

ABSTRAK

Nama: Diah Retno Sari, Nim: 212121, Judul : “Analisis Penerapan *Relationship Marketing* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di PT. Kencana Mukti Mulyo Semarang”

Untuk menghadapi persaingan, perusahaan agar mampu menjaga loyalitas pelanggan. Maka dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan penerapan *relationship marketing*. Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui penerapan *relationship marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di PT Kencana Mukti Mulyo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), sumber data berupa data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan manager, karyawan, dan pelanggan PT. Kencana Mukti Mulyo. Adapun data sekunder diperoleh dengan observasi dan dokumentasi. Tehnik analisis data dengan melalui reduksi data, penyajian data dan selanjutnya *verification*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Penerapan *Relationship marketing* PT. Kencana Mukti Mulyo adalah : kepercayaan, komitmen dan komunikasi, dan penanganan konflik. 2) Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di PT Kencana Mukti Mulyo sebagai berikut: Pertama, Mempertahankan kepercayaan pelanggan : Jujur, menepati janji, mendengarkan saran kritik pelanggan dan lain-lain. Kedua, membuat pelanggan berkomitmen menggunakan jasa di PT. Kencana Mukti Mulyo : memberikan diskon, memberi pelayanan terbaik. Ketiga, Menjalin komunikasi yang baik : ramah, etika, secara langsung maupun tidak langsung. Keempat, Penanganan konflik : meminta maaf.

Kata kunci : *Relationship Marketing*, Loyalitas Pelanggan