



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) GRAMEDIA STORE  
DALAM MENJAGA LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI  
MEMBERSHIP CARD**

**SKRIPSI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

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

Secilia Chandra  
14140110204

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

## HALAMAN PERNYATAAN

Bersama dengan lembar pernyataan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah saya ditulis sendiri, buka plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh pihak lain atau lembaga lain. Semua karya ilmiah milik orang lain atau lembaga lain yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan adanya tindakan kecurangan atau 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, 7 Agustus 2018



Secilia Chandra

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)**

**GRAMEDIA STORE DALAM MENJAGA LOYALITAS**

**PELANGGAN MELALUI *MEMBERSHIP CARD***

Oleh

Secilia Chandra

Telah diujikan pada hari Senin, 30 Agustus 2018

pukul 08.00 s.d. 09.30 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**

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

**Penguji Ahli**

Asep Sutresna, M. A.

**Dosen Pembimbing**

Adhi Gurmilang, S.Sos.,M.Si.

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

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

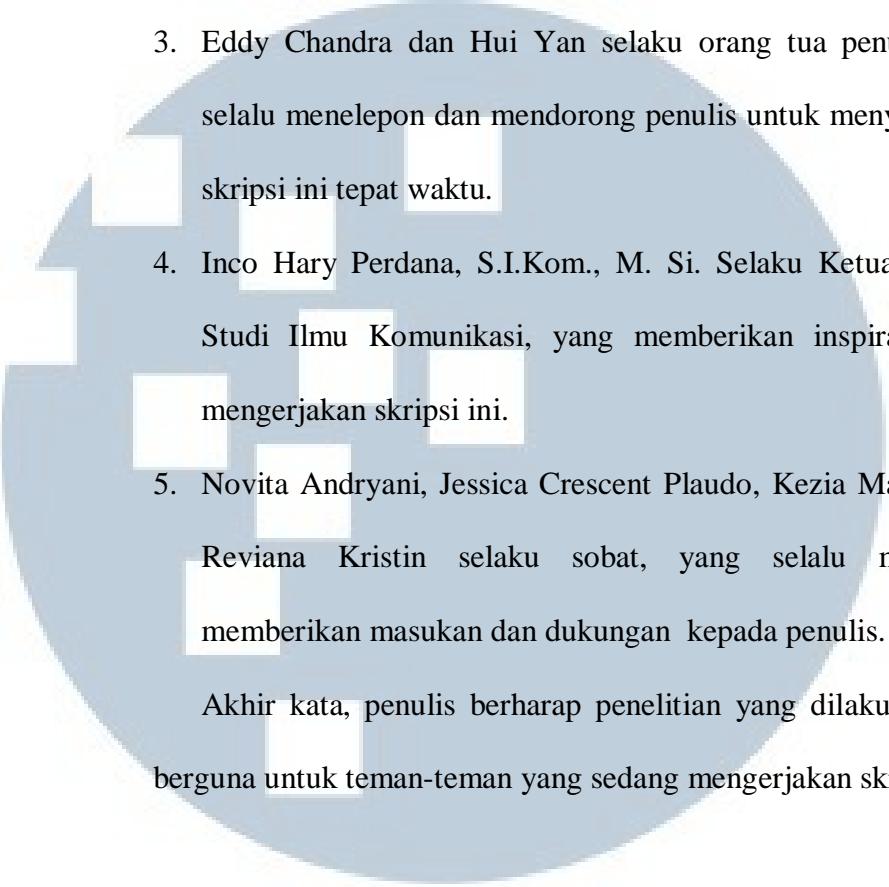
## KATA PENGANTAR

Empat tahun telah berlalu, yang berarti masa perkuliahan penulis telah berakhir. Ucapan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kasih dan Penyayang yang selalu memberikan dorongan positif pada masa perkuliahan dan pada masa penggerjaan skripsi berjudul “Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Gramedia Store dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan Melalui *Membership Card*”.

Penelitian ini dikerjakan dengan sabar selama empat bulan, dalam proses penggerjaan skripsi, penulis menerima banyak bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini diselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir dalam perkuliahan yang dibuat untuk meraih gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom.) di Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung, mendampingi, membantu dan memotivasi penulis. Rasa bersyukur tersebut penulis ucapkan terima kepada:

1. Adhi Gurmilang, S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing, yang tiada lelah membimbing penulis selama proses penggerjaan skripsi ini.
2. Hagi Riandi selaku CRM & CSR *superintendent* dan Nur Indah selaku CRM & CSR *officer* Gramedia yang telah berbaik hati memberikan informasi mengenai CRM Gramedia.

- 
3. Eddy Chandra dan Hui Yan selaku orang tua penulis, yang selalu menelepon dan mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
  4. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M. Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang memberikan inspirasi dalam mengerjakan skripsi ini.
  5. Novita Andryani, Jessica Crescent Plaudo, Kezia Mariska dan Reviana Kristin selaku sobat, yang selalu menemani, memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.
- Akhir kata, penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat berguna untuk teman-teman yang sedang mengerjakan skripsi.

Tangerang, 7 Agustus 2018



Secilia Chandra

STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)  
GRAMEDIA STORE DALAM MENJAGA  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
*MEMBERSHIP CARD*

**ABSTRAK**

Oleh: Secilia Chandra

Perilaku dalam pola berbelanja nyata telah memberikan dampak buruk kepada pebisnis konvensional. Sejumlah toko buku menutup gerainya dikarenakan penjualan buku terus menurun. Perubahan tersebut membuat setiap toko buku melakukan inovasi yang berbeda dari sebelumnya untuk menarik perhatian pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan. Untuk menjaga loyalitas pelanggan Gramedia Store mengimplementasikan program *Customer Relationship Management* dalam bentuk *membership card* yang diberi nama Gramedia Card. Tujuan dari penelitian ini adalah menjabarkan strategi CRM Gramedia Store dalam menjaga loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dan konsep *Customer Relationship Management*, Model IDIC (*identify, differentiate, interact* dan *customize*), *Membership Card* dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskripsi dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dan studi dokumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari konsep IDIC, terdapat satu diantaranya masih belum dijalankan dengan baik oleh Gramedia Store yaitu pada tahap *Differentiate*. Gramedia Store perlu melakukan pengelompokan *membership* dari yang paling berharga sampai pelanggan migrator.

**Kata kunci:** *Cusomer Relationship Management*, Model IDIC, *Membership Card* dan Loyalitas Pelanggan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**STRATEGY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)  
GRAMEDIA STORE IN KEEPING CUSTOMER  
LOYALTY THROUGHT MEMBERSHIP CARD**

**ABSTRACT**

By: Secilia Chandra

*Behavior in a real shopping pattern have given an adverse impact to the conventional businessmen. Some bookstores had to close themselves because of the decline on book sales. The changes made every bookstores to innovate better than before to attract customers and maintain customers' loyalty. To maintain customers' loyalty, Gramedia Store implements the Customer Relationship Management program in the form of membership card called Gramedia Card. The purpose of this research is to describe the CRM Gramedia Store strategy in maintaining customers' loyalty*

*In this research, researchers used the theory and the concept of Customer Relationship Management, Model IDIC (identify, differentiate, interact, and customize), Membership Card and Customers' Loyalty. This research uses qualitative research with a description of the case study method. Collective techniques used in this research are in-depth interviews and document study.*

*These results indicate that in the concept of IDIC, there is one of them that is not executed well by Gramedia Store, which is in the stage of Differentiate. Gramedia Stores need to do a grouping of their membership from the most valuable to migrator customers.*

**Keywords:** Customer Relationship Management, Model IDIC, Membership Card and Customer Loyalty.

**UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	iv
<b>ABSTRAK.....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI .....</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xi
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.6 Keterbatasan Penelitian .....	10
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.1.1 "Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) untuk Membangun Loyalitas Pelanggan Digital Perpustakaan USU .....	11

2.1.2 “Strategi <i>Customer Relationship Management</i> O.P.I untuk Mempertahankan Loyalitas pada <i>House of O.P.I</i> .....	12
2.1.3 Matriks Perbandingan Penelitian Sejenis Terdahulu .....	14
2.2 Teori/Konsep-Konsep yang Digunakan .....	17
2.2.1 <i>Customer Relationship Management</i> .....	17
2.2.1.1 Model IDIC.....	21
2.2.2 <i>Membership Card</i> .....	26
2.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3 Alur Penelitian .....	36

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	39
3.3 Metode Penelitian .....	40
3.4 <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i> .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6 Keabsahan Data .....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	44

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Singkat Gramedia Store.....	46
4.1.1 <i>private label</i> Gramedia .....	48
4.1.2 Perjalanan Gramedia.....	56
4.2 Sekilas Tentang Program CRM Gramedia.....	57
4.3 Hasil Penelitian .....	61

4.3.1 Strategi CRM dalam Membangun Loyalitas Pelanggan.....	61
4.3.2 <i>Identifying</i> .....	67
4.3.3 <i>Differentiation</i> .....	69
4.3.4 <i>Interaction</i> .....	73
4.3.5 <i>Customization</i> .....	77
4.4 Pembahasan .....	80
4.4.1 Strategi <i>Customer Relationship Management</i> .....	80
4.4.2 <i>Identifying</i> .....	81
4.4.3 <i>Differentiation</i> .....	82
4.4.4 <i>Interaction</i> .....	84
4.4.5 <i>Customization</i> .....	85

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	87
5.2 Saran .....	88
5.2.1 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	88
5.2.1 Saran untuk Gramedia .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>

## **LAMPIRAN**

### **RIWAYAT HIDUP**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model IDIC .....	22
Gambar 2.2 Alur Pemikiran .....	36
Gambar 4.1 Logo Gramedia Pustaka Utama (GPU) .....	44
Gambar 4.2 Logo Elex Media Komputindo (Elex) .....	49
Gambar 4.3 Logo Grasindo .....	50
Gambar 4.4 Logo ELTI.....	50
Gambar 4.5 Logo Diginusa .....	51
Gambar 4.6 Logo M&C .....	51
Gambar 4.7 Logo Kepustakaan Populer Gramedia (KPG) .....	52
Gambar 4.8 Logo Bhuana Ilmu Populer (BIP) .....	52
Gambar 4.9 Logo Milors.....	53
Gambar 4.10 Logo Cozyfield Cafe & Resto .....	54
Gambar 4.11 Logo Gramedia Kids.....	55
Gambar 4.12 Logo Teeny Teensy .....	55
Gambar 4.13 Tampilan Gramedia Card .....	57
Gambar 4.14 Tampilan KGVC.....	58
Gambar 4.15 Tampilan cek poin .....	60
Gambar 4.16 Tampilan Promosi dalam <i>Website</i> Gramedia .....	63
Gambar 4.17 Tampilan <i>E-mail Blast</i> Gramedia .....	63
Gambar 4.18 Tampilan Facebook Gramedia .....	64
Gambar 4.19 Tampilan Instagram Gramedia .....	64
Gambar 4.20 Tampilan Twitter Gramedia .....	65

Gambar 4.21 Tampilan Formulir Pendaftaran Gramedia Card .....	67
Gambar 4.22 Tampilan Publikasi Gramedia .....	68
Gambar 4.23 Tampilan Publikasi Gramedia .....	69
Gambar 4.24 Tampilan Publikasi Gramedia .....	70
Gambar 4.25 Tampilan <i>event</i> Gramedia .....	71
Gambar 4.26 Tampilan Facebook Gramedia .....	72
Gambar 4.27 Tampilan <i>Contact us</i> .....	73
Gambar 4.28 Tampilan Nonton Bareng .....	75
Gambar 4.29 Tampilan <i>Reward Trip Lombok</i> .....	76
Gambar 4.30 Tampilan Publikasi Gramedia .....	77
Gambar 4.31 Tampilan <i>Voucher</i> Gramedia .....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Perbandingan Penelitian Sejenis .....	14
Tabel 2.2 Tahapan Strategi Roda Loyalitas .....	33

