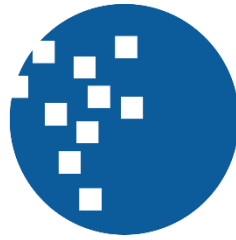


**STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN  
(STUDI KASUS: PROGRAM MEMBERSHIP ESTHETIC  
ROSEREVE JAPAN)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**JUAN CARLOS**

**00000013471**

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

**2022**

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN  
(STUDI KASUS: PROGRAM MEMBERSHIP ESTHETIC  
ROSEREVE JAPAN)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**JUAN CARLOS**

**00000013471**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Juan Carlos  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000013471  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS: PROGRAM MEMBERSHIP ESTHETIC ROSEREVE JAPAN)**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 29 Juni 2022



(Juan Carlos)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul  
**STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM  
MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN  
(STUDI KASUS: PROGRAM MEMBERSHIP ESTHETIC ROSEREVE  
JAPAN)**

Oleh

Nama : Juan Carlos  
NIM : 00000013471  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Juni 2022

Pembimbing



**Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si.**  
NIDN 0302077104

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



**Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.**  
NIDN 03081177063

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
**STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM  
MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN  
(STUDI KASUS: PROGRAM MEMBERSHIP ESTHETIC ROSEREVE  
JAPAN)**

Oleh  
Nama : Juan Carlos  
NIM : 00000013471  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Juni 2022  
Pukul 08.00 s.d 08.45 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.  
NIDN 03081177063

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 03027019001

Pembimbing

Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0302077104

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.  
NIDN 03081177063

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juan Carlos  
NIM : 00000013471  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Strategi Customer Relationship Management dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Program Membership Esthetic Rosereve Japan)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 29 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Juan Carlos)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

**“STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS: PROGRAM MEMBERSHIP ESTHETIC ROSEREVE JAPAN)”**


yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dalam proses penulisan tugas akhir ini.

Saya menyadari masih terdapat kekurangan dalam proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, diharapkan masukan pembaca terhadap hasil skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi

para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara terkait strategi *Customer Relationship Management*.

Tangerang, 13 Juni 2022



(Juan Carlos)



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# Strategi Customer Relationship Management dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Program Membership Esthetic Rosereve Japan)

Juan Carlos

## ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah perkembangan bisnis klinik kecantikan di Indonesia dari tahun 1990 hingga tahun 2017. Klinik kecantikan merupakan usaha kecil dan menengah yang berkembang pesat. Sebuah klinik kecantikan menawarkan pelayanan di bidang kesehatan dan perawatan kecantikan untuk kulit, rambut dan kuku. Beberapa klinik kecantikan yang sering dijumpai di kota-kota besar adalah klinik kecantikan yang menggabungkan layanan kecantikan wajah dan tubuh serta konsultasi kesehatan kulit. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *Customer Relationship Management* (CRM) pada Klinik *Esthetic Rosereve Japan*. Teori/konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah CRM dengan tahapan IDIC model. Metode penelitian yang digunakan dalam karya ini adalah metode kualitatif menggunakan paradigma post-positivisme dan metode studi kasus dari Robert K. Yin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Klinik *Esthetic Rosereve Japan* telah melakukan strategi yang sesuai dengan tahapan CRM dan mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dengan program *membership*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kesuksesan *loyalty program* Klinik *Esthetic Rosereve Japan* terdapat pada program *membership*, strategi pemberian *point* dan *reward*, dan pengadaan *event* bagi pemegang *membership*.

**Kata kunci:** *Customer*, Loyalitas, *Customer Relationship Management*, Klinik Kecantikan, *Esthetic Rosereve Japan*



**Customer Relationship Management Strategy in Building  
Customer Loyalty  
(Case Study: Rosereve Japan Esthetic Membership Program)**

Juan Carlos

**ABSTRACT**

*The background of this study is the development of beauty clinic business in Indonesia from 1990 to 2017. Beauty clinics are fast-growing small and medium-sized businesses. A beauty clinic offers services in the field of health and beauty treatments for skin, hair and nails. Some beauty clinics that are often found in big cities are beauty clinics that combine facial and body beauty services as well as skin health consultations. The objective of this work is to determine the strategy of Customer Relationship Management (CRM) at Rosereve Japan Esthetic Clinic. The theory/concept used in this work is CRM with IDIC model stages. The design method used in this work is qualitative method using post-positivism paradigm and case study method from Robert K. Yin. The results of the research show that Rosereve Japan Esthetic Clinic has implemented strategy according to CRM stages and able to maintain customer loyalty with membership program. The conclusion from the design process of this work is that the success of Rosereve Japan Esthetic Clinic loyalty program lies in the membership program, strategy for giving points and rewards, and procuring events for membership holders.*

**Keywords:** *Customer, Loyalty, Customer Relationship Management, Beauty clinic, Esthetic Rosereve*

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang	1
1.2    Rumusan Masalah	4
1.3    Pertanyaan Penelitian	5
1.4    Tujuan Penelitian	5
1.5    Kegunaan Penelitian	5
1.5.1    Kegunaan Akademis	5
1.5.2    Kegunaan Praktis	5
1.5.3    Keterbatasan Penelitian	6
<b>BAB II KERANGKA KONSEPTUAL</b>	<b>7</b>
2.1    Penelitian Terdahulu	7
2.2    Konsep Penelitian	12
2.2.1    Customer Relationship Management (CRM)	12
2.2.2    Relationship Quality (RQ)	14

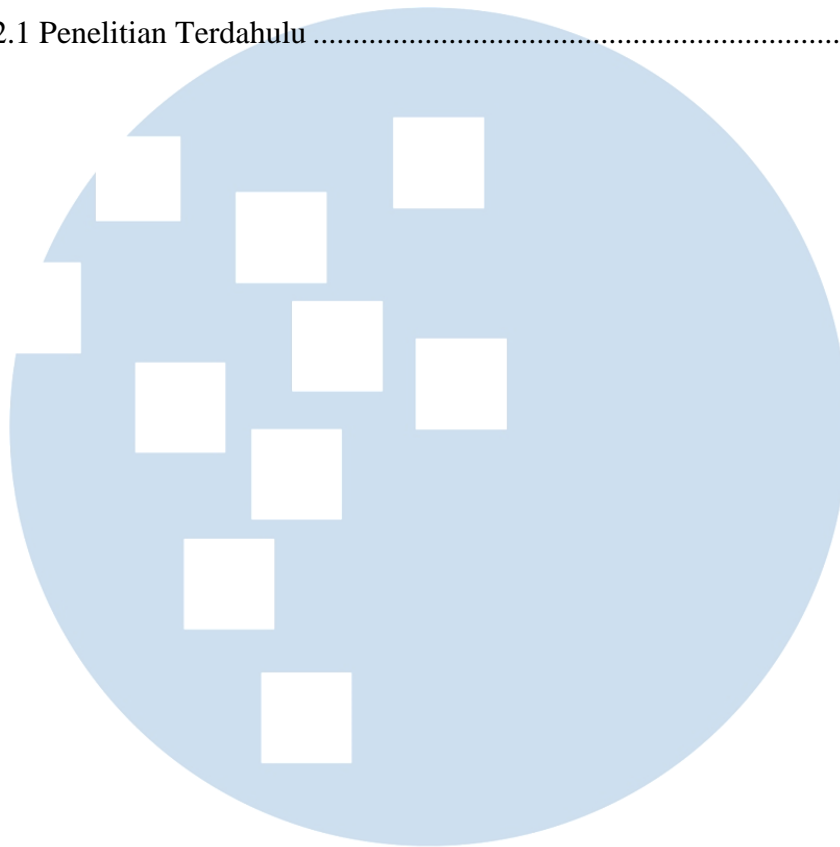
2.2.3	Customer Loyalty (Kesetiaan Konsumen)	14
2.2.4	Customer Relationship Management – IDIC Model	16
2.3	Kerangka Pemikiran	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		<b>20</b>
3.1	Paradigma Penelitian	20
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	20
3.3	Metode Penelitian	21
3.4	Partisipan dan Informan	22
3.4.1	Partisipan Pertama	22
3.4.2	Partisipan Kedua	23
3.4.3	Partisipan Ketiga	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	23
3.5.1	Data Primer	23
3.5.2	Data Sekunder	24
3.6	Teknik Analisis Data	24
3.7	Teknik Keabsahan Data	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		<b>27</b>
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	27
4.1.1	Objek Penelitian	27
4.1.2	Subjek Penelitian	30
4.2	Hasil Penelitian	31
4.2.1	Implementasi Program CRM Esthetic Rosereve Japan menggunakan Alat Berupa Kartu Membership	31
4.2.2	Pelayanan Berkonsep Omotenashi Menjadi Fokus Klinik Esthetic Rosereve dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	32

4.2.3	Tahapan Pelaksanaan CRM yang dilakukan oleh Klinik Esthetic Rosereve	33
4.2.4	Loyalitas Pelanggan Klinik Esthetic Rosereve Japan	35
4.3	Pembahasan	36
4.3.1	<i>Customer Relationship Management</i>	36
<b>BAB V SIMPULAN</b>		<b>42</b>
5.1	Simpulan	42
5.2	Saran	43
5.2.1	Saran Akademis	43
5.2.2	Saran Praktis	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>45</b>
<b>LAMPIRAN</b>		<b>48</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
--------------------------------------	----

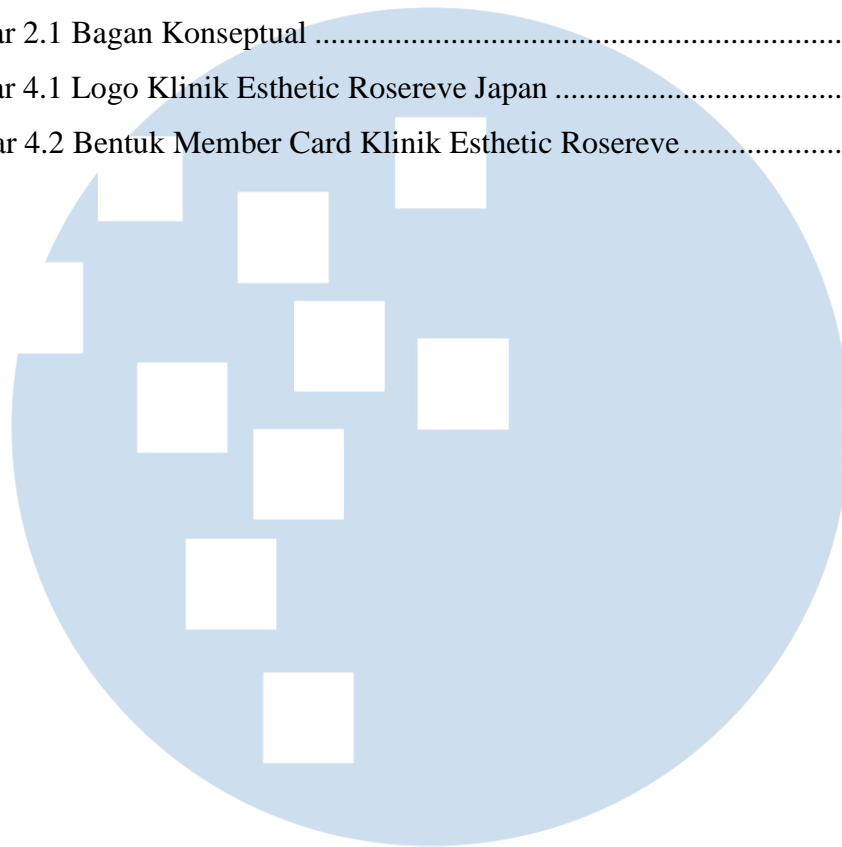


# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Konseptual .....	19
Gambar 4.1 Logo Klinik Esthetic Rosereve Japan .....	28
Gambar 4.2 Bentuk Member Card Klinik Esthetic Rosereve.....	30



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Formulir Konsultasi Skripsi.....	48
Lampiran B Draft Guide Wawancara .....	50
Lampiran C Transkrip Wawancara .....	53
Lampiran D Hasil Turnitin.....	85
Lampiran E Curriculum Vitae (CV) .....	86

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized face with several white square cutouts for eyes and a smile.

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA