



**PENGARUH PROGRAM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT ZAP (ZAP CLINIC)  
MENTENG**



**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun Oleh:  
**Karina Ratna Dhamayanti**  
NIM 44315120061

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas ridho dan lindungan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pengaruh Program *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT ZAP (ZAP Clinic) Menteng”.

Tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan pemahaman agar menjadi sumbangan pemikiran dan pengembangan studi Periklanan dan Marketing Komunikasi Pemasaran melalui strategi komunikasi pemasaran yang dapat dipergunakan untuk kemajuan ilmu pengetahuan komunikasi.

Penulis menyadari bahwa adanya beberapa pihak yang terlibat dalam proses pembuatan tugas akhir ini. Penulis mendapat bantuan, dorongan, dan dukungan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mochamad Taufiq Hidayat M.Ikom selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu dan energi bagi penulis untuk berkonsultasi kapanpun dan tidak lelah mengingatkan penulis untuk terus melanjutkan tugas akhir hingga selesai.
2. Kepada mereka, cinta yang membangun asa dan doa yang memberi makna; Ibu Saya, Ibu Sri Utami, seluruh Sahabat saya yang menunggu saya digaris akhir tanpa pernah mencela.
3. Yama Ade Pradana, yang telah berkontribusi cukup besar memberikan perangkat *Laptop* untuk dapat membuat tugas akhir ini serta membuat saya mengerti apa itu arti mencintai diri sendiri.
4. Ibu Eka Perwitasari M.Ed selaku ketua bidang studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran.
5. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, doing all this hard work, spend a lot of money, having no days off, never quitting and for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Jakarta, 16 Oktober 2021

Karina Ratna Dhamayanti



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Pengaruh Program *Customer Relationship Management*  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT ZAP (ZAP Clinic)  
Menteng

Nama : Karina Ratna Dhamayanti

NIM : 44315120061

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 16 Oktober 2021

Mengetahui,

**Pembimbing**

  
(M. Taufiq Hidayat, M.IKom)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

### **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Program *Customer Relationship Management*  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT ZAP (ZAP Clinic)  
Menteng

Nama : Karina Ratna Dhamayanti

NIM : 44315120061

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 16 Oktober 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing


Ketua Bidang Studi Advertising  
& Marketing Communication

  
(M. Taufiq Hidayat, M.IKom)

  
(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Program *Customer Relationship Management*  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT ZAP (ZAP Clinic)  
Menteng  
Nama : Karina Ratna Dhamayanti  
NIM : 44315120061  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 16 Oktober 2021

Ketua Sidang,

**Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si**

(  )

Penguji Ahli,

**RA Loretta K, M.IKom**

(  )

Pembimbing,

**M. Taufiq Hidayat, M.IKom**

(  )

## SURAT PERNYATAAN MAHASISWA

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Karina Ratna Dhamayanti

NIM : 44315120061

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**Pengaruh Program *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas  
Pelanggan Pada PT ZAP (ZAP Clinic) Menteng**

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 plagiarisme, 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, 16 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



Karina Ratna Dhamayanti

Mengetahui

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Advertising  
& Marketing Communication



(M. Taufiq Hidayat, M.Ikom)



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis .....	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	17
2.2.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	18
2.2.3 Loyalitas Pelanggan .....	30
2.2.4 <i>Customer Lifetime Value</i> Atau CLV .....	34
2.3 Kerangka Berpikir .....	36
2.4 Hipotesis Teori .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	40

3.4	Definisi Konsep .....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.6	Teknik Analisa Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.1.1	Sejarah Bisnis PT ZAP.....	55
4.1.2	Pertumbuhan Konsumen PT. ZAP .....	58
4.1.3	Program Customer Relationship PT. ZAP .....	60
4.2	Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Hasil Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas.....	63
4.2.2	Karakteristik Responden .....	66
4.2.3	Gambaran <i>Customer Relationship Management</i> di kalangan Responden .....	70
4.2.4	Analisis Data .....	79
4.3	Pembahasan .....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>97</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase Usia Wanita Indonesia Menggunakan <i>Skin Care</i> Pertama Kali.....	7
Tabel 1.2	Lokasi Pilihan Wanita Indonesia Membeli Produk Kecantikan .....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep .....	44
Tabel 4.1	Hasil Validitas dan Reliabel Variabel <i>Continuity Marketing</i> .....	64
Tabel 4.2	Hasil Validitas dan Reliabel Variabel <i>One to One Marketing</i> .....	64
Tabel 4.3	Hasil Validitas dan Reliabel Variabel <i>Partnering Program</i> .....	65
Tabel 4.4	Hasil Validitas dan Reliabel Variabel Loyalitas Pelanggan.....	66
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.6	Jumlah Umur Responden .....	67
Tabel 4.7	Tingkat Pendapatan Responden .....	67
Tabel 4.8	Tingkat Pengeluaran Responden .....	68
Tabel 4.9	Tingkat Pengeluaran Kecantikan Responden.....	68
Tabel 4.10	Media Masa yang Sering Digunakan .....	69
Tabel 4.11	Infomasi tentang ZAP Clinic .....	70
Tabel 4.12	Data Variabel <i>Continuity Marketing</i> .....	71
Tabel 4.13	Gambaran Rinci Jawaban Responden Tentang <i>Continuity Marketing</i> .....	71
Tabel 4.14	Data Variabel <i>One to One Marketing</i> .....	73
Tabel 4.15	Gambaran Rinci Jawaban Responden Tentang <i>One to One Marketing</i> .....	74
Tabel 4.16	Data Variabel <i>Partnering Program</i> .....	75
Tabel 4.17	Gambaran Rinci Jawaban Responden Tentang <i>Partnering Program</i> .....	76
Tabel 4.18	Data Variabel Loyalitas Pelanggan .....	77
Tabel 4.19	Gambaran Rinci Jawaban Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan .....	78
Tabel 4.20	Analisis Korelasi .....	80
Tabel 4.21	Hasil Pengolahan Regresi Berganda .....	81

Tabel 4.22 Hasil Nilai Uji-F.....	85
Tabel 4.23 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	36
--------------------------------	----

