



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING (CRM) PT.DELTA
CIPTA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
TAHUN 2014**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

SYAIFUL ANWAR

44309010093

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syaiful Anwar
Nim : 44309010093
Bidang studi : Marketing Communication & Advertising

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Jakarta, 8 Febuari 2015

Syaiful Anwar



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING (CRM)
PT.DELTA CIPTA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN PELANGGAN DI TAHUN 2014**

Nama : Syaiful Anwar
NIM : 44309010093
Fakultas : ILMU KOMUNIKASI
Bidang Studi : **MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING**

UNIVERSITAS

Jakarta, 8 Febuari 2015

MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Berliani Ardha, SE, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING (CRM)
PT.DELTA CIPTA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN PELANGGAN TAHUN 2014

Nama : Syaiful Anwar

NIM : 44309010093

Fakultas : Ilmu Komunikasi

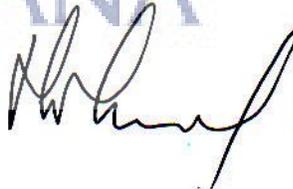
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS

Jakarta, 12 February 2015

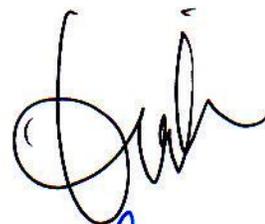
Ketua Sidang,

Morissan, SH, MA

()

Penguji Ahli,

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

()

Pembimbing,

Berliani Ardha, M.Si

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

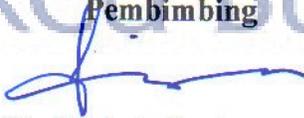
Judul : **Strategi Customer Retention Marketing (CRM) PT.Delta Cipta Mandiri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan tahun 2014**

Nama : SYAIFUL ANWAR
NIM : 44309010093
Fakultas : ILMU KOMUNIKASI
Bidang Studi : MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

Jakarta, 8 Febuari 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing


(Berliani Ardha SE, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication


(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi yang berjudul **“Strategi Customer Retention Marketing (CRM) PT.Delta Cipta Mandiri dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan tahun 2014”**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan guna mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Penulisan skripsi ini merupakan hasil pengamatan, wawancara mendalam dan pengelola data selama penulis melakukan penelitian. Skripsi ini disusun untuk mengetahui Strategi Customer Retention Marketing (CRM) yang di lakukan oleh PT.Delta Cipta Mandiri agar pelanggannya merasakan kepuasan.

Proses penyusunan skripsi ini, mulai dari proses pencarian data sampai pada tahap akhir penulisan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah dengan ikhlas membantu dan memberi dukungan. Dan untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Ibu Berliani Ardha, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan berupa arahan, saran dan kritik kepada penulis.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M,Si selaku ketua bidang studi Marketing Communication and Advertising.
4. Bapak Ir.Nana Sukmana selaku Directur PT.Delta Cipta Mandiri.
5. Bapak yaitu Teten Sutendi SE selaku Marketing Executive PT.Delta Cipta Mandiri.
6. Bapak Saiful Ilmi ST selaku Senior Konsultan PT.Delta Cipta Mandiri.
7. Seluruh staff Universitas Mercu Buana serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Ayah dan Umi penulis tercinta, Bpk H.Nasir Madrai dan Umi Hj.Omi, dimana doa mereka selalu menemani, memberi dukungan, pengorbanan dan telah mendidik sejak kecil hingga dewasa tanpa rasa letih, dan keluh kesah.
9. Kakak penulis, Mita, Andri, Fitri, Rohman, yang selalu mengingatkan dan memotivasi terhadap penulis. Dan keponakan Gilang, Raffi, Djihan, Bilal yang memberikan semangat kepada penulis.
10. Teman-teman Markom angkatan 2009 yang telah memberikan bantuan, kerjasama, kebersamaan, dan kekompakan selama ini.

Penulis menyadari pengerjaan skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga akan terdapat kekurangan dalam penulisan dan pengerjaannya. Penulis berharap semoga skirpsi ini dapat bermanfaat dan menjadikan masukan yang berarti bagi pembaca sebagaimana bermanfaat bagi penulis.

Jakarta, Januari 2015

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2. Tinjauan Tentang Pemasaran Jasa	15
2.2.1. Pelayanan Jasa.....	15
2.2.2. Pemasaran Jasa.....	16
2.2.3. Karakteristik dan strategi Pemasaran Jasa	17
2.3. Pemasaran Konvensional	18
2.4. Customer Relationship Management	20
2.5. Customer Retention Marketing	21
2.5.1. Strategi Customer Retention Marketing	23

2.5.2. Program CRM merupakan aktivitas Komunikasi Pemasaran.....	25
2.5.3. Identification, Differentiation, Interaction, Customization.....	25
2.6. Kepuasan Pelanggan	27
2.6.1. Pelanggan Bisnis to Bisnis	29
2.7. Customer Lifetime Value	30
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
Tipe Penelitian	33
Metode Penelitian	33
Subyek Penelitian.....	34
Teknik Pengumpulan Data.....	37
Teknik Analisis Data.....	39
Teknik Keabsahan Data	39
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.1.1. PT.DELTA CIPTA MANDIRI.....	42
4.1.2. VISI & MISI	44
4.1.3. Produk PT.Delta Cipta Mandiri	45
4.1.4. Klient-klient PT.Delta Cipta Mandiri	46
4.1.5. Kekuatan dan Kelemahan	48
4.2. Hasil Penelitian	49
4.2.1. Analisis Komptitor PT.Delta Cipta Mandiri	50

4.2.2. Strategi Customer Retention Marketing	51
4.2.3. Pelaksanaan CRM di PT.Delta Cipta Mandiri	54
4.2.4. IDIC	55
4.2.5. Kepuasan Pelanggan	64
4.3. Pembahasan	
4.3.1. Analisis Kompotitor PT.Delta Cipta Mandiri	67
4.3.2. Strategi Customer Retention Marketing	67
4.3.3. Pelaksanaan CRM di PT.Delta Cipta Mandiri	69
4.3.4. IDIC	70
4.3.5. Kepuasan Pelanggan	73
BAB V	75
KESIMPULAN & SARAN	
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran.....	77
5.2.1. Saran Akademis	77
5.2.2. Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA	
REFRENSI LAINNYA	
PEDOMAN WAWANCARA	
PEDOMAN WAWANCARA KLIENT	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
SURAT PENGANTAR	
CURICULUM VITAE	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Komunikasi Pemasaran	11
Gambar 2 Logo PT.Delta Cipta Mandiri.....	42

