



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan

Muthia Alfionita
44316120042

Aktivitas program *Customer Retention Marketing Freedom Postpaid Family*
Indosat Ooredoo 2018

Jumlah Halaman : 5 BAB + 107 Halaman + 8 Lampiran

Bibliografi : 15 Acuan, Tahun 2005 – 2017

ABSTRAK

Semakin banyaknya perusahaan jasa telekomunikasi di Indonesia membuat konsumen semakin leluasa dalam memilih produk perusahaan jasa telekomunikasi. Untuk itu perusahaan perlu menerapkan strategi agar mempertahankan pelanggan *customer retention* memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap profit. Apakah aktivitas *retention* di pascabayar Indosat Ooredoo saat ini sudah berjalan efektif dan apakah program Freedom Postpaid family sudah tepat untuk mempertahankan jumlah pelanggan pascabayar.

Customer retention merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku (*behavioural loyalty*) yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivist*. Perspektif *post- positivisme* merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologis, *post-positivisme* bersifat *critical realism*.

Hasil penelitian ini adalah mencari tahu apa yang diinginkan pelanggan seutuhnya khususnya kepada pengguna dan apakah aktivitas *customer retention* khususnya Freedom Postpaid sudah tepat untuk PT. Indosat Ooredoo.

Kata Kunci: *Customer Retention Marketing*, Loyalitas Pelanggan, Freedom Postpaid family, PT INDOSAT OOREDOO



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan

Muthia Alfionita
44316120042

Aktivitas program *Customer Retention Marketing* Freedom Postpaid Family
Indosat Ooredoo 2018
Jumlah Halaman : 5 BAB + 107 Halaman + 8 Lampiran
Bibliografi : 15 Acuan, Tahun 2005 – 2017

ABSTRACT

The increasing number of service companies telecommunication in indonesia make consumers the to in choosing products telecommunication service companies. To companies need to exercise a to maintain customers customer retention having influence very strong against profit.

Customer retention is a form of loyalty that deals with behavior (behavioural loyalty) measured based on the consumer behavior buy demonstrated from the high frequency consumers buying a product.

In this research using post-positivist paradigm. Perspective post- positivism is the flow of which aim to improve weaknesses positivism solely the ability direct observation towards an object the treatment. In an ontological manner, post-positivisme is critical realism.

The result of this research is to figure out what is wanted in his totality in the number of subscribers especially for the user and of course for its customer retention especially the freedom it is already right postpaid for private television station PT .Indosat ooredoo.

Kata Kunci: *Customer Retention Marketing, Loyalitas Pelanggan, Freedom Postpaid family, PT INDOSAT OOREDOO*