



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI COSTUMER RETENTION MARKETING LIPPO MALL KEMANG
DALAM PENGGUNAAN CARD MEMBERSHIP “PRIVILEGE CARD” PERIODE
JANUARI – SEPTEMBER 2015**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

BOBBY RAHMAN
44311110001

**MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI *CUSTOMER RETENTION MARKETING* LIPPO MALL
KEMANG DALAM PENGGUNAAN CARD MEMBERSHIP
PRIVILEGE CARD PERIODE JANUARI – SEPTEMBER 2015

Nama : Bobby Rahman

NIM : 44311110001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Januari 2016

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Razie Razak, S.Sos, M.Ikom)

(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI *CUSTOMER RETENTION MARKETING* LIPPO MALL KEMANG DALAM PENGGUNAAN CARD MEMBERSHIP PRIVILEGE CARD PERIODE JANUARI – SEPTEMBER 2015**

Nama : Bobby Rahman

NIM : 44311110001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 29 Januari 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I



(Razie Razak, S.Sos, M.Ikom)

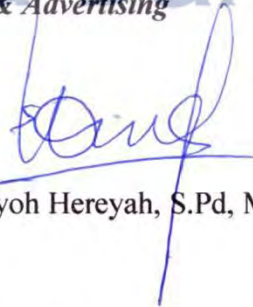
Dosen Pembimbing II



(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Ketua Bidang Studi *Marcomm*
& *Advertising***



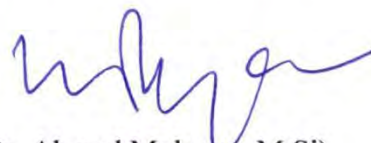
(Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI COSTUMER
RETENTION MARKETING
LIPPO MALL KEMANG DALAM
PENGUNAAN CARD
MEMBERSHIP PRIVILEGE
CARD PERIODE JANUARI –
SEPTEMBER 2015**

Nama : Bobby Rahman
Nim : 44311110001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Januari 2016

KetuaSidang,
Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom

(.....)

PengujiAhli,
Morissan, M.A.

(.....)

Pembimbing
Razie Razak, S.Sos, M.Ikom

(.....)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas tuntunan, penyertaan dan berkat Nya yang memungkinkan penulis menjalankan kuliah hingga penyelesaian penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Costumer Retention Marketing Lippo Mall Kemang Dalam Penggunaan Card Membership “Privilige Card” Periode Januari – September 2015”** sebagai persyaratan kelulusan sidang sarjana jurusan Markeing Communication & Advertising Universitas Mercubuana dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih antara lain kepada :

1. Bapak Razie Razak, S.Sos, M.Si, selaku *mentor* dan dosen pembimbing saya yang sangat dengan sabar membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua, atas semua dukungan, doa, semangat yang selalu menyertai penulis dalam masa perkuliahan.
3. Terutama Yohana Bayu dan Dirgayuni indryastuti sebagai penggerak penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Rekan – rekan Kso Sucofindo – Surveyor Indonesia yang turut memberikan dukungan moral yang membuat penulis terselesaikan.

5. Para Dosen jurusan Marcomm & Advertising Universitas Mercubuana, terimakasih telah mengajar dan memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercubuana.
6. Para staf TU Fakultas Ilmu Komunikasi, terimakasih atas bantuan mengenai surat surat permohonan dan perizinan.
7. Teman teman Fakultas Ilmu Komunikasi Mercubuana terlebih Yohanes Kus Hartanto, Ade Wahyu Hidayat, Gustommy Khoirin, yang selalu mendukung dan mendorong penulis untuk tetap semangat dalam mengerjakan skripsi serta bantuan selama masa perkuliahan penulis.
8. Bapak Widi Kusuma selaku Marcomm Manager Lippo Mall Kemang, yang bersedia membantu serta mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian selama skripsi berlangsung.
9. Semua Pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu didalam penulisan ini yang banyak membantu saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan baik penulis sendiri. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas semua bimbingan dan dorongan dari semua pihak.

Jakarta, Oktober 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK.....	v

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Identifikasi Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Pemasaran	11
2.2. Pengertian Strategi.....	14
2.3. Segmentasi Pasar	15
2.4. Target Pasar	17

2.5. Positioning	19
2.6. Beberapa Konsep Miskonsepsi tentang CRM	21
2.7. Costumer Relationship Management.....	23
2.8. Strategi Costumer Retention Marketing	25
2.9. Costumer Retention Marketing Bagian Dari Costumer Relationship Management.....	26
2.10. Tujuan Costumer Retention Marketing	29
2.11. Aktifitas Costumer Retention Marketing.....	30
2.12. Teori IDIC.....	35
2.13. Loyalitas Pelanggan.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	43
3.2. Tipe Penelitian	44
3.3 Metode Penelitian.....	46
3.4 Subyek Penelitian.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Data Primer.....	49
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Lippo Mall Kemang.....	55
4.1.2 Visi dan Misi.....	57
4.1.3 Lippo Mall Kemang.....	57
4.1.4 Struktur Organisasi Kemang.....	59
4.1.5 Klient – Klient Lippo Mall Kemang.....	57
4.1.6 Kompetitor Lippo Mall Kemang.....	59
4.1.7 <i>Privilege Card</i> VIP DAN VVIP Lippo Mall Kemang.....	61
4.2. Hasil Penelitian	64
4.2.1 Deskripsi Penemuan.....	64
4.2.2 Komunikasi Pemasaran Lippo Mall Kemang.....	65
4.2.3 Analisa Kompetitor.....	68
4.2.4 Strategi Costumer Retention Marketing dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.....	69
4.2.5 IDIC.....	72
4.2.5.1 <i>Identification</i>	72
4.2.5.2 <i>Differentiation</i>	73
4.2.5.3 <i>Interaction</i>	74
4.2.5.4 <i>Customization</i>	76
4.3 Pembahasan.....	77
4.3.1 Strategi Costumer Retention Marketing.....	78
4.3.2 <i>Identification</i>	79

4.3.3 Differentiation	80
4.3.4 Interaction.....	81
4.3.5 Customization.....	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.	83
5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	85
5.2.1 Saran Akademis.	85
5.2.2 Saran Praktis.	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

