



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

RADEN ERI SETIAWAN (44308010020)

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. INDOGEOTECH DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN TAHUN 2012”**

(67 Halaman ; 22 Refrensi ; 8 Lampiran)

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari fenomena para perusahaan bersaing untuk mempertahankan loyalitas pelanggan bentuk berupa suatu kepercayaan pelanggan untuk mempertahankan dan kepercayaan suatu produk untuk mempertemukan suatu kebutuhan yang kepuasan yang lebih baik yang dapat diterima oleh pelanggan.

Konsep yang digunakan pada penelitian ini berawal dengan Philip Kotler, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian yang menjelaskan tentang Pengertian Jasa. Selanjutnya dengan Jill Griffin, Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Didalam buku tersebut menjelaskan bahwa pelanggan yang loyal merupakan asset penting bagi para perusahaan, penting bagi kita untuk memahami karakteristiknya untuk rencana jangka panjang.

Sifat dan tipe penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, metode yang digunakan adalah studi kasus, dan tehnik pengumpulan data dengan indepth interview (wawancara mendalam). Pengambilan data dilakukan melalui pedoman wawancara terhadap *Direktur Utama, Sales Marketing* karena orang-orang tersebut yang merancang strategi pemasaran serta bertanggung jawab atas penjualan dan tepat untuk menjelaskan masalah yang dibutuhkan peneliti.

Dari hasil analisa diketahui bahwa dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas pelanggan PT. Indogeotech melakukan tahapan-tahapan antara lain yaitu SWOT Strengths, Weakness, Opportunities, Threats dan menetapkan STP (segmentasi, targeting, positioning) serta mengacu dengan menggunakan alat-alat promosi seperti *Advertising, Direct Marketing, Public relation, dan Personal Selling*.