

## ABSTRAK

Penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) dalam menjaga hubungan bisnis rekanan dengan PT. Pegadaian, Persero ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) dalam menjaga hubungan bisnis dengan rekanan PT Pegadaian, Persero mulai dari mempelajari, mengembangkan, mengonsepkkan dan mengeksekusi strategi pemasaran serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mencoba mengungkap strategi apa yang digunakan oleh CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) di dalam menjaga hubungan bisnis dengan rekanan PT. Pegadaian, Persero. Penelitian dengan metode ini menghasilkan data berupa penjelasan dengan kata-kata dari orang-orang serta perilaku objek penelitian yang dapat dianalisis. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder serta penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara langsung. Hasil penelitian ini adalah strategi kontrol kualitas produk dan bauran strategi komunikasi pemasaran yakni *public relations* dan *sales promotion* yang digunakan oleh CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) di dalam menjaga hubungan bisnis dengan rekanan PT. Pegadaian, Persero. Strategi kontrol kualitas produk digunakan dalam mengevaluasi produk yang dihasilkan dengan memperhatikan konsistensi pelayanan, konsistensi waktu, dan konsistensi pemenuhan kebutuhan. Selain strategi tersebut termasuk di dalam strategi komunikasi pemasaran dimana terdapat *public relations* dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggannya, maningkatkan loyalitas pelanggan, serta menjaga *image* perusahaan. Apabila loyalitas pelanggan telah didapat hasil yang didapat secara tidak langsung oleh CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) adalah promosi penjualan secara gratis dari pelanggannya PT. Pegadaian, Persero dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO).

## **ABSTRACT**

Research Strategies Marketing Communications CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) in maintaining business relationships partnership with PT. Pegadaian, Persero aims to describe the marketing communication strategies CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) in maintaining business relationships with partner PT Pegadaian, Persero ranging from studying, developing, conceptualize and execute marketing strategies as well to know the factors supporting and inhibiting the marketing communication strategy adopted. The research was conducted by descriptive qualitative method that tries to reveal what strategy is used by the CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) in maintaining business relationships with partners PT. Pegadaian, Persero. Research with this method produce data in the form of an explanation with the words of the people as well as the research object behavior can be analyzed. Sources of research data was obtained from primary and secondary data sources as well as research done by observation and direct interviews. The result of this research is to find a strategy of product quality control and marketing communications mix strategi the public relations and sales promotion used by the CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO) in maintaining business relationships with partners PT. Pegadaian, Persero. product quality control strategies used in evaluating the product with respect to the consistency of service, consistency, and consistency needs. In addition to these strategies included in the marketing communication strategy where there is public relations in maintaining good relationships with its customers, to increase customer loyalty, and maintaining corporate image. If customer loyalty has obtained the results obtained indirectly by CV. Grha Cipta (GRACINDO) is a sales pitch for free from customers PT. Pegadaian, Persero thus expected to enhance the company's product sales CV. Grha Cipta Indonesia (GRACINDO).