



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Tyas Puji Rahayu
44314120031

“Analisis Praktik *Customer Retention Marketing* Studi Kasus Blue Bird Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pasca Maraknya Jasa Aplikasi Transportasi Online Tahun 2016”

Jumlah halaman: x + 70 halaman + 24 lampiran

Bibliografi: 32 acuan, Tahun 2001-2014

ABSTRAK

Tingginya mobilitas masyarakat dan minimnya kualitas dan kuantitas armada layanan transportasi publik di Indonesia mendorong munculnya inovasi baru dalam dinamika sistem transportasi di dalam negeri. Berangkat dari prinsip kebebasan dalam bergerak (*freedom of mobility*), transportasi daring diciptakan untuk menjawab tantangan sistem transportasi yang efektif untuk membantu masyarakat dalam mobilisasi. Terutama di kota-kota besar dimana tingkat mobilitas masyarakat cukup bahkan sangat tinggi.

Customer retention merupakan tujuan strategi untuk pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Konsep Francis Buttle serta Berry dan Parasuraman tentang praktik *customer retention marketing* yang digunakan yaitu: Memenuhi dan melampaui harapan, Mencari cara untuk menambah nilai, Pengikatan, Membangun komitmen, dan Menambah manfaat keuangan.

Pada penelitian ini paradigma yang di gunakan adalah *post positivisme*. Paradigma *post positivisme* melalui pendekatan kualitatif lahir dari akar filsafat aliran fenomenologi hingga terbentuk paradigma *post positivisme*. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif.

Praktik *customer retention* Blue Bird selain bertujuan mempertahankan pelanggan yang ada Blue Bird juga merawat pelanggannya dengan memenuhi harapan pelanggan, menemukan cara untuk menciptakan nilai tambah dan membina sebuah komitmen melalui program-program serta pelayanan antara Blue Bird dengan pelanggannya dengan mempermudah cara pemesanan, cara pembayaran, dan promo-promo yang dilakukan oleh Blue Bird.

Kata Kunci: Customer Retention Marketing, Blue Bird, Loyalitas Pelanggan