

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising  
Dony Aris Sunandar  
44313120017

Strategi Customer Retention Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan PT. Optik Tunggal Sempurna Tahun 2017

Jumlah halaman : x + 71 halaman + 19 lampiran

Bibliografi : 16 acuan, Tahun 2000-2018

### ABSTRAK

Strategi *customer retention* merupakan salah satu bagian dari *customer relationship management* yang berisikan strategi untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Dengan adanya strategi *customer retention*, diharapkan pelanggan tidak beralih ke kompetitor dan tetap loyal kepada perusahaan. Dalam penerapannya, Optik Tunggal sebagai tempat terjadinya penjualan alat bantu penglihatan yang berfokus pada pelayanan menerapkan strategi *customer retention*. Dengan tujuan, untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, membuat pelanggan menjadi loyal, dan agar tidak beralih ke kompetitor.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *customer retention* di Optik Tunggal dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme*. Tipe penelitiannya adalah deskriptif. Dengan metode penelitian deskriptif kualitatif, kemudian melakukan wawancara terhadap narasumber.

Hasil penelitian ini adalah tujuan dari meretensi pelanggan adalah agar pelanggan tidak beralih ke kompetitor, penyampaian *service* dan kesediaan produk yang *customized* merupakan cara terbaik untuk meretensi pelanggan, dan *personal selling* merupakan solusi terhadap *customized* pelayanan di saat sistem belum memiliki program meretensi pelanggan yang mumpuni.

Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwasanya proses differensiasi berdasarkan nilai, berinteraksi sesuai karakteristik pelanggan, dan memberikan *treatment* khusus merupakan cara yang baik dalam meretensi pelanggan. Di samping itu, level implementasi sangat aktif dan kurang dukungan dari divisi *marketing*. Dibutuhkan sinkronisasi dari hulu ke hilir.

Kata kunci : *customer retention, IDIC Model, Loyalitas pelanggan*