IMPLEMENTASI CUSTOMER RETENTION MARKETING DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH DI PT BANK CENTRAL ASIA, TBK (STUDI KASUS PADA BANL BCA KCP GRAHA PARAMITA-JAKARTA SELATAN)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

Disusun Oleh :
SULISTIYA PERMATASARI
44314120050

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017

https://lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi	: **IMPLEMENTASI CUSTOMER RETENTION MARKETING DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH DI PT BANK CENTRAL ASIA, TBK (STUDI KASUS PADA BANK BCA KCP GRAHA PARAMITA-JAKARTA SELATAN)**
Nama	: Sulistiya Permatasari
NIM	: 4434120050
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2017

Mengetahui,
Pembimbing

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

https://lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA TANGAN LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi	: **IMPLEMENTASI CUSTOMER RETENTION MARKETING DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH DI PT BANK CENTRAL ASIA, TBK (STUDI KASUS PADA BANK BCA KCP GRAHA PARAMITA-JAKARTA SELATAN)**
Nama	: Sulistiya Permatasari
NIM	: 4434120050
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, Maret 2017

Ketua Sidang,
Riswandi, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Dewi S. Tanti, M.Si

(.....)

Pembimbing,
Dr. Farid Hamid, M.Si

(.....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi	: **IMPLEMENTASI CUSTOMER RETENTION MARKETING DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH DI PT BANK CENTRAL ASIA, TBK (STUDI KASUS PADA BANK BCA KCP GRAHA PARAMITA-JAKARTA SELATAN)**
Nama	: Sulistiya Permatasari
NIM	: 4434120050
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, Maret 2017
Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Pembimbing,

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Ketua Bidang Studi
Periklanan dan Komunikasi Pemasaran,

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

(Ponco Budi Sulistyo, M.Comm, Ph.D)

https://lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya penjatkan kehadirat Allah SWT, yang atas rahmat-Nya maka saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"IMPLEMENTASI CUSTOMER RETENTION MARKETING DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PADA PT BANK CENTRAL ASI, TBK (STUDI KASUS PADA BANK BCA KCP GRAHA PARAMITA-JAKARTA SELATAN).**

Dalam penulisan karya tulis ini saya menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan karya tulis ini, khususnya kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan saya kesehatan dan kenikmatan rezeki sehingga saya berkesempatan untuk berkarir di PT Bank Central Asia,Tbk.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Dosen Pembimbing sekaligus sebagai Ketua Program Studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan banyak ilmu dan sabar membimbing saya untuk menulis skripsi dengan baik.
3. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Si selaku Penguji Ahli yang telah memberikan kritik serta saran demi sempurnanya skripsi ini.
4. Bapak Riswandi, M.Si selaku Ketua Sidang yang telah memberi banyak masukan dalam perbaikan skripsi ini.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

5. Dr. Agustina Zubair.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Dr. Ponco Sulistyo, M.Comm.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu kepada peneliti.
8. Ibu Yeni Setiarsih selaku orangtua atas semua doa restu, kasih sayang, dan kesabaran untuk memberikan doa terbaik serta dukungan moral serta finansial selama ini.
9. Ibu Nunuk Dewayani Rusman selaku pimpinan cabang BCA KCP Graha Paramita yang telah melangkan waktu menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Ibu Maria Rosa selaku Kabag CSO dan Bapak Fikri Otto Dwijaya selaku Head Teller Bank BCA KCP Graha Paramita yang telah membantu dan membimbing saya selama melakukan penelitian sekaligus bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
11. Indri Kusumadewi dan Lisa Pratiwi, rekan CSO yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan kerjasama kepada saya selama melakukan penelitian di BCA KCP Graha Paramita.
12. Teman-teman Advertising & Marketing Communication angkatan 2015 sampai 2016 yang telah memberi semangat kepada penulis dan ikut andil dalam pembuatan skripsi ini.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

13. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sadar masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini baik pada teknis penulisan maupun materi, mengingat akan kemampuan yang dimiliki saya. Untuk itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan demi penyempurnaan pembuatan skripsi ini.

Akhir kata saya berharap semoga skripsi ini dapat menjadi bagian manfaat untuk pihak- pihak yang berkepentingan. Tidak lupa penulis ingin meminta maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Jakarta, Maret 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Sulistiya Permatasari

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI ..... **iii**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Fokus Penelitian 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 8

1.4.1. Manfaat Teoritis 8

1.4.2. Manfaat Praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Komunikasi Antar Pribadi sebagai Latar Belakang Lahirnya Customer Retention Marketing (CRM) 15

2.3 Customer Retention Marketing (CRM) sebagai Bagian dari Komunikasi Pemasaran 17

2.4 Customer Retention Marketing (CRM) 20

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

2.4.1. Pengertian Customer Retention Marketing (CRM)..... 22

2.4.2. Tujuan Customer Retention Marketing (CRM)..... 25

2.4.3. Strategi Customer Retention Marketing..... 27

2.4.4. Customer Retention Model I-D-I-C..... 29

2.5. Konsep Implementasi 31

2.6. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan 32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 37

3.1 Paradigma Penelitian..... 37

3.2 Metode Penelitian..... 37

3.3 Subyek Penelitian..... 38

3.4 Teknik Pengumpulan Data 40

3.5 Teknik Analisis Data 41

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 44

4.1 Gambaran Umum PT Bank Central Asia, Tbk..... 44

4.1.1. Sejarah PT Bank Central Asia, Tbk..... 44

4.1.2. Visi dan Misi PT Bank Central Asia, Tbk..... . 46

4.1.3. Prestasi PT Bank Central Asia, Tbk..... 47

4.2 Hasil Penelitian..... 48

4.2.1. Latar Belakang Pelaksanaan Customer Retention Marketing.... 50

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

4.2.2. Customer Retention Model I-D-I-C 53

4.2.2.1. Identity (Identifikasi Nasabah) 53

4.2.2.2. Differentiate (Diferensiasi Nasabah) 54

4.2.2.3. Interact (Interaksi dengan Nasabah) 56

4.2.2.4. Customized (Penyesuaian Produk dan Service) 57

4.2.3 Hambatan dalam Pelaksanaan Customer Retention Marketing .. 59

4.3. Pembahasan 61

4.3.1. I-D-I-C 61

4.3.1.1. Identify 62

4.3.1.2. Differentiate 63

4.3.1.3. Interact 65

4.3.1.4. Customized 67

4.3.2. Kepuasan dan Loyalitas Nasabah 68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 70

5.1. Kesimpulan 70

5.2. Saran 70

5.2.1. Saran Akademis 71

5.2.2. Saran Praktis 71

DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN 74

UNIVERSITAS MERCU BUANA