



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

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)
Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Vera Vebriyan

44305110044

Marketing Communication & Advertising

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA S1
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Vera Vebriyan
NIM : 44305110044
Program Studi : Marketing Communication dan Advertising
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Customer Retention
Marketing (CRM) ECTOUR Hongkong Cabang
Jakarta dalam mempertahankan pelanggan periode
Sep – Dec 2009

Jakarta, 17 Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

(Agus Judhie Setiawan. SE, M.Si)

(Nurprapti Wahyu Widyastuti, S.Sos, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA S1
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Vera Vebriyan
NIM : 44305110044
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Customer Retention
Marketing (CRM) ECTOUR Hongkong Cabang
Jakarta dalam mempertahankan pelanggan periode
Sep – Dec 2009

Jakarta, 17 Juli 2010

1. Ketua Sidang
Drs. Akhmad Mulyana, M. Si
2. Penguji Ahli
Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si
3. Pembimbing I
Agus Judhie Setiawan, SE, M.Si
4. Pembimbing II
Nurprapti Wahyu Widyastuti, S.Sos, M.Si

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA S1
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Vera Vebriyan
NIM : 44305110044
Program Studi : Marketing Communication dan Advertising
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Customer Retention
Marketing (CRM) ECTOUR Hongkong Cabang
Jakarta dalam mempertahankan pelanggan periode
Sep – Dec 2009

Jakarta, 17 Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

(Agus Judhie Setiawan. SE, M.Si)

(Nurprapti Wahyu Widyastuti, S.Sos, M.Si)

Dekan Fakultas

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat – Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Customer Retention Marketing (CRM) ECTOUR Hongkong Cabang Jakarta dalam mempertahankan pelanggan periode Sep – Dec 2009 ”.

Penulisan laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu pemenuhan persyaratan untuk menyusun tugas akhir bagi mahasiswa / i Sarjana S1 yang akan menyelesaikan studinya di bidang Marketing Communication & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kekurangan yang ada, penulis mencoba untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya pihak lain yang membantu. Untuk itu penulis ingin mengampaiakan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bpk. Agus Judhie Setiawan, SE, M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu ditengah – tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Nurprapti Wahyu Widyastuti, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh perhatian kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
3. Mama, Papa dan my young sister yang telah memberikan support dan doa serta Mico yang telah membantu penulis untuk meminjamkan buku referensi dan memberikan support.
4. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si, selaku Ketua Bidang Studi Marketing Communication & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta dan selaku Penguji Ahli.

5. Bapak Drs. Akhmad Mulyana, M. Si, selaku Ketua Sidang Skripsi yang telah memimpin jalannya sidang skripsi dan memberikan masukan pada penulis.
6. Ibu Dra. Diah Wardani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Drs. Hardiyanto, M. Si, selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
8. Mr. Chan Beng Lum, selaku Managing Director ECTOUR Hongkong.
9. Ibu Mika Christina, selaku Marketing Manager ECTOUR Hongkong, Representative Office Jakarta.
10. Ibu Esti selaku Marketing staff ECTOUR Hongkong
11. Seluruh karyawan ECTOUR Hongkong.
12. Hesti yang membantu penulis mewakili untuk mendapatkan tanda tangan Ketua Jurusan dan memberikan informasi. Reno, Ifon, Tini, Desi, Rinto yang menemani penulis dalam pembuatan skripsi bersama di perpustakaan dan saling memberikan masukan dan informasi
13. Teman - teman Universitas Mercu Buana khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Marketing Communication & Advertising angkatan 2005 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan pada penulisan skripsi ini dan semoga segala sesuatu yang telah diterima dan diberikan akan menjadi berkah dan manfaat.

Jakarta, Juli 2010

Penulis

Vera Vebriyan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRPSI.....	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran Jasa Pariwisata	8
2.2 Strategi CRM	16
2.3 Program Retensi Pelanggan (Customer Retention Marketing) dan Konsep <i>One To One Marketing</i>	23
2.3.1 Penjualan Pembuka Pintu Loyalitas	27
2.3.2 Pengenalan Karakter Pelanggan	32
2.3.2.1 Analisa Pelanggan Berdasarkan LTV (<i>lifetime Value</i>)	32
2.3.3. Service Pendorong Pembelian Ulang	35
2.3.4 Proses IDIC (<i>Identify, Differentiate, Interact, Customized</i>)	38
2.4. Program Retensi Pelanggan (<i>Customer Retention Marketing</i>) merupakan Aktivitas Komunikasi Pemasaran	45
2.5 Marketing Berorientasi Pelanggan Terkait Dengan Perubahan Paradigma	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	58
3.2 Metode Penelitian	58
3.3 Subyek Penelitian	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	60
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	61
3.6 Teknik Analisis Data	63
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data (Triangulasi)	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tentang ECTOUR Hongkong	65
4.1.1 Visi dan Misi ECTOUR	67
4.1.2 Produk	67
4.1.3 Data Pelanggan	68
4.2 Hasil Penelitian	69
4.2.1 Pengenalan Karakter Pelanggan (Berdasarkan LTV) ..	69
4.2.2 Service Sebagai Pendorong Pembelian Ulang	70
4.2.3 Strategi CRM	72
4.2.4 Proses IDIC	72
4.2.5 Tujuan Implementasi Program Retensi	
Pelanggan (CRM) ECTOUR Hongkong	78
4.2.6 Kendala dari Implementasi Program Retensi	
Pelanggan ECTOUR Hongkong	79
4.2.7 Budget Dalam Meretensi Pelanggan	
ECTOUR Hongkong	80
4.2.8 Opini Pelanggan ECTOUR Hongkong	81
4.3 Pembahasan	81

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran-Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

2.3.1	Tiga Tingkatan Menjual	30
2.3.2	Tipe Pelanggan	34
2.3.3	Service Level	38
2.5.1	Customer Assesement of Service Quality	48
2.5.2	Dari Intelektual ke Emosional ke Spritual	57