



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi

Bobby Rahman

44311110001

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

Jumlah Halaman : 90 hal

Bibliografi : 32 buku + 2 sumber lain + 1 jurnal

ABSTRAK

Banyaknya pusat perbelanjaan di Jakarta menjadikan persaingan semakin ketat, untuk itu perusahaan dituntut membuat program retensi yang inovatif untuk menjaga para pelanggannya, lippo mall kemang mencoba memberikan pelayanan yang baik dan nyaman guna menjaga para pelanggannya

Pada penelitian ini, penelitian menggunakan teori IDIC (Identification, Differentation, Interaction, Customization) dan strategi Costumer Retention, tujuannya mengetahui proses retensi yang dilakukan oleh lippo mall kemang

Metode penelitian ini bersifat kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dengan melakukan wawancara terhadap subyek penelitian.

Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa dalam meretensi para pelanggan sangat dibutuhkan database dalam mengkomunikasikan program – program yang ada di Lippo Mall Kemang selain itu program – program loyalty card sangat berpengaruh dalam hal menjaga loyalitas karena dengan adanya program loyalty card tentunya pelanggan merasa diistimewakan oleh perusahaan itu sendiri