



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS KOMUNIKASI
BIDANG STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS**

ELY YULIANI (4430412-037)

**Strategi Customer Retention Marketing PT John & Sader dalam
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan B2B Periode Maret 2011 – April 2012
i – xii + 85 halaman + 24 lampiran, 22 pustaka**

ABSTRAKSI

Semakin banyaknya perusahaan periklanan yang sejenis mengakibatkan tingkat persaingan semakin tajam sehingga setiap perusahaan periklanan wajib menerapkan strategi CRM untuk mempertahankan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dan memenangi persaingan. Salah satu perusahaan yang terbilang baru di industry periklanan dan telah menerapkan strategi CRM adalah PT John & Sader. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi CRM apa yang digunakan oleh PT John & Sader sehingga mampu memenangi persaingan dan mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Batasan konsep penelitian ini adalah Strategi *Customer Retention Marketing*, dan I-D-I-C sebagai proses CRM yang dikemukakan oleh Don Peppers dan Martha Rogers, serta *One to One Marketing* yang terdiri dari tahap penjualan pertama sebagai pembuka pintu loyalitas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan sifat penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai pelaksanaan strategi CRM sebagaimana adanya yang didapatkan di lokasi penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi CRM yang dilakukan oleh perusahaan mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan serta mampu memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Namun masih terdapat kendala dalam penerapan strategi CRM itu sendiri, yaitu belum ada divisi khusus yang menangani masalah CRM dan tingkat persaingan yang semakin tajam mulai mengarah ke arah yang tidak sehat. Namun sejauh ini PT John & Sader mampu mengatasi kendala-kendala tersebut.