

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Komunikasi & Advertising

Azhar Putri Pangesti

44313120068

Strategi Customer Retention Marketing PT. Plasma Inti Media Dalam

Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Jumlah halaman : xi + 89 halaman + 25 lampiran

Bibliografi : 24 acuan

ABSTRAK

Semakin banyaknya perusahaan periklanan mengakibatkan tingkat persaingan semakin tajam sehingga perusahaan periklanan wajib menerapkan strategi CRM untuk mempertahankan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dan memenangi persaingan. Salah satu perusahaan yang periklanan yang telah menerapkan strategi CRM adalah PT . Plasma Inti Media. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi CRM apa yang digunakan oleh PT Plasma Inti Media sehingga mampu memenangi persaingan dan mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Batasan konsep penelitian ini adalah strategi Customer Retention Marketing dan IDIC sebagai proses CRM yang dikemukakan oleh Don Peppers dan Martha Rogers, serta *One to One Marketing* yang terdiri dari tahap penjualan pertama sebagai pembuka pintu loyalitas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai pelaksanaan strategi CRM sebagaimana adanya yang didapatkan di lokasi penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi CRM yang dilakukan oleh perusahaan mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan serta mampu memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Namun masih terdapat beberapa kendala dalam penerapan strategi CRM itu sendiri, yaitu belum ada divisi khusus yang menangani masalah CRM. Namun sejauh ini PT Plasma Inti Media mampu mengatasi kendala – kendala tersebut.