the Chief, Section Marketing, Consumers regarding the services provided by PT Oto Car Borobudur Yogyakarta. In addition to interviewing researchers also conducted observation and documentation to obtain complete information. The results of this research, namely, PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta using interpersonal communication through Personal Selling strategies to build consumer loyalty. Personal Selling run PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta is to maintain good relations between the company and all of its customers. Then by holding exhibits (Moving Exhibition) and Distribution of brochures (direct mail). In addition to these two activities of PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta also develop A3 concept in an effort to improve its service ,namely Attitude, attention and action. Of these services is expected to increase in consumers are more satisfied with the services provided by PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta and thus consumers can be loyal to the company.

Keywords : Efforts to build customer loyalty , interpersonal communication .