



**STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING
PT JOHN & SADER DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN B2B
PERIODE MARET 2011 – APRIL 2012**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

ELY YULIANI

4430412 – 037

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION
MARKETING PT JOHN & SADER DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
B2B PERIODE MARET 2011 – APRIL 2012

Nama : Ely Yuliani

NIM : 4430412 – 037

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Agustus 2012

Mengetahui

Pembimbing



(A. Judhie Setiawan, SE., M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ely Yuliani
NIM : 4430412 – 037
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION
MARKETING PT JOHN & SADER DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
B2B PERIODE MARET 2011 – APRIL 2012

Jakarta, Agustus 2012

Disetujui dan diterima oleh
Pembimbing



(A. Juhie Setiawan, M.Si.)

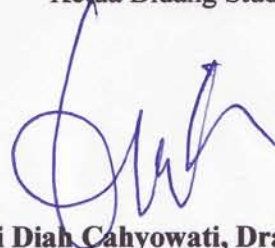
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Diah Wardhani, Dra., M.Si.)

Ketua Bidang Studi



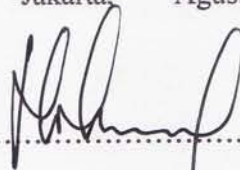
(Tri Diah Cahyowati, Dra., M.Si.)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Ely Yuliani
NIM : 4430412 – 037
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION
MARKETING PT JOHN & SADER DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
B2B PERIODE MARET 2011 – APRIL 2012

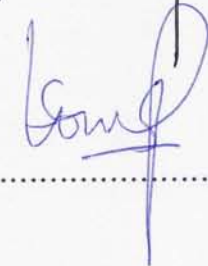
Jakarta, Agustus 2012

1. Ketua Sidang
(Morissan, Drs., MA.)



.....

2. Penguji Ahli
(Yoyoh Hereyah, Dra., M.Si.)



.....

3. Pembimbing
(A. Judhie Setiawan, SE., M.Si.)



.....

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil alamin. Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, ridho dan karunia-Nya yang tiada henti diberikan kepada umat-Nya yang senantiasa berusaha dan berserah diri hanya kepada-Nya.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata-1 (S-1) serta menjadi pengalaman bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja nanti. Penulis sadar masih banyak kekurangan dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis berusaha untuk membuat skripsi ini dengan sebaik-baiknya sehingga dapat berguna bagi penulis dan juga yang lainnya.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan 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. Bapak A. Judhie Setiawan, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan sehingga penulis mampu mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Tri Diah Cahyowati, Dra., M.Si., selaku Kaprodi Advertising and Marketing Communication yang tidak hentinya memberikan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik
3. Ibu Diah Wardhani, Dra. M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

4. Ibu Yoyoh Hereyah, Dra., M.Si., selaku sekretaris jurusan sekaligus dosen penguji ahli.
5. Bapak Morissan, Drs., M.A., selaku Ketua Sidang.
6. Ibu Desi Nurhafizah selaku Marketing Manager PT John & Sader yang telah bersedia meluangkan waktu dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian tentang strategi CRM yang ada di PT John & Sader.
7. Bapak Joni Achmad Sarjono selaku Production Manager PT John & Sader yang telah turut membantu penulis dalam mendapatkan gambaran lebih jelas lagi mengenai objek penelitian ini.
8. Bapak Sanoerista Wibowo, selaku Brand Manager PT Agel Langgeng yang mau menyisihkan waktu untuk melakukan wawancara, tanpa bantuan Bapak penelitian ini tidak akan menemukan hasil yang optimal
9. Untuk Ibunda penulis, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tiada henti darimu Bunda. *I love you Mom.*
10. Almarhum Ayahanda penulis, *miss you so much Dad.*
11. Terima kasih untukmu Ndul, yang selalu setia menemani, membantu dan menyemangatiku agar bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. *Thank you so much my dear.*
12. Untuk kakak-kakak penulis, Kade dan suami, Kahen dan suami, Yuk Nov dan suami, Mas Ujang, Mas Aal, Mas Yayan beserta istri-istri yang solehah, dan juga untuk keponakan-keponakan penulis terutama Mba Cia dan Dek Maya yang menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. *Thank you guys, love you all.*

13. Untuk kepingan masa lalu, mungkin kamu sudah lupa dan tidak ingin tahu lagi, namun skripsi ini adalah sebagai bukti bahwa aku tidak menyerah. Terima kasih untuk semuanya.
14. Untuk Lila, yang selalu menjadi sahabat setia dalam berkeluh kesah dan menjadi sumber penyemangat yang unik. *Come on girl*, cepat selesaikan skripsimu juga.
15. Pak Sam, Mba Lila, Mas Mawi dan semua staff TU FIKOM, terima kasih atas bantuannya yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Dan terakhir untuk Mbak-Mbak dan Mas-Mas staff perpustakaan yang selalu tersenyum ramah setiap kali penulis datang ke perpustakaan untuk mencari referensi dan bahan tambahan penulisan skripsi ini.

Jakarta, 09 Agustus 2012

Terima kasih.

Ely Yuliani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran	8
2.2 Customer Retention Marketing (CRM) Merupakan Bagian Aktivitas Komunikasi Pemasaran	12
2.3 Strategi Customer Retention Marketing (CRM)	14
2.4 Customer Retention Marketing (CRM) dan Konsep <i>One to One</i> <i>Marketing</i>	17
2.4.1 Penjualan Pembuka Pintu Loyalitas	20
2.4.2 Pengenalan Karakter Pelanggan	24
2.4.2.1 Analisis Pelanggan Berdasarkan LTV <i>(Life Time Value)</i>	25
2.4.3 Servis Pendorong Pembelian Ulang	26
2.4.3.1 Program Loyalitas Pelanggan untuk Bisnis ke Bisnis (B2B)	28
2.4.4 Proses CRM : IDIC (<i>Identification, Differentiate,</i> <i>Interact, Customized</i>)	29
2.5 Penciptaan Nilai dalam Service Menuju Loyalitas Pelanggan	34
2.6 Customer Retention Marketing Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	35
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Sifat dan Tipe Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	44

3.3	Key Informan / Narasumber	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1	Data Primer	46
3.4.2	Data Sekunder	46
3.5	Definisi Konsep	47
3.6	Fokus Penelitian	47
3.7	Teknik Analisis Data dan Triangulasi Data	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum PT John & Sader	50
4.1.1	Visi Misi dan Struktur Organisasi	51
4.1.2	Layanan Jasa PT John & Sader	53
4.1.3	Sarana dan Fasilitas PT John & Sader	55
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Pengenalan Karakter Pelanggan (Berdasarkan LTV)	56
4.2.2	Servis Pendorong Pembelian Ulang	57
4.2.3	Strategi CRM	59
4.2.4	Proses IDIC	60
4.2.5	Tujuan Strategi Customer Retention Marketing PT John & Sader	67
4.2.6	Kendala dari Strategi CRM PT John & Sader	68
4.2.7	Opini Pelanggan PT John & Sader	69
4.3	Pembahasan	71
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran – saran	84
 DAFTAR PUSTAKA		viii
LAMPIRAN-LAMPIRAN		xi