



**STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING PT. G4S  
SECURITY SERVICES DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1)  
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun oleh :

FERA TIAKOLY  
44308120072

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING  
PT. G4S SECURITY SERVICES DALAM MEMPERTAHANKAN  
PELANGGAN

Nama : Fera Tiakoly

Nim : 44308120072

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication

UNIVERSITAS  
Jakarta, 9 Maret 2015  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,  
Hembiming

(SM Niken Restaty, S.Sos.M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING  
PT. G4S SECURITY SERVICES DALAM MEMPERTAHANKAN  
PELANGGAN

Nama : Fera Tiakoly

Nim : 44308120072

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication

Jakarta, 9 Maret 2015

Ketua Sidang  
Ira Purwitasari S.Sos, M.IKom

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Pengaji Ahli  
Berliani Ardha, M.Si

(.....)

(.....)

Pembimbing I  
SM Niken Restaty, S.Sos.M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING  
PT. G4S SECURITY SERVICES DALAM MEMPERTAHANKAN  
PELANGGAN**

Nama : Fera Tiakoly

Nim : 44308120072

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication

Jakarta, 9 Maret 2015

Disetujui dan diterima oleh,  
Pembimbing  
**MERCU BUANA**  


(SM Niken Restaty, S.Sos.M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Marketing Communication

  
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkah, rahmat serta lindungan dari Allah SWT sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan riset ini sebagai salah satu persyaratan yang harus penulis laksanakan untuk mengajukan skripsi guna memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa laporan riset ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna, namun demikian inilah hasil maksimal yang dapat penulis laksanakan sesuai dengan persyaratan yang ada sehingga dapat mengajukan skripsi.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. SM Niken Restaty, S.Sos.M.Si selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan dalam penyusunan laporan penelitian ini.
2. Management dan pimpinan PT. G4S Security Services yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian ini.
3. Management PT. Federal Karytama, PT. Yasulor Indonesia, PT. Saint Gobain yang telah ikut menjadi narasumber dalam penelitian ini sehingga mendapatkan data – data yang diperlukan.
4. Ira Purwitasari, S.Sos. M.Ikom selaku ketua sidang dan Berliani Ardha, M.Si selaku penguji ahli yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian skripsi.
5. Orang tua, terutama papa yang selalu menyemangati setiap saat.
6. Anak – anakku tercinta yang sangat ibu sayangi, yang sering ibu tinggalkan setiap weekend demi menyelesaikan laporan ini.
7. Semua teman – teman : PR-Markom special untuk Robby, Dwi, Toni, Ponco dan teman – teman lainnya yang selalu turut memberi dukungan dan semangat.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah ikut membantu sehingga laporan ini dapat selesai.

Penulis menyadari bahwa laporan riset ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik membangun untuk perbaikan laporan riset ini, dengan senang hati akan penulis terima. Semoga laporan riset ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Maret 2015

Penulis



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.2 Pemasaran Jasa .....	15
2.3 Customer Retention Marketing .....	23
2.3.1 Strategi Customer Retention Marketing .....	24
2.3.2 Identification-Differentiation-Interaction-Customization .....	27
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35
3.1 Paradigma Penelitian .....	35
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.3 Subjek Penelitian .....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5 Teknik Analisa Data .....	42
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAM .....	47
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	47
4.1.1 Sekilas Mengenai PT. G4S Security Services .....	47
4.1.2 Visi dan Value PT. G4S Security Services .....	47
4.1.3 Jaringan G4S di Indonesia .....	49
4.1.4 Ruang Lingkup Usaha .....	50
4.1.5 Struktur Organisasi .....	52
4.2 Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Deskripsi Penemuan .....	54
4.2.2 Hasil Analisa Data .....	55
4.2.3 IDIC .....	55
4.3 Pembahasan .....	63
4.3.1 Pelanggan Loyal Berdasarkan RFS .....	64
4.3.2. Strategi CRM PT. G4S Security Services .....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	73
5.1 Kesimpulan .....	73

5.2 Saran .....	74
5.2.1 Saran Akademis .....	74
5.2.2 Saran Praktis .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>
Lampiran 1 - Alamat kantor Cabang G4S .....	79
Lampiran 2 - Pedoman Wawancara .....	81
Lampiran 3 – Transkrip Wawancara dengan Roy Rochadi .....	83
Lampiran 4 – Transkrip Wawancara dengan Arif Fadillah .....	86
Lampiran 5 – Transkrip Wawancara dengan Denny Yusak Pangau .....	89
Lampiran 6 – Quisioner .....	91
Lampiran 7 – Jawaban Quisioner dari Ari Sutanto .....	93
Lampiran 8 – Jawaban Quisioner dari Erwin Purnama .....	95
Lampiran 9 - Jawaban Quisioner dari Muhamad Yarsan .....	97
Lampiran 10 - Key Performance Indicator (KPI) Security .....	99
Lampiran 11 - Key Performance Indicator (KPI) Management .....	102
Lampiran 12 - Standard Operational Prochedure (SOP) .....	103

