



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FALKUTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

Muhammad Riduwan (44313110030)

Strategi Customer Retention Marketing PT. Cipta Karya Megah Dalam Produk Moments To Go Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Tahun 2013

I – V Bab + 74 Halaman +18 Lampiran, Acuan (2000-2013), 4 Sumber Pencarian Data Internet

ABSTRAK

Perkembangan bisnis jasa Photobooth yang dari tahun ke tahun terus meningkat peminatnya. Dengan perkembangan dan kemajuan dibidang tehknologi dan berkembang pesatnya pengguna serta didukung pula denganhadirnya berbagai pilihan produk photography termasuk photobooth yang mampu dijangkau berbagai lapisan masyarakat hingga bisnis photobooth pun semakin menjamur di Indonesia. Fenomena ini menyebabkan masyarakat sebagai konsumen memiliki berbagai pilihan dan berpotensi terjadinya migrasi pelanggan bagi sebuah perusahaan jasa photobooth. Maka dari itulah muncul konsep *Customer Retention Marketing* sebagai upaya mempertahankan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Customer Retention Marketing Dalam Produk Moments To Go Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Tahun 2013.

Dalam penelitian ini menggunakan panduan teori dari ilmu komunikasi pemasaran, hubungan Customer Retention Marketing dalam Customer Relationship Management, Pemahaman dan Strategi Customer Retention Marketing. Serta menjabarkan teorinyang diperkenalkan oleh Don Peppers dan Martha Rogers, IDIC (*Identification, Differention, Intraction, dan Customization*).

Metode Penelitian yang digunakan peneliti adalah metode studi kasus dengan sifat penelitian Post-Positivisme dan pendekatan kualitatif, dan tehnik pengumpulan data dengan wawancara dan studi kepustakaan . Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai *Strategi Retention Marketing* sebagai adanya yang didapatkan dari hasil penelitian.

Hasil Penelitian mengenai Strategi *Customer Retention Marketing* Moments To Go dengan melakukan identifikasi pelanggan, differisiasi pelanggan, intraksi pelanggan, *customized* produk dan service (IDIC) dengan melakukan Loyaty program serta melakukan upaya untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan pribadi dan pelanggan *Corporate*