

VERIZQA KARINDA (44309010097)

**Strategi *Customer Retention Marketing* Telkom Flexi dalam mempertahankan pelanggan B2C Periode Mei 2012 – Mei 2013**

**I – V Bab + 80 Halaman + 30 Lampiran, 13 Acuan (2000-2007), 7 Tabel, 7 Sumber Pencarian Data Internet**

### ABSTRAK

Perkembangan bisnis jasa telekomunikasi yang dari tahun ke tahun terus meningkat. Dengan perkembangan dan kemajuan dibidang operator selular dan berkembang pesatnya jumlah pengguna serta didukung pula dengan hadirnya berbagai berbagai pilihan operator selular termasuk CDMA yang mampu dijangkau berbagai lapisan masyarakat hingga bisnis operator selular pun semakin menjamur di Indonesia. Fenomena ini menyebabkan masyarakat sebagai konsumen memiliki berbagai pilihan dan berpotensi terjadinya migrasi pelanggan bagi sebuah perusahaan jasa telekomunikasi. Maka dari itu munculah konsep *Customer Retention Marketing* sebagai upaya mempertahankan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Customer Retention Marketing Telkom Flexi dalam mempertahankan pelanggan B2C Periode Mei 2012 – Mei 2013.

Dalam penelitian ini menggunakan paduan teori dari ilmu komunikasi pemasaran, hubungan Customer Retention Marketing dalam Customer Relationship Management, pemahaman dan Strategi Customer Retention Marketing. Serta menjabarkan teori yang diperkenalkan oleh Don Peppers dan Martha Rogers, IDIC (*Identification, Differentiation, Interaction dan Customization*).

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

Hasil penelitian mengenai Strategi *Retention Marketing* Telkom Flexi dengan melakukan identifikasi pelanggan, differensiasi pelanggan, interaksi pelanggan, *customized* produk dan servis (IDIC) dengan melakukan *loyalty* program serta melakukan upaya untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan pra dan pascabayar.