



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION &

ADVERTISING

AL DIANSYAH (44309120051)

Aktivitas Customer Retention Marketing Bank OCBC NISP dalam Mempertahankan Nasabah Tahun 2014

xii + 78 Halaman + 20 Lampiran, 17 Acuan, 9 Gambar, 1 Grafik, 1 Tabel, 2 Sumber Pencarian Data Internet

ABSTRAK

Bagi organisasi yang berorientasi layanan, layanan prima merupakan prioritas utama dalam upaya menciptakan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan, keunggulan bersaing, pertumbuhan bisnis, dan profitabilitas merupakan poin-poin yang terdapat dalam persaingan di industri perbankan. Atas dasar persaingan yang ketat banyak bermunculan strategi-strategi yang diupayakan untuk mempertahankan atau mendapatkan pelanggan baru dan salah satunya adalah strategi *Customer Retention Marketing*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran customer service bank OCBC NISP dalam pelaksanaan strategi *Customer Retention Marketing* dan di khusukan untuk melihat jalannya strategi *Customer Retention Marketing* di bank OCBC NISP cabang Roxy Mas.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Aktivitas *Customer Retention Marketing* sebagai bahan penelitian dimana aktivitas tersebut menitik beratkan pada peran *one to one marketing* maka peranan individu sangatlah penting dalam pengaplikasian strategi *Customer Retention Marketing*. Strategi *Customer Retention Marketing* disini banyak menggunakan fersi dari Francis Buttle sebagai ahli dalam bidang *Customer Retention Marketing* karena kesesuaian dengan kondisi dilapangan sesuai dengan apa yang dirasakan oleh peneliti.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode studi kasus dengan sifat penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan studi kepustakaan. Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai aktivitas *Customer Retention Marketing* sebagaimana adanya yang didapatkan dari hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas *Customer Retention Marketing* Bank OCBC NISP menggunakan kedua bentuk strategi baik strategi Positif maupun Strategi Negatif, Strategi Positif di aplikasikan dengan cara peningkatan kualitas pelayanan dan pembuatan program Promo sedangkan Strategi Negatif di lakukan dengan cara pemberian sanksi berupa pinalti bagi nasabah.