

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah strategi *Marketing Public Relations* PT Cipta Mortar Utama. dalam membentuk loyalitas peanggan. Penelitian ini signifikan karena PT. Cipta Mortar Utama sebagai perusahaan yang masih berkembang di Indonesia timur sehingga terdapat strategi baru untuk mengkomunikasikan produknya di masyarakat. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi *marketing public relations* PT Cipta Mortar Utama dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Tinjauan pustaka yang digunakan pada penelitian ini adalah Komunikasi Pemasaran, *Marketing Public Relations*, Strategi *Marketing Public Relations*, dan Loyalitas pelanggan. Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, dan tipe penelitiannya yaitu deskriptif. Peneliti mengumpulkan data dengan wawancara mendalam (*in depth interview*) kepada Tim *Marketing Communication* PT Cipta Mortar Utama, serta melakukan observasi terhadap data – data sekunder yang relevan.

Hasil penelitian ini adalah Bagian *Marketing Communication* memiliki tujuan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat khususnya cakupan wilayah Indonesia timur tentang produk mortar yang baru dikenal oleh masyarakat sehingga konsumen menjadi loyal pada perusahaan. Maka, cara yang digunakan oleh *Marketing Communication* PT. Cipta Mortar Utama adalah dengan menjalankan strategi seperti publikasi, *identity media*, *event*, *Public-Service Activities*, dan *sponsorship*.

Kata kunci : Loyalitas Pelanggan, Strategi *Marketing Public Relations* PT. Cipta Mortar Utama