



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**TEDDY PRASETYO  
44312010025**

**AKTIVITAS CUSTOMER RETENTION MARKETING YANG  
DITERAPKAN ALFA MIDI JOMBANG TANGSEL DALAM  
MEMPERTAHANKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA TAHUN 2016**

**5 Bab + 85 halaman + Tabel + Gambar + Lampiran + Referensi  
(2012 – 2017)**

**ABSTRAK**

Keberadaan pelanggan sangatlah penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri bisnis ke konsumen (B2C) karena penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir. Pelanggan merupakan tujuan akhir sekaligus aset bagi perusahaan. Sebagai salah satu bisnis retail, Alfa Midi Jombang menghadapi persaingan disektor usaha tersebut. Dalam mempertahankan pelanggannya, Alfa Midi Jombang merasa perlu melakukan *Customer retention Marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *Customer Retention* yang diterapkan Alfa Midi Jombang dalam mempertahankan kepuasan pelanggan pada tahun 2016.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi sebagai bagian dari komunikasi pemasaran, *Customer Retention Marketing* yang meliputi proses CRM dan mempertahankan pelanggan. Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep I-D-I-C yang dikemukakan oleh Don Peppers dan Martha Rogers dalam bukunya "*One to One Marketing*".

Dalam penelitian ini yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana tehnik pengumpulan data melalui wawancara berstruktur. Penulis menyajikan gambaran maupun uraian mengenai pelaksanaan Aktivitas *Customer Retention Marketing* sebagaimana adanya yang didapatkan dari lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas pelaksanaan Aktivitas *Customer Retention Marketing* di Alfa Midi Jombang Tangerang selatan. Guna untuk mempertahankan pelanggan. Maka Alfa Midi Jombang Tangsel melaksanakan *Customer Retention Marketing* dalam bentuk sebuah program retensi yang dinamakan Promo JSM. Di dalam Program promo JSM tersebut Alfa Midi melakukan berbagai upaya retensi pelanggan, antara lain mengefektifkan dan meningkatkan berbagai saluran informasi dan komunikasi dengan pelanggan, menjalin interaksi serta meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

**Kata kunci :** *Customer Retention Marketing*, kepuasan pelanggan.