



**CUSTOMER RETENTION MARKETING
BUSINESS TO BUSINESS
PT. FLORA SAWITA CHEMINDO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS CUSTOMER
PERIODE MARET 2011-MEI 2011**

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 :

DIAH ANGGRAENI Z.A
44306120016

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : CUSTOMER RETENTION MARKETING
BUSINESS TO BUSINESS
PT. FLORA SAWITA CHEMINDO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS CUSTOMER
Periode Maret 2011- Mei 2011

Nama : Diah Anggraeni Z.A

NIM : 44306120016

Fakultas : Ilmu Komunikasi

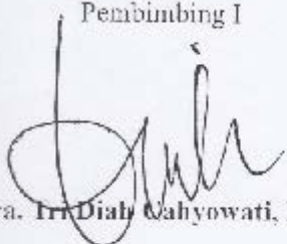
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2011

Mengetahui,

Pembimbing I



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

LEMBAR TANDA TULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : CUSTOMER RETENTION MARKETING
BUSINESS TO BUSINESS
PT. FLORA SAWITA CHEMINDO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS CUSTOMER
PERIODE MARET 2011 - MEI 2011

Nama : Diah Anggraeni Z.A

NIM : 44306120016

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication


UNIVERSITAS

Jakarta, 18 Agustus 2011

MERCU BUANA Mengetahui,

1. Ketua Sidang

(SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si.)



(.....)

2. Penguji Ahli

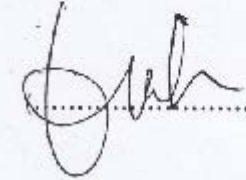
(Agus Judhie Setiawan SE, M.Si.)



(.....)

3. Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : CUSTOMER RETENTION MARKETING
BUSINESS TO BUSINESS
PT. FLORA SAWITA CHEMINDO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS CUSTOMER
PERIODE MARET 2011 - MEI 2011

Nama : Diah Anggraeni Z.A


NIM : 44306120016

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Agustus 2011

UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA
Pembimbing I



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

Dekan Fakultas



(Dra. Diah Wardani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunia-Nya atas segala kehendak-Nya. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan jalan terang kepada umatnya.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata-1 (SI), serta dapat menjadi pengalaman atau bekal bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja nanti. Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis sadar masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis berusaha untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik sehingga dapat berguna bagi penulis dan juga yang lainnya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan Terima Kasih kepada :

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku pembimbing dan Kaprodi Marcomm dan Advertising yang telah memberikan saran serta arahan sehingga penulis bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik, dan terimakasih atas waktu dan kesabaran Ibu.
2. Ibu Niken selaku Ketua Sidang yang telah membimbing jalannya sidang

dan memberi masukan kepada penulis.

3. Bapak Judhie A. Setiawan selaku Penguji Ahli yang sangat banyak memberi masukan kepada penulis.
4. Ibu Kanya Lakshmi Sidarta selaku selaku Commercial Vice President Perusahaan PT. Flora Sawita Chemindo yang telah meluangkan waktu untuk memberikan penjelasan gambaran kerja team commercial.
5. Bapak Rachmat Santosa selaku Manager Department Support Analysis, yang juga memberikan informasi berbagai hal secara umum dan gambaran kerja team commercial pada divisi Commercial.
6. Rekan- rekan team Sales and Commercial PT. Flora Sawita Chemindo Chemindo.
7. Tak lupa saya ucapkan terimakasih untuk mama tercinta yang terus memberikan support dan doa, tetap menjadi mama yang super ya mam, you're my rock stars, Alm. Papa, kangen papa berharap papa bisa tersenyum bangga, this is for you pap.
8. Suami [Necki Rismawanto] sekaligus juga sebagai Mentor dan Pembimbing skripsi bayangan yang tiada lelahnya memberi dukungan moril dan materil, serta semangat yang terus menerus demi kelancaran skripsi, membuat saya sangat terpacu untuk menyelesaikan studi strata 1 and *It's proven that I cant finish my study, coaching mu* hebat dear, terimakasih sayang.
9. Terakhir, teman-teman Marcom Advertising& Broadcasting Angkatan 10,

Sukses buat kalian ya, semangat terus untuk menyelesaikan skripsi, dan terutama buat “sahabat karib” saya, Eko, Berry, Iswan dan Mirwan, keep on guys jangan patah semangat.

Jakarta, 2011

Terima kasih.

Diah Anggraeni ZA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	v
Abstraksi	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Program Retensi Pelanggan (CRM) merupakan Aktifitas Komunikasi Pemasaran	9
2.2. Customer Retention Marketing Bagian dari Customer Relationship Management	9
2.3. Customer Retention Marketing Membentuk	

Loyalitas Pelanggan	14
2.4. Service sebagai Kunci Loyalitas Pelanggan	
Bisnis ke Bisnis	24
2.5. Penciptaan Nilai dalam Service Menuju Loyalitas	
Pelanggan	31

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1. Sifat dan Tipe Penelitian	40
3.2. Metode Penelitian	41
3.3. Subjek Penelitian atau Key Informan	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1. Data Primer	43
3.4.2. Data Skunder	44
3.5. Definisi Konsep	44
3.6. Fokus Penelitian	46
3.7. Analisis Data	47
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data (Triangulasi)	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum PT. Flora Sawita Chemindo	51
4.1.1. Visi Misi dan Struktur Organisasi	52
4.1.2. Produk dan service PT. Flora Sawita Chemindo	55
4.1.3. Sarana dan Fasilitas PT. Flora Sawita Chemindo	56

4.2. Hasil Penelitian	58
4.2.1. Pengenalan Karakter Pelanggan (Berdasarkan LTV).....	58
4.2.2. Service sebagai pendorong pembelian ulang.....	59
4.2.3. Strategi Customer Retention Marketing	60
4.2.4. Proses IDIC	62
4.2.5. Tujuan Implementasi Program Retensi Pelanggan	70
4.2.6. Kendala dari Implementasi program Retensi Pelanggan	71
4.2.7. Budget dalam meretensi Pelanggan	72
4.2.8. Opini Pelanggan	73
4.3. Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	86
5.2.1. Akademis	87
5.2.2. Praktis	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran A, Pedoman Wawancara 3 Nara Sumber

Lampiran B, Salinan Hasil Wawancara 3 Nara Sumber

Lampiran C, Data Transaksi Pelanggan, sebelum dan sesudah masa Retensi

Lampiran D, Surat Melakukan Penelitian

