

**Strategi *Customer Relations* PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam
Membangun Loyalitas Pelanggan**

(Studi Kasus pada *Business to Consumer* PT. Bhinneka Mentari Dimensi)

AULIA JASMINE KUSNADI

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi *customer relations* PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pelanggan. *Customer relations* merupakan suatu kemampuan dan sekaligus menunjukkan sebuah loyalitas perusahaan dalam membina hubungan yang baik dengan konsumen, untuk mencapai tujuannya yaitu dengan cara melakukan penjualan, mengenalkan kualitas produk, serta mempunyai peranan dalam melakukan pendekatan terhadap konsumen, sehingga tercipta hubungan timbal balik yang baik atau saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pelanggan dan apa saja langkah-langkah yang dilakukan agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep strategi, *customer relations*, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melakukan wawancara dengan lima informan yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini menemukan hasil bahwa strategi *customer relations* yang dilakukan PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pelanggan adalah melalui kegiatan *event*, melakukan *acquiring new member*, mengembangkan media sosial Bhinneka, dan program mempertahankan pelanggan.

Kata Kunci : Strategi *Customer Relations*, Loyalitas Pelanggan

Customer Relations Strategy of PT. Bhinneka Mentari Dimensi in Building Customer Loyalty

(Case study at Business to Customer (B2C) PT. Bhinneka Mentari Dimensi)

AULIA JASMINE KUSNADI

ABSTRACT

This research is discussing about customer relations strategy of PT. Bhinneka Mentari Dimensi in building customer loyalty. Customer relations is an ability in showing a company's loyalty to build a good relationship to their customer, to achieve company's goals by making a sales, introducing their product quality, have a good role in approaching their consumers so there will be a good relationships between a company and their customers. The purpose of this research is to find out how the strategy PT. Bhinneka Mentari Dimensi to build their customer's loyalty and to find out what are the steps that taken to remain customer's loyalty. The concepts that used in this study are strategy, customer relations, and customer loyalty. This research is using descriptive qualitative methods with case study research approach by using the techniques of data collections based on interviewing five informants that related to this research. This reasearch result is showing that the customer relations strategy carried out by PT. Bhinneka Mentari Dimensions in building customer loyalty are through event activities, acquiring new members, improving Bhinneka's social media, and customer retain programs.

Key Word: *Customer Relations Strategy, Customer Loyalty*