



**STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING
TELKOM FLEXI DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN
B2C PERIODE MEI 2012 – MEI 2013**

(Studi Kasus Telkom Flexi pada PT. Telkom Indonesia Graha BSD – Tangerang Selatan)

SKRIPSI

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh :

VERIZQA KARINDA

44309010097

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING
TELKOM FLEXI DALAM MEMPERTAHANKAN
PELANGGAN B2C PERIODE MEI 2012 – MEI 2013

Nama : VERIZQA KARINDA

NIM : 44309010097

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING
TELKOM FLEXI DALAM MEMPERTAHANKAN
PELANGGAN B2C PERIODE MEI 2012 – MEI 2013

Nama : VERIZQA KARINDA

NIM : 44309010097

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

1. KETUA SIDANG

(Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom)

(.....)

2. PENGUJI AHLI

(Bertiani Ardha, S.E, M.Si)

(.....)

3. PEMBIMBING SKRIPSI

(A. Judhie Setiawan M.Si)

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING
TELKOM FLEXI DALAM MEMPERTAHANKAN
PELANGGAN B2C PERIODE MEI 2012 – MEI 2013

Nama : VERIZQA KARINDA

NIM : 44309010097

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Agustus 2013

Disetujui dan Diterima oleh,
Pembimbing

(A.Judhie Setiawan,M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul “**Strategi Customer Retention Marketing Telkom Flexi dalam Mempertahankan Pelanggan B2C Periode Mei 2012 – Mei 2013**”.

Pada saat proses pengerjaan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu :

1. Bpk A. Judhie Setiawan M.Si sebagai dosen pembimbing skripsi, atas segala kesabaran dan kebaikan hatinya mengarahkan penulis dalam awal pembuatan skripsi sampai dengan penulis menyelesaikan Skripsi ini.
2. Ibu Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom, selaku Sekertaris Bidang Studi Advertising and Marketing Communication, mengarahkan penulis untuk menyelesaikan hasil revisi skripsi.
3. Ibu Berliani Ardha, SE.M.Si sebagai penguji ahli sidang akhir penulis, yang mengarahkan penulis untuk menyelesaikan hasil revisi skripsi.
4. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Advertising and Marketing Communication.

5. Dosen – dosen Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu dan mengarahkan penulis. Serta staff – staff Universitas Mercubuana membantu penulis dalam banyak hal.
6. Ibu Titin, Selaku Selaku Tim Marketing Support, Officer 2 Wireless Broadband Operation yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam proses wawancara. Penulis mengucapkan banyak terima kasih.
7. Bapak Heru Sriyanto, Selaku Tim Marketing Support Officer 2 Wireless Broadband Operation, yang telah bersedia meluangkan waktunya. Penulis mengucapkan banyak terima kasih.
8. My big family, mama dan papa yang telah sepenuhnya mendoakan, mendukung, dan menghibur penulis pada saat proses pembuatan skripsi ini.
9. The Powerpuff Girls yang setia mengganggu sekaligus memberi inspirasi dan dukungan yang besar kepada penulis.
10. Sahabat – sahabatku yang sama - sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi: Umi, Dinni, Echa, Alexander, Rifqa, Gita, dan Alin, Icha, Syifa, Leni yang selalu mendukung dan menghibur penulis.
11. Teman-teman se-pembimbingan : Inti, Risma, Pewe, Wahyono dan Iqbal, Maju terus pantang tidur !
12. Para pejuang skripsi Advertising & Marcomm 2009 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam

senang maupun sedih. Senantiasa mendukung penulis untuk terus maju dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena penulis juga masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi memperbaiki Skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semuanya.

Jakarta, 31 Juli 2013

Verizqa Karinda



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11

2.1. Komunikasi Pemasaran	11
2.2. Customer Retention Marketing	16
2.2.1. Customer Retention Marketing bagian dari Customer Relationship Management	17
2.2.2. One to One Marketing	22
2.3 <i>Strategi Customer Retention Marketing</i>	24
2.3.1 IDIC (<i>Identification, Differentiation, Interaction,</i> <i>Customization</i>)	28
2.4 Pelanggan	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Sifat dan Tipe Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Subyek Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder	35
3.5 Definisi Konsep	35

3.6 Fokus Penelitian	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.8 Triangulasi	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1 Sejarah PT.Telkom Indonesia	39
4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai PT Telkom Indonesia	40
4.1.3 Telkom Flexi	41
4.2 Hasil penelitian	46
4.2.1 Analisis kompetitor Telkom Flexi	48
4.2.2 Strategi Customer Retention Marketing Telkom Flexi	49
4.2.3 IDIC	51
4.2.3.1 Identification	51
4.2.3.2 Differentiation	55
4.2.3.3 Interaction	58
4.2.3.4 Customization	61

4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Identification	66
4.3.2 Differentiation	68
4.3.3 Interaction	69
4.3.4 Customization	73
4.4 Analisis Evaluasi Program	76
BAB V KESIMPULAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.1 Saran Praktis	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

NO.	Judul	Tabel Halaman
4.1	Tabel Tarif TelkomFlexi Lokal	43
4.2	Tabel Tarif TelkomFlexi Interlokal (SLJJ)	44
4.3	Tabel Tarif TelkomFlexi Interlokal (SLJJ01017)	44
4.4	Tabel Tarif TelkomFlexi Mobile Satelite (Byru)	44
4.5	Tabel Tarif TelkomFlexi panggilan Lain	45
4.6	Tabel Tarif SMS TelkomFlexi Interlokal (SLJJ01017)	45
4.7	Tabel Tarif SMS TelkomFlexi Interlokal (SLJJ01017)	45

UNIVERSITAS
MERCU BUANA