



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

STRATEGI CRM TUPPERWARE INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI PROGRAM
MEMBER CARD TUPPERWARE:
Studi Kasus pada Business Leader Husnul Aurora

SKRIPSI



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Iin Wijaya
14140110294

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 02 Agustus 2018



Iin Wijaya

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi *Customer Relationship Management* Tupperware Indonesia Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Program Member Card Tupperware (Studi Kasus pada Business Leader Husnul Aurora)”

Oleh
Iin Wijaya

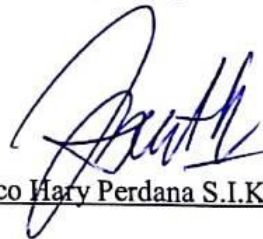
Telah Diujikan pada Jumat, 27 Juli 2018 pukul 15.00- 16.30 dan dinyatakan LULUS dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang



Wildan Hakim, M.Si.

Penguji Ahli



Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si

Dosen Pembimbing,



Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

**Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si

HALAMAN PERSEMBAHAN



UMMN

A **Dream** Doesn't Become **Reality** Through Magic.

It Takes **Sweat Determination** And **Hard Work**.

-Colin Powell-

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan lapoan mskripsi ini dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “Strategi Customer Relationship Management Tupperware Indonesia Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Program Member Card Tupperware (Studi Kasus Pada Business Leader Husnul Aurora)” yang menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata satu program studi Public Relation di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses penyelesaian penelitian ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan yang berguna dari para dosen yang siap untuk membantu. Semoga, penelitan ini dapat memberikan manfaat kepada akademisi, praktisi, dan masyarakat umum mengenai ilmu public relation khususnya dalam Tupperware Business Leader Husnul Aurora.

Penulisan penelitan ini tidak akan rampung apabila penulis tidak mendapatkan bimbingan, arahan, petunjuk, saran, penyemangat dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucaan terima kasih kepada seluru pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak:

1. Ibu Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si., selaku ketua program studi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
3. Tupperware Business Leader Husnul Aurora yang telah bersedia membantu penulis dalam mengumpulkan data guna menyelesaikan penelitian ini.
4. Orang Tua yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi.
5. Kakak dan adik yang selalu mendukung dan juga memberikan bantuan dalam pelaksanaan praktik kerja magang ini dan juga sekaligus menjadi obat ketika penulis mulai jenuh dalam penulisan laporan ini.
6. Yance Gusnadi yang selalu menemani dan mendukung tanpa lelah dan yang telah memberikan support kepada penulis untuk merampungkan laporan ini, baik dalam bentuk doa, dorongan, dan juga motivasi.
7. Ko Gotrio yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman “New Gen” yaitu, Yance, Ong, Om, GG, Rio, dan Linda yang selalu memberi hiburan dan juga semangat untuk penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
9. Teman-teman “Tukang Drama” yaitu, Vani, Yenny dan Ong yang selalu memberikan semangat selama penulis menyusun laporan ini.

10. Teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan ataupun dukungan dalam menyelesaikan laporan ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah disebutkan namanya maupun belum. Penulis mengharapkan kritik dan saran dalam penulis laporan kerja magang ini sehingga bisa bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Tangerang, 12 Juli 2018

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized letter 'W' with a horizontal line across the middle, and a small flourish at the top right.

Iin Wijaya

14140110294

ABSTRAK

STRATEGI CRM TUPPERWARE INDONESIA DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PROGRAM MEMBER CARD TUPPERWARE: Studi Kasus Pada Business Leader Husnul Aurora

Oleh: Iin Wijaya

Hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan merupakan suatu hal yang harus dibangun oleh setiap perusahaan. Perusahaan harus dapat mengenal kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya, maka dari itu perusahaan perlu melakukan strategi *Customer Relationship Management*. Dengan diterapkannya strategi tersebut perusahaan akan mendapatkan pelanggan atau member yang loyal dengan perusahaan. Perusahaan juga dapat menerapkan program membership untuk menerapkan strategi *Customer Relationship Management*. Dalam hal ini perusahaan Tupperware Indonesia menggunakan program membership untuk bisa mengenal pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Customer Relationship Management* Tupperware Indonesia dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang diterapkan oleh Tupperware Business Leader Husnul Aurora. Penelitian ini juga menggunakan model IDIC (*Identifying, Differentiating, Interacting, dan Customizing*). Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif- deskriptif serta menggunakan paradigma post-positivistik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan dari strategi Customer Relationship Management, salah satunya dengan model IDIC, *Identify, Differentiate, Interaction, dan Customize*, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui pembelian yang berulang dari para member di setiap minggunya.

Kata kunci : *Tupperware Business Leader Husnul Aurora, Customer Relationship Management, Identifying, Differentiating, Interacting, dan Customizing, loyalitas.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kegunaan Penelitian	14
1.4.1. Kegunaan Teoritis	14
1.4.2. Kegunaan Praktis	14
1.4.3. Kegunaan Sosial	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Penelitian Terdahulu	16
2.2. Landasan Konseptual	23
2.2.1. Komunikasi	23
2.2.2. Fungsi Komunikasi	25

2.2.3. Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.4. Bauran Komunikasi Pemasaran	28
2.2.5. Tujuan Komunikasi Pemasaran	31
2.3. Direct Marketing dan Multi Level Marketing	32
2.5. Customer Relationship Management.....	34
2.5.1. Social Customer Relationship Management.....	39
2.5.2. Model Strategi Customer Relationship Management.....	42
2.6. Program Loyalitas.....	44
2.6.1. Program Loyalitas Untuk Pelanggan B2C.....	51
2.7. Kerangka Pemikiran.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1. Paradigma Penelitian	57
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian	58
3.3. Metode Penelitian	59
3.4. Key Informan dan Informan	60
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6. Keabsahan Data	66
3.7. Teknik Analisis Data.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1. Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian.....	70
4.1.1. Profil Tupperware.....	70
4.1.1.1. Sejarah Perusahaan Tupperware.....	70
4.1.1.2. Visi dan Misi Tupperware	73

4.1.1.3. Struktur Organisasi	74
4.1.2. Program Member Card Tupperware	75
4.2. Hasil Penelitian	77
4.2.1. Tupperware Business Leader Husnul Aurora Menggunakan Sistem Online.....	78
4.2.2. Tupperware Indonesia dengan Sistem Direct Selling.....	81
4.2.3. Strategi Customer Relationship Management Tupperware Business Leader Husnul Aurora	82
4.2.4. Tupperware Business Leader Husnul Aurora Dalam Meningkatkan loyalitas pelanggan	91
4.3. Pembahasan.....	94
4.3.1. <i>Identifying, Differentiating, Interacting, dan Customizing</i>	94
4.3.1.1. <i>Identifying</i>	94
4.3.1.2. <i>Differentiating</i>	97
4.3.1.3. <i>Interacting</i>	100
4.3.1.4. <i>Customizing</i>	104
4.3.2. Upaya Tupperware Business Leader Husnul Aurora dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan Member.....	108
4.3.3. Strategi Customer Relationship Management Tupperware Husnul Aurora dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan melalui Program Member Card	115
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1. Simpulan	117

5.2. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN

Gambar 1.1. Data Industri Barang Rumah Tangga Container Makanan	12
Gambar 2.1. Empat Ketertarikan Relatif.....	55
Gambar 2.2. Empat Jenis Loyalitas.....	55
Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 4.1.1.3. Struktur Organisasi BL Husnul Aurora.....	82
Gambar 4.2. Contoh Kartu Member Tupperware	84
Gambar 4.3. Kegiatan Pop-up yang dilakukan manager.....	92
Gambar 4.4. Training Sejuta Peluang	93
Gambar 4.5. Kegiatan Lomba Mewarnai di BL Husnul Aurora.....	94
Gambar 4.6. Kegiatan Tahun Baru, Tupperware Baru	95
Gambar 4.7. Makan Bersama para member BL Husnul Aurora.....	109
Gambar 4.8. Aktivitas Yang Melibatkan Member Dalam Acara New star Celebration Tupperware 2018.....	112
Gambar 4.9. Transaksi Pembelian Member di BL Husnul Aurora Pada Bulan Mei 2018, atas nama Wimelda Irma	118
Gambar 4.10 Transaksi per-minggu Unit GM Wimelda Irma.....	119
Gambar 4.11 Transaksi Pembelian Member di BL Husnul Aurora Pada Bulan Juni 2018, atas nama Wimelda Irma	120
Bagan 4.2 Strategi Customer Relationship Management Tupperware Husnul Aurora dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan melalui Program Member Card.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu	20
Table 3.1. Daftar Key Informan dan Informan	62

