

# **STRATEGY OF CUSTOMER RELATIONS PT GRAB INDONESIA IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY**

**SHAUMIYA RAHMI ALNO PUTRI**

## **Abstract**

Every company has customer relations to maintain its loyalty and maintain its reputation. This study discusses the customer relations strategy of PT Grab Indonesia in maintaining customer loyalty. The purpose of this study is to find out what strategies are used and what steps to maintain customer loyalty. The theory used is the Reputation Theory. The research method used is descriptive qualitative. This research was conducted through interviews with 2 informants who knew about PT Grab Indonesia's strategies and 1 informant who used the services of PT Grab Indonesia. This study found that PT Grab Indonesia used several successful strategies to maintain customer loyalty and corporate reputation.

*Keywords : Strategy, Costumer Relations, Costomer Loyalty*

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**  
**STRATEGI *COSTUMER RELATIONS* PT GRAB INDONESIA DALAM**  
**MEMERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

**SHAUMIYA RAHMI ALNO PUTRI**

**Abstrak**

Setiap perusahaan mempunyai *costumer relations* guna memertahankan loyalitasnya dan mempertahankan reputasinya. Penelitian ini membahas tentang strategi *costumer relations* PT Grab Indonesia dalam memepertahankan loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi – strategi apa saja yang digunakan dan langkah – langkah apa saja guna memertahankan loyalitas pelanggan. Teori yang digunakan adalah Teori Reputasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan dua informan yang mengetahui tentang strategi – strategi PT Grab Indonesia dan satu informan yang memakai jasa PT Grab Indonesia. Penelitian ini menemukan hasil bahwa PT Grab Indonesia menggunakan beberapa strategi yang berhasil untuk memertahankan loyalitas pelanggannya dan reputasi perusahaan.

**Kata Kunci:** *Strategi , Costumer Relations, Loyalitas Pelanggan.*