

# Strategi Marketing Public Relations (MPR) AirAsia Indonesia dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Paska Jatuhnya Pesawat QZ8501 = Marketing Public Relations (MPR) Strategies of AirAsia Indonesia to Maintaining Consumer Loyalty after the Crash of AirAsia Flight QZ8501

Nur Aulia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424095&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### <b>ABSTRAK</b>

Marketing Public Relations (MPR) menjadi terobosan baru di bidang public relations yang tidak hanya melihat bagaimana citra perusahaan atau brand dimata publiknya melainkan memikirkan juga bagaimana produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dapat diterima masyarakat dan dapat terjual. Hal inilah yang coba dilakukan oleh AirAsia yang merupakan salah satu perusahaan penerbangan berbiaya rendah. AirAsia mencoba menciptakan program-program MPR yang dapat mempertahankan loyalitas konsumennya paska kecelakaan yang menimpa salah satu pesawat AirAsia dengan nomor penerbangan QZ8501 rute Surabaya-Singapore pada 28 Desember 2014. Beragam strategi MPR yang meliputi pull, push, dan pas strategy dilakukan oleh AirAsia agar bisa tetap eksis di industri penerbangan. Sehingga pada kesimpulannya, kegiatan yang dilakukan oleh AirAsia selama satu tahun terakhir paska kecelakaan pesawat AirAsia QZ8501 tidak hanya dapat mengembalikan citra positif namun mampu mempertahankan loyalitas konsumen mereka.

---

### <b>ABSTRACT</b>

<i>Marketing Public Relations (MPR) into a new breakthrough in the field of public relations not only see how the company's image or brand in the eyes of the public but also think about how the products or services produced by the company can be accepted by society and can be sold. This is exercised by AirAsia which is one of the low cost airlines. AirAsia tried to create programs that MPR can maintain customer loyalty after the accident one of the AirAsia aircraft with flight number QZ8501 route Surabaya-Singapore on 28 December 2014. A variety of strategies MPR which includes pull, push, and pass strategy carried out by the airline in order to still exist in the airline industry. In conclusion, the activities carried out by the airline during the past year after a plane crash AirAsia QZ8501 not only can restore the positive image but is able to maintain the loyalty of their customers.</i>