



**STRATEGI *CUSTOMER RETENTION MARKETING* PT. CG POWER
SYSTEM INDONESIA UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN BISNIS KE BISNIS 2011**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh

Irni Fitriani

44307110009

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2012



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Customer Retention Marketing PT. CG
Power System Indonesia Untuk Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Bisnis Ke Bisnis 2011

Nama : Irni Fitriani

NIM : 44307110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Agustus 2012

Mengetahui
UNIVERSITAS
Pembimbing
MERCU BUANA

Agus Judhie Setiawan SE., M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Customer Retention Marketing PT. CG
Power System Indonesia Untuk Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Bisnis Ke Bisnis 2011

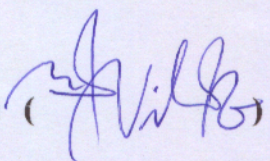
Nama : Irni Fitriani
NIM : 44307110009
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Agustus 2012

1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si ()

2. Penguji Ahli

Nama : SM Niken Restaty S.Sos M.Si ()

3. Pembimbing :

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRISPI

Judul Skripsi : Strategi Customer Retention Marketing PT. CG
Power System Indonesia Untuk Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Bisnis Ke Bisnis 2011

Nama : Irni Fitriani

NIM : 44307110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Agustus 2012

Disetujui dan diterima oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Pembimbing

(A. Judhie Setiawan SE, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Marcom & Adv

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si)

"It is better to sit alone than in company with the bad, and it is better still to sit with the good than alone. It is better to speak to a seeker of knowledge than to remain silent, but silence is better than idle words."

Prophet Muhammad SAW

"Good people do not need laws to tell them to act responsibly, while bad people will find a way around the laws."

Plato (427-347 B.C.)

"There are only two ways to live your life. One is as though nothing is a miracle. The other is as though everything is a miracle."

Albert Einstein (1879-1955)

"Gantungkanlah cita-citamu setinggi langit."

"Seribu orang tua hanya dapat bermimpi, satu orang pemuda dapat mengubah dunia."

Soekarno – Presiden RI Pertama

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim,

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan ijin-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis beri judul **“Strategi Customer Retention Marketing PT. CG Power System Indonesia untuk mempertahankan loyalitas pelanggan bisnis ke bisnis 2011.”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar kesarjanaan (S-1) pada Fakultas Komunikasi jurusan Marketing Communication & Advertising di Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari bahwa materi dalam skripsi ini masih jauh dikatakan sempurna, disebabkan keterbatasan penulis dalam penguasaan materi, namun berkat dorongan dari semua pihak, pada akhirnya Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikannya.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, serta dorongan baik moril maupun materiil. Untuk itu perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bpk. A Judhie Setiawan SE., M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan masukan dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan makalah ini.

2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si selaku Ketua Jurusan Marketing Communication & Advertising di Universitas Mercubuana serta selaku ketua sidang.
3. Ibu SM Niken Restaty S.Sos., M.Si selaku Penguji Ahli
4. Ibu Dra. Diah Wardhani M.Si selaku Dekan Fikom Universitas Mercubuana.
5. Bpk. Ahmad Hadisucipto dari PT. CG Power System Indonesia selaku narasumber dari skripsi yang penulis buat, terima kasih untuk banyak data dan informasi yang telah diberikan kepada penulis untuk penelitian ini.
6. Mr. Graeme Fincher wakil dari Transpower New Zealand.
7. Para dosen jurusan Marketing Communication & Advertising yang telah memberikan banyak pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat terhadap penulis selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercubuana.
8. Seluruh Staff, TU FIKOM Universitas Mercubuana yang telah memberikan bantuannya dengan memberikan kemudahan terhadap keperluan akademis penulis.
9. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa kepada penulis sehingga penulis diberikan kekuatan dan kesehatan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Suami tercinta, Harish Kaprani yang telah memberikan dorongan secara materil dan moril, yang setia menemani selama proses pembuatan skripsi.
11. Serta seluruh keluarga besar Marketing Communication & Advertising angkatan 11.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Karena itu kritik dan saran serta masukan dari semua pihak sangat penulis hargai dan diterima dengan senang hati demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan rahmat-Nya kepada kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Singapore, Agustus 2012

Penulis

Irni Fitriani



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penulisan.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Signifikansi Penelitian.....	8
1.4.1 Signifikansi Akademis.....	8
1.4.2 Signifikansi Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran.....	10
2.2 Konsep Strategi Customer Retention Marketing Bisnis ke Bisnis.....	12
2.3 Pelanggan Bisnis ke Bisnis (B2B).....	16

2.4	Model IDIC.....	19
2.3.1	<i>Identification dan Defferntiation</i>	19
2.3.2	<i>Interaction</i>	21
2.3.3	<i>Customization</i>	22
2.5	Loyalitas Pelanggan.....	24
2.6	Customer Retention Marketing Membentuk Loyalitas Pelanggan.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Sifat & Tipe Penelitian.....	30
3.2	Metode Penelitian	31
3.3	Subjek Penelitian.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1	Data Primer.....	33
3.4.2	Data Sekunder.....	33
3.5	Definisi Konsep.....	33
3.6	Fokus Penelitian.....	34
3.7	Teknik Analisa Data.....	34
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum PT. CG Power System Indonesia.....	37
4.1.1	Sejarah dan Struktur Organisasi.....	37
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.1.3	Produk dan Servis.....	41

4.2	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1	Komunikasi Pemasaran PT. CG Power System Indonesia.....	42
4.2.2	Konsep Customer Retention Marketing B2B PT. CG Power System Indonesia.....	44
4.2.3	Penerapan model IDIC di PT. CG Power System Indonesia.....	46
4.2.4	CRM & Loyalitas Pelanggan PT. CG Power System Indonesia.....	50
4.3	Analisa & Pembahasan.....	54
4.3.1	Komunikasi Pemasaran.....	54
4.3.2	Konsep Customer Retention Marketing.....	56
4.3.3	Model IDIC.....	57
4.3.4	CRM Membentuk Loyalitas Pelanggan.....	60
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	64
5.2.1	Saran Akademis.....	64
5.2.2	Saran Praktis.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pelanggan Tetap PT. CG Power System Indonesia.....	6
Tabel 4.2	Pelaksanaan IDIC di PT. CG Power System Indonesia.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>IDIC Methodology</i>	23
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. CG Power System Indonesia.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan dari PT. CG Power System Indonesia
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara Bpk. Ahmad Hadisucipto dari PT CG Power System Indonesia
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara Mr. Graeme Fincher perwakilan Transpower melalui E-mail
- Lampiran 4 Hasil wawancara dengan Bpk. Ahmad Hadisucipto dari PT CG Power System Indonesia
- Lampiran 5 Hasil wawancara dengan Mr. Graeme Fincher perwakilan Transpower melalui E-mail
- Lampiran 6 Pelanggan-pelanggan PT. CG Power System Indonesia

