

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
DALAM UPAYA MENDAPATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Direct Access dari Prime Plaza Hotels & Resorts)**

**SKRIPSI**



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

Peter Witama

10120110065

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2015**



### **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.

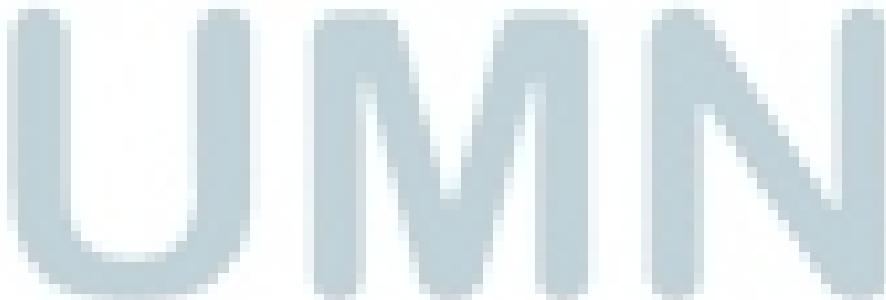
## **PERNYATAAN**

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 dikemudian 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, 26 Februari 2015

Peter Witama



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM  
UPAYA MENDAPATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Direct Access dari Prime Plaza Hotels & Resorts)”

Oleh

Peter Witama

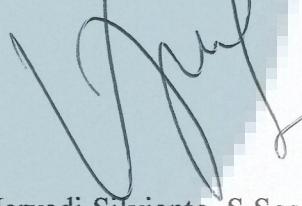
telah diujikan pada hari Jumat, tanggal 13 Februari 2015,  
pukul 13 s.d. 14.30 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



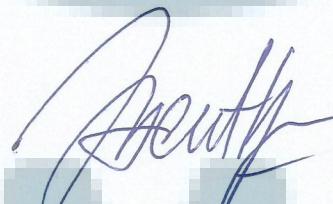
Kartika Aryani, S.Sos., M.Ikom

Penguji Ahli



Heryadi Silvianto, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing



Inco Harry Perdana, S.Ikom., M.Si.

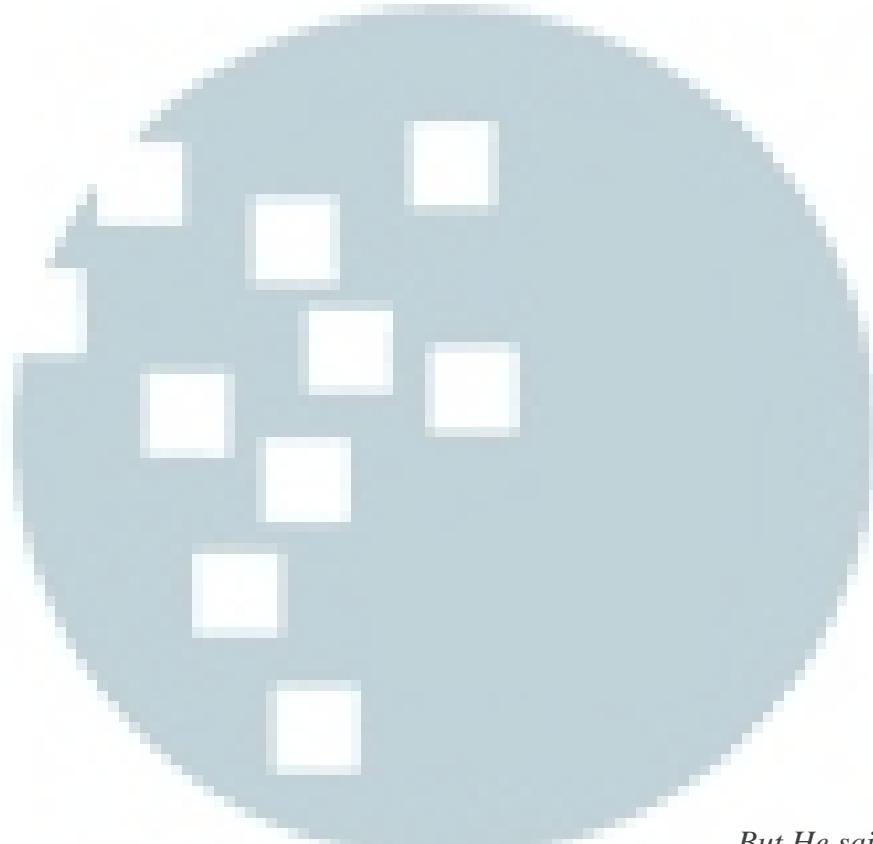
Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

## HALAMAN PERSEMPAHAN



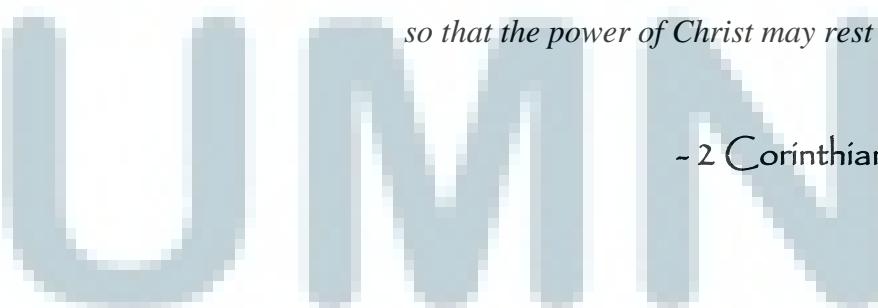
*But He said to me,*

*“My grace is sufficient for you, for My power is made perfect in weakness.”*

*Therefore I will boast all the more gladly of my weaknesses,*

*so that the power of Christ may rest upon me.*

*~ 2 Corinthians 12:9 ~*



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama, peneliti memanjatkan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas pimpinan dan rahmat-Nya peneliti bisa menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Implementasi Customer Relationship Management dalam Upaya mendapatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Direct Access dari Prime Plaza Hotels & Resorts) dengan baik.

Banyak hambatan yang dialami peneliti dalam penyusunan laporan skripsi ini. Namun dengan adanya dukungan, bantuan, dan doa dari orang-orang terdekat, peneliti mampu menyelesaikan laporan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Inco Hari Perdana, S.Ikom, M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar menuntun, memberi masukan dan mendukung peneliti untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Heryadi Silvianto, S.Sos., M.Si., selaku penguji ahli yang memberikan evaluasi dan masukan untuk mempertajam penelitian.
3. Kartika Aryani, S.Sos., M.Ikom., selaku ketua sidang atas masukan yang mengembangkan penelitian.
4. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
5. Keluarga besar Prime Plaza Hotels & Resorts, terlebih para narasumber: Bapak Agus Susyanto dan Ibu Indra Lestari yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini, meluangkan waktunya untuk berbagi informasi, serta mendukung penulis dalam pembuatan laporan skripsi ini.

6. Ibu Dewi Tjahaja dari J&J Management yang memberikan waktu di tengah kepadatan aktifitasnya untuk menjadi *key informan* dari penelitian ini.
7. Bapak Herdi Sundjaja (VP Development) dari Prime Plaza Hotels & Resorts atas *sharing* pengalaman, penjelasan dan informasi tambahan mengenai Direct Access.
8. Papa Eddy, Mama Lisa, dan Yohanes yang terus memberikan dukungan dan doa, agar peneliti tidak patah semangat untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
9. Rika, Cha-Cha, Gideon, Debby, Jovita, dan lainnya yang juga merupakan mahasiswa bimbingan Bapak Inco, atas bantuan dan dukungannya.
10. Teman-teman seperjuangan di Universitas Multimedia Nusantara, terlebih Aris, Jeje, dan Lele atas dukungan dalam penyelesaian laporan skripsi ini.
11. Yulia yang selalu memberikan semangat dan menemani peneliti dalam pembuatan laporan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu peneliti terbuka akan adanya kritik maupun saran dari pembaca. Akhir kata, peneliti berharap penelitian ini bisa bermanfaat bagi siapa saja yang membaca.

Tangerang, 26 Februari 2015

Peter Witama

## ABSTRAK

### IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM UPAYA MENDAPATKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Direct Access dari Prime Plaza Hotels & Resorts)

Oleh: Peter Witama

Penelitian ini menggunakan konsep Public Relations, Customer Relationship Management, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan metode studi kasus. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pengelola program Direct Access sebuah *loyalty program* yang dijalankan oleh jaringan hotel Prime Plaza Hotels & Resorts. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui wawancara. Data dan informasi yang didapat tersebut diuji kebenarannya melalui triangulasi yang condong kepada triangulasi sumber data.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa program Direct Access bukan bertujuan untuk mendapatkan loyalitas dari konsumen baru, namun meningkatkan loyalitas dari konsumen yang sudah ada. Hal itu terjadi karena keanggotaan Direct Access ini bersifat tertutup, dan pihak Prime Plaza Hotels & Resorts yang menawarkan secara personal keanggotaan itu kepada klien yang setia, melalui *booker*-nya.

*Kata kunci:* public relations, Customer Relationship Management, loyalty program, loyalitas

## **ABSTRACT**

### **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IMPLEMENTAION IN ORDER TO ACHIEVE CUSTOMER LOYALTY (Case Study on Prime Plaza Hotels and Resorts' Direct Access)**

By: Peter Witama

This research using Public Relations, Customer Relationship Management, and customer loyalty concept. This qualitative research are descriptive and using study case method. The subject in this research is those who runs the Direct Access program. Direct Access is the name of Prime Plaza Hotels & Resorts' loyalty programs. Interview is method to gather data and informations for this research. Those data and informations are being examined for its correctness with triangulation which focus on triangulation of data source.

It's discovered in this research that the goal of Direct Access program is not to get the loyalty of their new customer but to improve the loyalty of their present customer. That happens because the program is closed for public, so the staff is the one who ask and propose personally to the loyal clients through their booker.

*Key words: public relations, Customer Relationship Management, loyalty program, loyalty*

## DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Persembahan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Tabel .....	x
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	9
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II: KERANGKA TEORI</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Konsep-Konsep yang Digunakan .....	13
2.2.1. <i>Public Relations</i> .....	13
2.2.2. <i>Customer Relationship Management</i> .....	19
2.2.3. <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan) .....	30
2.3. Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian .....	33
3.2. Metode Penelitian .....	34
3.3. Key Informan dan Informan .....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5. Keabsahan Data .....	37

3.6. Teknik Analisis Data .....	38
3.7. Fokus Penelitian .....	39
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN</b>	
4.1. Profil Prime Plaza Hotels & Resorts .....	40
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	40
4.1.2. Identitas Prime Plaza Hotels & Resorts .....	42
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan .....	43
4.1.4. Filosofi dan <i>Tagline</i> .....	44
4.1.5. Program Direct Access dari Prime Plaza Hotels & Resorts .....	44
4.1.6. Struktur Organisasi .....	46
4.2. Hasil Penelitian .....	47
4.2.1. Direct Access Telah Berjalan Selama Delapan Belas Tahun ....	55
4.2.2. Anggota Direct Access Merupakan Para <i>Booker Hotel</i> .....	56
4.2.3. Pemberian Poin Kepada Anggotanya .....	57
4.3. Pembahasan .....	59
4.3.1. <i>Identify</i> .....	59
4.3.2. <i>Differentiate</i> .....	63
4.3.2.1. Diferensiasi Bentuk Program .....	63
4.3.2.2. Diferensiasi Konsumen .....	70
4.3.3. <i>Interact</i> .....	72
4.3.4. <i>Customize</i> .....	78
<b>BAB V: SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	80
5.2. Saran .....	82
5.2.1. Saran Akademik .....	82
5.2.2. Saran Praktis .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>CURICULLUM VITAE</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo Prime Plaza Hotels & Resorts .....	42
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Prime Plaza Hotels & Resorts .....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 4.1. Tabel triangulasi <i>Identify</i> .....	47
Tabel 4.2. Tabel triangulasi <i>Differentiate</i> .....	48
Tabel 4.3. Tabel triangulasi <i>Interact</i> .....	49
Tabel 4.4. Tabel triangulasi <i>Customization</i> .....	50

UMN