



**STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING PT. DARYA VARIA
LABORATORIA TBK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS DOKTER
MELALUI FASILITAS MEDICAL SCIENCE
CENTER (MSC)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication



Disusun Oleh :
Oktary Maulina
44314120012

**BIDANG STUDI ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA		Q
No. Dokumen	15.4.03.01	Distribusi
Tgl. Efektif	1 MEI 2014	All

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Oktary Maulina
 NIM : 44314170012
 Konsentrasi : Warkom & Periklanan

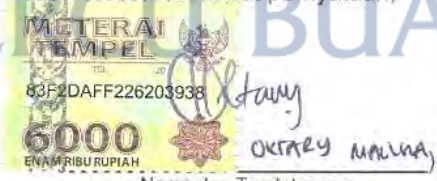
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :
Strategi Customer Retention Marketing PT. Darya Varia Laboratoria Tbk Dalam
 Mempertahankan Loyalitas Dokter melalui Fasilitas Medical Science Center

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 15 Agustus 2014

Yang membuat pernyataan,
MERCUBUANA



Nama dan Tandatangan

Mengetahui

Pembimbing I

[Signature]
 Nama dan Tandatangan

Ketua Program Studi

[Signature]
 Nama dan Tandatangan

Fakultas Ilmu Komunikasi - Universitas Mercu Buana
 Jl. Meruya Selatan Kembangan Jakarta Barat 11650
www.mercubuana.ac.id



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul :STRATEGI CUSTOMER RETENTION
MARKETING PT. DARYA VARIA LABORATORIA
TBK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
DOKTER MELALUI FASILITAS MEDICAL
SCIENCE CENTER (MSC)

Nama : Oktary Maulina
NIM : 44314120012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Komunikasi dan Periklanan*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2018

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CUSTOMER RETENTION
MARKETING PT. DARVA VARIA LABORATORIA
TBK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
DOKTER MELALUI FASILITAS MEDICAL
SCIENCE CENTER (MSC)**

Nama : Oktary Maulina
NIM : 44314120012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Komunikasi & Periklanan*

Jakarta, 18 Agustus 2018

Ketua Sidang,
Dewi Sad Tanti, M.Ikom



(.....)

Penguji Ahli,
Yuni Tresnawati, M.Ikom



(.....)

Pembimbing
Dr. Farid Hamid, M.Si



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CUSTOMER RETENTION
MARKETING PT. DARYA VARIA LABORATORIA
TBK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
DOKTER MELALUI FASILITAS MEDICAL
SCIENCE CENTER (MSC)**

Nama : Oktary Maulina
NIM : 44314120012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Komunikasi & Periklanan*

Jakarta, 18 Agustus 2018
Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

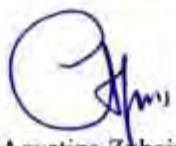
Pembimbing **Ketua Bidang Studi Marcomm**

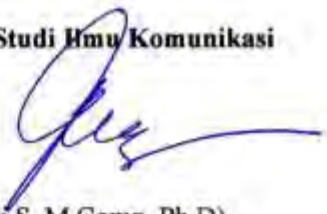

(Dr. Farid Hamid, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)


(Ponco Budi S, M.Comn, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah peneliti mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak kesempatan, rahmat hidayahnya serta anugrah sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Customer Retention Marketing PT. Darya Varia Laboratoria Tbk dalam Mempertahankan Loyalitas Dokter melalui Fasilitas Medical Science Center (MSC)”

Tugas akhir ini dibuat dengan tujuan untuk menambah pengetahuan dalam bidang komunikasi khususnya bagi mahasiswa atau mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi terutama dalam pengetahuan mengenai strategi Customer Retention Marketing yang dilakukan sebuah perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak memberikan kontribusinya dalam membantu dan membimbing penulisan tugas akhir ini yaitu:

1. Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya
2. Kedua orang tua tercinta Bapak H. Sunaryo, S.Pd, M.Si dan Ibu Hj.Sukirah yang tidak henti-hentinya memberikan doa, kasih sayang serta supportnya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
3. Suamiku Romadoni Setya Irawan dan anakku tercinta Arka Narendra Setya yang selalu menjadi motivasi dalam penyelesaian tugas akhir.

4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si sebagai dosen pembimbing yang dengan luar biasa sabarnya membimbing dan memberikan masukan selama penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si serta Bapak Ponco Budi S, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Seluruh dosen dan staff Bidang Studi Digital Advertising dan Marcomm
7. Adikku tersayang, Febrilla Septine Hingis dan juga seluruh keluargaku yang selalu membantu dalam kesulitan-kesulitan pada saat penyelesain tugas akhir.
8. Dosen-dosen di Universitas Mercu Buana yang telah mengajar dan mendidik kami dengan ilmu pengetahuan komunikasi yang berguna bagi tugas akhir ini.
9. PT. Darya Varia Laboratoria Tbk serta tim Medical Affairs yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi serta data untuk membantu penyelesaian tugas akhir.
10. Lika Yulfiani selaku tim operasional area MSC RSPAD yang telah memberikan waktu serta informasinya.
11. Dr. Rizka yang telah memberikan waktu dan kesempatan di sela kesibukannya
12. Sahabat tersayang dan seperjuangan di Univeristas Mercu Buana Amal, Nanda, Dian, Listi, Kiki, Eji, Valen dan Yohan yang selalu memberikan

semangat, selalu sabar dalam mendengarkan keluh kesah selama kuliah dan saat penyusunan tugas akhir.

Demikian kata pengantar ini peneliti sampaikan, tidak lupa harapan peneliti semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih atas semua bimbingan dan dukungan dari semua pihak. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 18 Agustus 2018

Oktary Maulina



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Komunikasi Pemasaran & Periklanan

Oktary Maulina (44314120012)
Strategi Customer Retention Marketing PT. Darya Varia Laboratoria Tbk Dalam Mempertahankan Loyalitas Dokter Melalui Fasilitas Medical Science Center (MSC)

Jumlah halaman :xiv+70 halaman+6 gambar

Bibliografi: 23 acuan (2003-2017)

ABSTRAKS

Adanya perkembangan teknologi komunikasi pada tahun 2018 ini semakin membuat tingkat persaingan dalam industri farmasi berjalan dengan sangat ketat. Antara satu perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain pun saling bersaing melalui berbagai strategi maupun konsep pemasaran. Namun, persaingan yang sebenarnya adalah bagaimana perusahaan saling bersaing untuk mempertahankan pelanggannya. Agar dapat mengembangkan dan menjaga pelayanan yang baik kepada para pelanggan, maka diperlukan suatu strategi pembinaan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang disebut dengan Customer Retention Marketing.

Penelitian ini membahas tentang strategi Customer Retention Marketing PT. Darya Varia Laboratoria, Tbk dalam mempertahankan loyalitas dokter melalui fasilitas Medical Science Center. Teori yang digunakan mengacu pada konsep teori I-D-I-C dan teori Zikmund yang mengemukakan bahwa strategi Customer Retention Marketing meliputi *welcome strategy*, *reliability*, *responsiveness*, *recognition*, *personalisation* dan *access strategy*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode menelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi kasus ini adalah melalui wawancara dengan narasumber yang terkait, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa dalam meretensi pelanggannya yang merupakan para dokter, PT. Darya Varia Laboratoria, Tbk menggunakan strategi Customer Retention Marketing melalui pembangunan Medical Science Center yang diawali oleh persiapan seperti identifikasi pelanggan, diferensiasi pelanggan, interaksi dan penyesuaian produk atau jasa. Kemudian membuat program-program retensi seperti *web seminar*, program *Special Occasion*, lomba karya ilmiah dan WML Mobile Application yang kesemuanya dilakukan di sebuah fasilitas yang bernama Medical Science Center.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah agar PT. Darya Varia Laboratoria Tbk memaksimalkan penggunaan Medical Science Center sebagai strategi *Customer Retention Marketing*.

Kata kunci: Strategi *Customer Retention Marketing*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	13
2.3 <i>Customer Relationship Management</i>	15
2.3.1 <i>Relationship Marketing</i>	17
2.4 <i>Customer Retention Marketing</i>	19
2.4.1 Fungsi <i>Customer Retention Marketing</i>	20
2.4.2 Strategi <i>Customer Retention Marketing</i>	21

2.4.3 <i>Customer Retention Model</i>	23
2.5 Loyalitas Pelanggan	26
2.5.1 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	28
2.6 Loyalitas Dokter sebagai Pelanggan	30
BAB III	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Subjek Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	36
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Perusahaan	38
4.1.2 Struktur Organisasi	40
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	41
4.1.4 Pemasaran PT. Darya Varia Laboratoria Tbk	41
4.1.4 Customer Service Support	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Strategi <i>Customer Retention Marketing</i> PT. Darya Varia Laboratoria Tbk	45
4.2.1.1 Identifikasi Pelanggan	48
4.2.1.2 Diferensiasi Pelanggan	49
4.2.1.3 Interaksi Pelanggan	49
4.2.1.4 Customized	50
4.2.2 Aktivitas Program	51
4.2.3 Hambatan	60
4.3 Pembahasan	61
4.3.1 Loyalitas Pelanggan	66

KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Medical Science Center.....	46
Gambar 2 <i>Web seminar</i> (Webinar)	54
Gambar 3 <i>Special Occasion</i> 17 Agustus.....	56
Gambar 4 Poster <i>Article Writing Competition</i> 2018.....	58
Gambar 5 <i>World Medical Library Mobile Application</i>	59
Gambar 6 Wawancara dengan Medical Manager	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Struktur Organisasi PT. Darya Varia Laboratoria Tbk.....	40
Tabel 2 Program retensi PT. Darya Varia Laboratoria Tbk.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	74
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	78
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	87
Lampiran 4 Surat Penelitian	88
Lampiran 5 Curriculum Vitae	89

