



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communications

Yohanis Hendrik Wenyi
44313120085

Strategi *Customer Retention Marketing* dan *Loyalitas Pelanggan*” Studi kasus PT. Batam Bintang Telekomunikasi di Jakarta Tahun 2018

Jumlah Halaman: Cover + 113 halaman

Bibliografi: 38 acuan, Tahun 2007 – 2018

ABSTRAK

Strategi *customer retention* merupakan salah satu bagian dari *customer relationship management* yang bertujuan untuk strategi mempertahankan pelanggan yang ada. Dengan adanya strategi tersebut diharapkan pelanggan tidak beralih ke kompetitor dan tetap loyal kepada perusahaan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi, PT. Batam Bintang Telekomunikasi berfokus pada pelayanan dengan menerapkan strategi *customer retention* untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, membuat pelanggan menjadi loyal, dan tidak beralih ke pesaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi *customer retention marketing* di PT. Batam Bintang Telekomunikasi untuk mempertahankan konsumen OFON di wilayah Jakarta pada Tahun 2018. Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan tipe penelitian deskriptif dan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif, kemudian melakukan wawancara terhadap narasumber.

Hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa PT. Batam Bintang Telekomunikasi sudah teridentifikasi telah melakukan usaha untuk mempertahankan pelanggannya. Hal ini dapat dilihat dari perbaikan layanan dan pelayanan dalam penanganan keluhan pelanggan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT. Batam Bintang Telekomunikasi sudah melakukan penerapan *customer retention marketing* dan berjalan baik.

Kata kunci: *Customer Retention Marketing*, Jasa Telekomunikasi, *Customer Loyalty*, Ofon



Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Program Study Advertising and Marketing Communications

Yohanis Hendrik Wenyi
44313110073

Customer Retention Marketing Strategy and Customer Loyalty of PT. Batam
Bintan Telekomunikasi in Jakarta 2018

Number of Pages: Cover + 113 pages

Bibliography: 38 references, 2007 – 2018

ABSTRACT

Customer retention strategy is one part of customer relationship management that aims to retain existing customers. With this strategy, it is expected that customers will not switch to competitors and remain loyal to the company.

As a company engaged in telecommunications services, PT. Batam Bintan Telekomunikasi focuses on service by implementing a customer retention strategy to maintain good relations with customers, make customers loyal, and not turn to competitors.

The purpose of this study was to determine the implementation of customer retention marketing strategies at PT. Batam Bintan Telekomunikasi to retain OFON customers in the Jakarta area in 2018.

The research method used by researchers in this study is a case study method with descriptive research type and with descriptive qualitative research methods, then conduct interviews with speakers.

The results of the research that have been done have been found that PT. Batam Bintan Telekomunikasi has been indicated to have made an effort to retain its customers. This can be seen from the improvement of services and services in handling customer complaints and meeting the needs and desires of customers.

From this study, it can be concluded that PT. Batam Bintan Telekomunikasi has implemented customer retention marketing and is going well

Keywords: Customer Retention Marketing, Telecommunications Services, Customer Loyalty, Ofon.