



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.

**PROGRAM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus : MemberCard Century HealthCare)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

**NAMA : RANDY PRASETYO
NIM : 09120110105
FAKULTAS : ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI : PUBLIC RELATIONS**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tangerang

2013

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya :

Nama : Randy Prasetyo

NIM : 09120110105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PROGRAM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus MemberCard Century HealthCare)**" merupakan hasil karya ilmiah yang dibuat dan disusun oleh saya sendiri dan semua sumber yang saya kutip, dan rujuk telah saya cantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila suatu saat ditemukan bukti mengenai kecurangan atau penyimpangan, baik dari segi penulisan penelitian, maupun dalam melaksanakan penelitian, saya bersedia menerima konsekuensi dan dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah skripsi yang saya tempuh.

Jakarta, 7 Januari 2013

Randy Prasetyo

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang lebih tepat selain puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan perlindunganNya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini tepat pada waktunya, Tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1).

Tugas akhir ini merupakan kewajiban yang penulis laksanakan sejak bulan November 2012. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, boleh dikatakan cukup sulit, selain karena faktor waktu, ternyata penulis juga menghadapi kendala dalam melakukan wawancara karena bertepatan dengan hari Natal dan libur tahun baru. Sehingga pihak yang di wawancara pun tidak dapat dikonfirmasi dengan baik. Penulis juga sempat mengganti objek sebanyak kurang lebih 7 kali karena alasan perusahaan tidak dapat mengeluarkan data, dan pihak yang bersangkutan tidak bersedia di wawancara.

Namun, penulis merasa beruntung sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Keseluruhan dari tugas akhir ini dapat berjalan dengan baik karena adanya pihak yang membantu, memberikan semangat, dan membuat semua ini menjadi mungkin.

Adalah suatu kebanggaan bagi penulis untuk mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini :

1. Ibu Bertha Sri Eko selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
2. Ibu Novita Damayanti sebagai pembimbing yang selalu sabar dalam menghadapi kesulitan penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
3. Bapak Yudhie Setiawan sebagai ketua sidang yang memberikan banyak masukan kepada penulis.

4. Bapak Inco Hary Perdana sebagai penguji ahli yang memberikan semangat untuk selesai tepat waktu.
5. Ibu Lia Sumampouw sebagai *Customer Relation & Operation Support Manager* dari Century HealthCare.
6. Ibu Irma Priyanti sebagai ahli CRM yang memberikan informasi terkait penulisan skripsi ini.
7. Cindy Octrivianti yang terus memberikan semangat dan ide baru kepada penulis.
8. Teman-teman yang selalu ada dan mendukung proses jalannya tugas akhir ini, Modesta Sekar, Soraya dan Almeino Ino.
9. Orang tua dan kakak yang terus memberikan semangat dan keyakinan kepada penulis.
10. Beserta pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, perihal saran, kritik, dan masukan akan penulis terima dengan kelapangan hati.

Akhir kata, penulis mengucapkan selamat membaca dan semoga tugas akhir ini bermanfaat untuk studi kepustakaan dan perkembangan CRM di Indonesia.

Jakarta, 7 Januari 2013

Randy Prasetyo

ABSTRAK

Program *Customer Relationship Management* atau CRM memang sudah tidak asing bagi sebuah perusahaan atau organisasi, dimana pada perkembangan jaman yang terus mengalami kemajuan baik secara teknologi, maupun sumber daya manusia yang berkaitan dengan perusahaan akan melakukan strategi CRM sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. CRM identik dengan pelanggan, karena CRM yang menghubungkan pelanggan dengan perusahaan guna mengetahui berbagai macam keinginan dan kebutuhannya. Maka dari itu program CRM diperlukan untuk menjaga dan membina hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen. Dalam penelitian ini, akan dibahas program CRM yang dilakukan oleh Century HealthCare untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menggunakan MemberCard sebagai salah satu sarana untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif dengan paradigma post-positivis, dan dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus dengan menggunakan teori dan konsep tahapan CRM menurut Kalakota dan Robinson. Untuk pengumpulan data, dilakukan dengan metode wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MemberCard sebagai salah satu program CRM yang digunakan oleh Century HealthCare mampu untuk mempengaruhi pelanggan untuk menjadi loyal terhadap Century karena memberikan berbagai macam kemudahan dan keuntungan saat digunakan untuk bertransaksi di outlet Century.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, loyalitas pelanggan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Pustaka	8
2.2.1 Definisi Public Relations	10
2.3 Customer Relationship Management	13
2.3.1 Manfaat CRM bagi perusahaan	21
2.3.2 Manfaat CRM bagi pelanggan.....	21
2.4 Pelanggan.....	23
2.5 Loyalitas Pelanggan	24
2.5.1 Perkembangan Loyalitas.....	25
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Paradigma.....	28
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32

3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.7 Waktu Penelitian.....	35
3.8 Fokus Penelitian.....	35
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	38
4.1.2 Competitive Review.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 CRM Century HealthCare.....	45
4.2.2 MemberCard Century.....	57
4.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	61
4.3 Pembahasan.....	65
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Praktis.....	72
5.2.2 Akademis.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan CRM menurut Kalakota dan Robinson.....	17
Gambar 2.2 Komponen dari CRM menurut Kalakota dan Robinson.....	20
Gambar 4.1 Produk yang disediakan oleh Century.....	40
Gambar 4.2 Penghargaan CORPORATE IMAGE AWARD 2012.....	41
Gambar 4.3 Kerja sama antara Century HealthCare dengan Avrist Assurance..	42
Gambar 4.4 Outlet Century HealthCare di pusat perbelanjaan.....	48
Gambar 4.5 Pelayanan terhadap konsultasi.....	50
Gambar 4.6 Jasa Pengiriman Century.....	53
Gambar 4.7 Century Delivery dan ketentuan.....	54
Gambar 4.8 Outlet Century 24 jam.....	55
Gambar 4.9 fasilitas Century HealthCare.....	56
Gambar 4.10 MemberCard Century.....	58
Gambar 4.11 Keuntungan yang didapatkan oleh MemberCard.....	60
Gambar 4.12 Customer Relation Departement.....	64

UMMN