

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION AND
ADVERTISING**

ABSTRAKSI

VERA VEBRIYAN (44305110044)

” Implementasi Strategi Customer Retention Marketing (CRM) ECTOUR
Hongkong Cabang Jakarta dalam Mempertahankan Pelanggan Periode
Sep – Dec 2009 ”

Memperoleh pelanggan yang setia dan berjangka panjang dapat ditempuh melalui pelaksanaan retensi pelanggan (Customer Retention Marketing). Perusahaan yang berhasil dalam program retensi pelanggan (CRM) adalah perusahaan yang mampu mengantarkan produk dan pelayanan secara individu. Alasan penelitian ini adalah karena banyaknya pesaing dan tidak adanya pembagian tugas yang jelas di ECTOUR.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi program apa yang diterapkan oleh perusahaan perjalanan wisata ECTOUR Hongkong dalam mempertahankan dan mengoptimalkan perolehan pelanggan yang loyal.

Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep pemasaran jasa, Program Retensi Pelanggan (Customer Retention Marketing), dan One To One Marketing yang terdiri dari tahap penjualan pertama sebagai pembuka pintu loyalitas. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dimana teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dengan Marketing Manager ECTOUR Hongkong dan Marketing Staff.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa implementasi program CRM telah dilakukan oleh ECTOUR. Kendala yang dialami adalah tidak adanya divisi khusus yang menangani program CRM. Dan terdapat temuan bahwa harga yang bersaing juga menjadi kendala dalam mempertahankan pelanggan. Namun sejauh ini ECTOUR masih mampu menangani kendala – kendala yang dihadapi.