

ABSTRAK

Lilis Tantri Robiah Adawiah: Strategi *Public Relations* Mempertahankan Kepercayaan Pelanggan Melalui Layanan Promo (Analisis Deskriptif Kantor Grab Cabang Kota Bandung).

Grab Kota Bandung merupakan salah satu perusahaan ojek online di Indonesia. Grab di Indonesia mempunyai pesaing dalam pemasarannya, untuk itu Grab membuat strategi promo untuk bisa bersaing dengan kompetitornya. Promo (diskon) merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Grab Kota Bandung dalam Mempertahankan Kepercayaan Pelanggannya. Promo (diskon) tersebut menjadi salah satu alasan banyaknya masyarakat yang memilih menggunakan transportasi Grab daripada transportasi online lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Grab untuk Membentuk Integritas karyawan, Keandalan (*Reliability*) pelayanan yang diberikan oleh Grab, Kemampuan (*Ability*) dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Peneliti menggunakan konsep kepercayaan (*Trust*) dari Grunig J.E dan Dozier. Konsep ini dipilih karena sesuai dengan dimensi-dimensi yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dalam mempertahankan kepercayaan publik. Paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivistik dengan pendekatan interpretif dan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga cara yang dilakukan oleh Grab dalam mempertahankan pelanggannya yaitu: 1).Membentuk integritas karyawan dengan cara membentuk karyawan agar jujur, terbuka dalam memberikan informasi dan komitmen dalam bekerja. 2). Keandalan pelayanan Grab yaitu dengan cara selalu menepati janji promo yang diberikan, memberikan banyak fitur layanan, membuat strategi promo (perencanaan, pelaksanaan, evaluasi). 3).Kemampuan yang dilakukan Grab Kota Bandung dalam memberikan promonya yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan fasilitas yang nyaman, memberikan banyak kategori diskon, mempengaruhi pelanggan melalui periklanan di media sosial, aplikasi Grab, media luar ruang untuk bisa bersaing dengan kompetitornya.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Grab Kota Bandung telah melakukan Strategi Mempertahankan Kepercayaan Pelanggan Melalui Layanan Promo.

Kata Kunci: Kepercayaan Publik , Promo (diskon)

ABSTRACT

Lilis Tantri Robiah Adawiah: *Public Relations Strategy Maintaining Customer Trust Through Promo Services (Descriptive Analysis of Bandung City Branch Office Grab).*

Grab Kota Bandung is one of the online transportation in Indonesia. Grab in Indonesia has competitors in its marketing, for that Grab makes a promo strategy to be able to compete with its competitors. Promo (discount) is one of the strategies used by Grab in Bandung City to Maintain Customer Trust. This promo (discount) is one of the reasons why many people choose to use Grab transportation rather than other online transportation.

This study aims to determine how Grab's efforts to build employee integrity, reliability of services provided by Grab, and Ability in maintaining customer trust.

Researchers use the concept of trust (Trust) from Grunig J.E and Dozier. This concept was chosen because it fits the dimensions that must be considered by a company in maintaining public trust. The paradigm used is the constructivist paradigm with an interpretive approach and using descriptive analysis methods. Data collection techniques through observation, in-depth interviews and documentation.

The results of this study indicate that there are three ways in which Grab retains its customers, namely: 1) Forming employee integrity by forming employees to be honest, open in providing information and commitment to work. 2). The reliability of the Grab service is by always fulfilling the promo promises given, providing many service features, making promo strategies (planning, implementing, evaluating). 3) The ability of Bandung City Grab to provide its promotions, namely by providing good service and comfortable facilities, providing many discount categories, influencing customers through advertising on social media, Grab applications, outdoor media to be able to compete with its competitors.

Based on the research results, it can be concluded that Grab Kota Bandung has implemented a Strategy to Maintain Customer Trust Through Promo Services.

Keywords: Public Trust, Promo (discount)