



**STRATEGI *CUSTOMER RETENTION MARKETING* PT.TOKOPEDIA  
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi kasus *Customer Retention Marketing* PT.Tokopedia)

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

**APRILYA PUTRI SUTANTY**

44311010013

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2015**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**ADVERTISING & MARKETING**  
**COMMUNICATION**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : STRATEGI *CUSTOMER RETENTION*  
*MARKETING* PT.TOKOPEDIA DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Nama : Aprilya Putri Sutanty

Nim : 44311010013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 25 Juli 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Ira Purwitasari, M.Ikom)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**ADVERTISING & MARKETING**  
**COMMUNICATION**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : STRATEGI *CUSTOMER RETENTION*  
*MARKETING* PT.TOKOPEDIA DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Nama : Aprilya Putri Sutanty



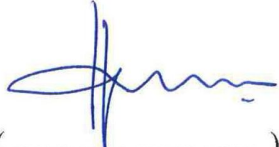
Nim : 44311010013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 25 Juli 2015

Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
(Rahmadya Putra, M.Si)   
( ..... )
2. Penguji Ahli  
(Berliani Ardha, M.Si)   
( ..... )
3. Pembimbing  
(Ira Purwitasari, M.Ikom)   
( ..... )



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**ADVERTISING & MARKETING**  
**COMMUNICATION**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : STRATEGI *CUSTOMER RETENTION*  
*MARKETING* PT.TOKOPEDIA DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN  
Nama : Aprilya Putri Sutanty  
Nim : 44311010013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 25 Juli 2015

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Ira Purwitasari, M.Ikom)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

( Dr. Agustina Zubair, M.Si )

Ketua Bidang Studi

( Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si )

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala karunia rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat selesai.

Dengan penuh perjuangan serta doa yang tiada henti, akhirnya skripsi yang berjudul "Strategi Customer Retention Marketing PT. Tokopedia dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan" telah dapat terselesaikan dengan baik, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 ( S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication.

Selama menjalani proses penelitian, tentunya penulis tidak terlepas dari kendala atau hambatan. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya atas bantuan, dukungan baik moril, materil, maupun spiritual yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Banyak pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, baik itu melalui kata-kata ataupun dorongan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Ira Purwitasari, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, masukan, bimbingan serta bantuan yang luar biasa untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih bu, ibu tidak akan terlupakan.
2. Bapak Rahmadya Putra, M.Si selaku ketua sidang yang telah meluangkan waktunya demi kelancaran jalannya sidang skripsi saya.
3. Ibu Berliani Ardha, M.Si selaku penguji ahli yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian skripsi.
4. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Advertising and Marketing Communication.
5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Ibu Pramesti Tyas Wibawanti, M.Psi selaku HRD PT.Tokopedia yang telah memberikan surat izin penelitian untuk melakukan penelitian Strategi *Customer Retention Marketing*.
7. Bapak Ranu selaku *Business Merchant Development* PT.Tokopedia yang telah memberikan waktunya dan informasi kepada peniliti.
8. Ibu Zahra ilmiyati selaku *Costumer Relation Specialist* PT.Tokopedia yang telah memberikan waktunya dan informasi kepada peniliti.
9. Bapak Eben sebagai wakil pelanggan (*Seller*) yang memiliki usaha *online* di PT.Tokopedia.

10. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah membantu peneliti dalam pembuatan surat-surat dan kegiatan administrasi lainnya.
11. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana khususnya Program Studi Advertising and Marketing Communication, terimakasih atas ilmu yang Bapak/ Ibu berikan kepada peneliti mulai dari semester pertama hingga semester akhir.
12. Kepada orang tua yaitu Papa dan Mama, adikku Aji dan sodara, terima kasih sudah senantiasa mendampingi, memberi dukungan moral, nasihat, do'a dan semangat agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
13. Teman-teman satu bimbingan yaitu Iren, Indri, Yunia, Rendy, Puji, Sandi, Ustad yang telah memberikan dukungan, semangat, dan menjadi tempat untuk saling bertukar pikiran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
14. Para sahabat : Rifky, Yulia, Tari, Juleha, Arofah, Dela, Putri, Intan dan teman-teman seperjuangan skripsi yaitu iren, rika, hilda, ani, syanthi, behel, indri, tante nur (Rempong Club) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman-teman *Advertising and Marketing Communication* seperjuangan angkatan 2011 di Univeristas Mercu Buana yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengucapkan semoga Tuhan memberikan rahmat-Nya atas segala amal kebajikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya dikemudian hari.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 25 Juli 2015

Penulis,

Aprilya Putri Sutanty

## DAFTAR ISI

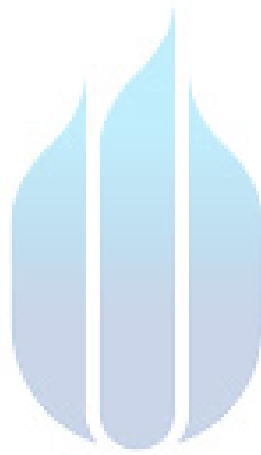
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Identifikasi Masalah .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.5.1 Manfaat teoritis/ akademis .....	11
1.5.2 Manfaat Praktisi .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.2 Filosofi <i>Customer Retention</i> .....	13
2.3 Beberapa Miskosepsi tentang <i>CRM</i> .....	17
2.4 Definisi <i>Customer Retention</i> .....	19
2.4.1 <i>Stategi Customer Retention Marketing</i> .....	20
2.4.2 <i>Strategi Customer Retention Marketing</i> Merupakan Bagian	

dari Program <i>Relationship Marketing</i> .....	20
2.4.3 Proses <i>Customer Retention Marketing</i> .....	23
2.5 Manfaat Retensi Pelanggan .....	25
2.6 Bentuk Perlakuan Pelanggan Istimewa .....	27
2.7 IDIC .....	27
2.8 Loyalitas Pelanggan .....	29
2.9.1 Tipe-tipe Pelanggan Menurut Tangga Loyalitas .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Paradigma .....	36
3.2 Tipe Penelitian .....	36
3.3 Metode Penelitian .....	37
3.4 Subjek Penelitian .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5.1 Data Primer .....	39
3.5.2 Data Sekunder .....	40
3.6 Teknik Analisis Data .....	40
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	42
4.1.1. Sejarah PT.Tokopedia .....	42
4.1.2 Visi, Misi dan Nilai PT.Tokopedia .....	43
4.1.3 Tokopedia .....	44
4.1.4 Struktur Organisasi PT.Tokopedia .....	46



4.1.5 Jaringan PT.Tokopedia di Indonesia .....	46
4.1.6 Clien-Clien Tokopedia .....	47
4.1.7 Fitur-Fitur di Tokopedia .....	47
4.1.8 Produk dan Servis .....	49
4.1.9 Kompetitor Tokopedia .....	53
4.2 Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Deskripsi Penemuan .....	54
4.2.2 Komunikasi Pemasaran PT. Tokopedia .....	56
4.2.3 Analisis Kompetitor .....	59
4.2.4 Strategi Customer Retention Marketing dalam mempertahankan loyalitas pelanggan .....	60
4.2.5 IDIC .....	63
4.2.5.1 Identification .....	63
4.2.5.2 Differentiation .....	64
4.2.5.3 Interaction .....	65
4.2.5.4 Customization .....	68
4.3 Pembahasan .....	69
4.3.1 Komunikasi Pemasaran .....	69
4.3.2 Analisis Kompetitor .....	69
4.3. 3 Startegi Customer Retention Marketing dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan .....	69
4.3.4 IDIC .....	71
<b>BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	78

5.2.1	Saran Akademis .....	78
5.2.2	Saran Praktisi .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>80</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perilaku <i>Online</i> Kelas Menengah Indonesia .....	7
Gambar 4.1 Struktur Divisi Tokopedia .....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Menyajikan interview guide/pedoman wawancara
- Lampiran 2 : Menyajikan hasil transkrip wawancara
- Lampiran 3 : Menyajikan Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 4 : Surat selesai penelitian dari tempat penelitian
- Lampiran 5 : Menyajikan struktur organisasi, dan  
data pendukung lainnya
- Lampiran 6 : Daftar riwayat hidup (curriculum vitae) peneliti

