**ABSTRACT**

This research entitled “**Strategic costumer relations in improving customer loyalty in PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)**”. The purpose of this research is to know the activities, obstacles, and efforts customer costumer relations PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI).

The research method used in this research is descriptive method with quantitative approach. Technique of collecting data which consist of interview, questionnaire and study of literature.

Based on the results of research, researchers conducted interviews, and questionnaires with costumer from the PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), then the researchers conducted an interview with the manager stockings HPAI branch Bandung. After that, the results of interviews and observations, researchers discussed and structured analysis in accordance with the results of interviews and existing questionnaires.

The results of the research show the existence of activities, obstacles, and business costumer relations at PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). There are costumer relations activities in PT. HPAI that can be based on good or bad assessment of its customers, there are barriers in the activities of costumer relations, such as the difficulty of communication between costumer with PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), still lack of product logistics from outside the region, and the lack of stock agent location in each city. As for costumer relations effort PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) in improving customer loyalty. Using the HSIS (HPAI Support Integrated System), as well as SMS Center, increasing HPAI product productivity, and also expanding the HPAI stockies network throughout Indonesia.

Recommendations that can be given by researchers as input for the PT. HPAI in the matter of loyalty is, in maintaining customer relations, PT. HPAI is expected to provide good service and also pay attention to service attitude. Trying not to disappoint customers and make customers comfortable and trust to keep partner with PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), HPAI is expected to further increase the productivity of HPAI products, as well as improve the network of stokies, so that customers have no difficulty in finding HPAI products.

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul **“Strategi *costumer relations* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan, hambatan, serta usaha-usaha *costumer relations* PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan terdiri dari wawancara, angket dan studi literatur.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melakukan wawancara, dan angket dengan *costumer* dari pihak PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), kemudian peneliti melakukan wawancara dengan manager stokies HPAI cabang Bandung. Setelah itu, hasil wawancara dan observasi, peneliti bahas dan analisis dengan terstruktur sesuai dengan hasil wawancara dan angket yang ada.

Hasil dari penelitian menunjukan adanya kegiatan, hambatan, serta usaha-usaha *costumer relations* di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). Terdapat kegiatan *costumer relations* di PT. HPAI yang dapat didasarkan pada penilaian baik atau tidak baik dari pelanggannya, terdapat hambatan dalam kegiatan *costumer relations,* seperti sulitnya komunikasi antara *costumer* dengan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), masih minimnya logistik produk antar luar daerah, serta minimnya lokasi *agent stock* di masing-masing kota. Adapun usaha-usaha *costumer relations* PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Yakni dengan menggunakan HSIS (HPAI *Support Integrated System)*, dan juga SMS Center, meningkatkan produktivitas produk HPAI, dan juga memperluas jaringan stokies HPAI diseluruh Indonesia.

Rekomendasi yang bisa diberikan peneliti sebagai masukan bagi pihak PT. HPAI dalam perihal loyalitas ialah, dalam menjaga *customer relations,* PT. HPAI diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik dan juga memperhatikan *service attitude*. Berusaha untuk tidak mengecewakan pelanggan dan membuat pelanggan nyaman dan percaya untuk tetap bermitra dengan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), HPAI diharapkan dapat lebih meningkatkan produktivitas produk HPAI, serta meningkatkan jaringan stokies, sehingga pelanggan tidak mengalami kesulitan dalam mencari produk HPAI.

**RINGKESAN**

Ulikan iéu dijudulan “Kagiatan *costumer relations* dina ningkatkeun kasatiaan pelanggan di PT. Herba Penawar Alwahida Indonésia (HPAI)”. Tujuan pangajaran iéu nangtukeun kagiatan, halangan, saréng usaha-usaha *costumer relations* di PT. Herba Penawar Alwahida Indonésia (HPAI).

Métodeu nu dipaké dina iéu panalungtikan nyaéta métode déskriptif saréng pendekatan kuantitatif. Téhnik pendataan diwangun tina wawancara, kuisioner jeung pangajaran sastra.

Dumasar hasil pangajaran, peneliti ngalakonan wawancara, kuisoner, saréng pelanggang ti PT. Herba Penawar Alwahida Indonésia (HPAI), lajeng peneliti ngalakukeun wawancara saréng managér stokiés HPAI Cabang Bandung. Saterasna, wawancara sarta observasi, panalungtik bahas saréng analisis ku terstruktur luyu jeung hasil wawancara jeung kuisioner nu aya.

Hasil tina nalungtik némbongkeun ayana kagiatan, hambatan saréng usaha-usaha kagiatan *customer* *relations* di PT. Herba Penawar Alwahida Indonésia (HPAI). Aya sabaraha kagiatan *customer* *relations* di PT. HPAI anu didasarkeun kana taksiran sae atanapi kirang sae-na peunteun ti palanggan, aya oge halangan dina kagiatan *customer relations*, kayaning kasusah komunikasi antara customer sareng PT. Herba Penawar Alwahida Indonésia (HPAI), kirangna logistik antara produk luar wewengkon, sarta kirangna lokasi agén stok di unggal kota. Aya oge usaha-usaha *customer relations* PT. Herba Penawar Alwahida Indonésia (HPAI) dina ningkatkeun kasatiaan pelanggan. Nyaéta ku nganggo program HSIS (HPAI *Support Integrated System*), saréng SMS Center, ningkatkeun produktivitas produk HPAI, sarta ngembangkeun jaringan sakuliah Indonesia stokies HPAI.

Saran anu tiasa dipasihan peneliti sakumaha masukan kanggo PT. HPAI dina subyek loyalitas (kasatiaan) nyaéta, diharapkeun dina ngajaga *costumer relations*, PT. HPAI tiasa masihan layanan anu saé sarta ngupayakéun hentéu nguciwakéun konsumen sareng nyiéun konsumen nyaman sareng percantéun pikeun tetep di bermitra kalayan PT. Herba Penawar Alwahida Indonésia (HPAI), HPAI dihareupkéun tiasa ningkatkéun produktivitas produk HPAI, saréng ningkatkeun jaringan stokies, supados konsumén henteu hesé milarian produk HPAI.