



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Aprilya Putri Sutanty
44311010013

Strategi Customer Retention Marketing PT.Tokopedia dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Jumlah halaman : xi + 82 halaman + 35 lampiran

Bibliografi : 25 acuan Tahun 2002-2014, 2 Gambar, 4 Jurnal, 3 Majalah, 6 Internet

ABSTRAK

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang e-marketplace Layanan merupakan prioritas utama dalam menciptakan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Dengan memenuhi dan melampaui harapan pelanggan, membuat program untuk menciptakan nilai tambah, menciptakan ikatan sosial dan structural, dan membina komitmen. Dengan banyaknya persaingan yang ketat banyak bermunculan strategi-strategi yang diupayakan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan salah satunya dengan *Strategi Customer Retention Marketing*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Tokopedia dalam melaksanakan kegiatan *Strategi Customer Retention Marketing* dan khususnya untuk melihat jalannya *Strategi Customer Retention Marketing* di Tokopedia Kebon Jeruk Jakarta Barat.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori IDIC (Identification, Differentation, Interaction, Customization) dan *Strategi Customer Retention Marketing* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. *Strategi Customer Retention Marketing* disini banyak menggunakan referensi dari berbagai buku, jurnal, majalah dan Internet yang berkaitan dan sesuai kondisi dilapangan sesuai dengan apa yang dirasakan oleh peneliti.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan sifat penelitian deskriptif dan pendekatana kualitatif, dan teknik pengumpulan data dengan wawancara serta studi kepustakaan. Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai strategi *Customer Retention Marketing* sebagaimana adanya yang didapatkan dari hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Retention Marketing* Tokopedia menggunakan strategi positif dan rutin melakukan kegiatan retensi terhadap pelanggan yaitu dengan meningkatkan pelayanan, melakukan kegiatan atau program-program serta berinovasi dalam membuat fitur-fitur di Tokopedia agar pelanggan menjadi loyal, aman, dan nyaman.

Dalam mengetahui pelanggan tersebut loyal atau tidak, Tokopedia menganalisa berdasarkan eksistensi produk-produk yang terjual selama menggunakan Tokopedia, menggunakan produk berbayar dari Tokopedia serta kuatnya hubungan bisnis yang terjalin agar menciptakan loyalitas pelanggan.