FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

Nama : Ades Firmansyah

NIM : 44310110017

Judul : STRATEGI BANK MEGA CABANG JAKARTA TENDEAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PRIORITY TAHUN 2014

Bibliografi : 5 Bab + 72 Halaman + 1 Lampiran + 1 Tabel + 3 Gambar

17 Buku, 3 referensi internet.

ABSTRAKSI

Bank Mega merupakan salah satu perusahaan perbankan terbesar di Indonesia yang mempunyai strategi dan komitmen yang tinggi terhadap kepuasan dan loyalitas nasabahnya. Ketika tersandung kasus penggelapan dana deposito Elnusa yang merupakan salah satu nasabahnya, ini menjadi pukulan besar bagi Bank Mega, kepercayaan dan loyalitas nasabahnya pun di pertaruhkan. Pukulan ini selanjutnya menjadi cambuk bagi Bank Mega untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya kembali melalui strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dimiliki oleh Bank Mega, terutama nasabah prioritynya.

CRM yang digunakan berbasis komunikasi yaitu one to one marketing yang memiliki kerangka kerja di dalamnya yang dikenal dengan sebutan IDIC *(Identification, Differentiation, Interaction, Customization).* Yang di tekankan dalam penelitian ini adalah penggunaan tools kerangka kerja tersebut. Strategi yang digunakan terdiri dari *Customer Satisfaction dan Delivering Product & Service Quality.*

Metode penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif jenis penelitian deskriptif, dengan melakukan studi pustaka, observasi dan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber dari Bank Mega dan nasabahnya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan , Bank Mega menggunakan tools di dalam strategi CRM untuk mencapai tujuan CRM, serta bagaimana strategi tersebut dilakukan. Tools tersebut dikemas dalam kerangka konsep kerja IDIC.

Kesimpulan yang didapat di akhir penelitian bahwa dalam melakukan strategi CRM yang dilakukan oleh Bank Mega cabang Jakarta Tendean telah sesuai kaidah secara konseptual yang didasarkan pada kerangka kerja yang terdiri dari *Indentification, Deffrentiation, Intraction, Cutomization* serta mempunyai strategi yang mengacu pada *Customer Satisfaction dan juga Delivering Product & Service Quality.*