



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**Abstraksi**

**Irni Fitriani (44307110009)**

**“Strategi Customer Retention Marketing PT. CG Power System Indonesia untuk mempertahankan loyalitas pelanggan business ke business 2011”**

i-xiii + 66 hal; 2 daftar Tabel; 2 Daftar Gambar; Bibliografi 28 buku (Daftar Pustaka) (1998-2008)

Sebagai satu produsen trafo di Indonesia PT. CG Power System Indonesia telah berdiri selama kurang lebih 12 tahun. Belakangan ini mulai terjadi persaingan yang tajam dalam area industri manufacturing trafo dengan mulai banyak bermunculan produsen trafo pesaing, untuk itu PT. CG Power System Indonesia berusaha menggunakan berbagai cara dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya salah satunya dengan melalui Customer Retention Marketing dengan pendekatan model IDIC. Karena itu penulis merasa tertarik untuk mengetahui “Strategi *Customer Retention Marketing* yang dilaksanakan di PT. CG Power System Indonesia untuk mempertahankan loyalitas pelanggan Bisnis ke Bisnis 2011”

Tinjauan Pustaka dari penelitian ini dimulai dengan komunikasi sebagai salah satu kegiatan pemasaran, kemudian Konsep dari strategi *Customer Retention Marketing* B2B, penjabaran mengenai model IDIC, pola interaksi B2B, Loyalitas pelanggan, CRM membentuk loyalitas pelanggan. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan penulis CRM yang dilakukan PT. CG Power System Indonesia sesuai dengan yang tertulis pada buku *Managing Customer Relationship, A Strategy Framework*, karangan Don Peppers dan Martha Rogers, Penerbit Peppers & Rogers Group 2004.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif deskriptif dengan melalui studi kasus. Sebagai objek penelitian yang diambil adalah PT. CG Power System Indonesia. Data-data yang dijadikan bahan untuk penelitian ini diambil melalui wawancara langsung dan tidak langsung, dilakukan kepada narasumber yang kompeten dilengkapi oleh dokumen perusahaan dan studi kepustakaan.

Dari hasil penelitian PT. CG Power System Indonesia mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menggunakan strategi dalam melakukan Customer Retention Marketing. Strategi CRM yang dilakukan adalah dengan melalui Identifikasi, Diferensifikasi, Interaksi dan Kustomisasi atau yang dikenal dengan model IDIC serta melakukan *Value Delivery System*. Dengan berdasarkan pada model ini PT. CG Power System Indonesia melakukan retensi kepada pelanggan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan bisnis ke bisnisnya.