

**Analisa Strategi *Customer Relationship Management* Kota Kasablanka dalam Memenuhi Kebutuhan Pelanggan**

**(Studi pada Penggunaan PGcard Kota Kasablanka)**

**TUGAS AKHIR**

Digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



**Nitia Sabillah Putri Ayu**

**1121003023**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2016**

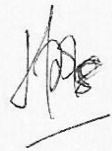
## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Nitia Sabillah Putri Ayu**

**NIM : 1121003023**

**Tanda Tangan:**



**Tanggal : 16 Agustus 2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Nitia Sabillah Putri Ayu

NIM : 1121003023

Program Studi : Ilmu Komunikasi

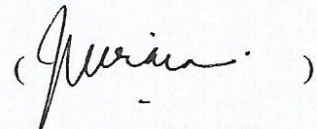
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisa Strategi Customer Relationship Management Kota Kasablanka dalam Memenuhi Kebutuhan Pelanggan (Studi pada Penggunaan PGcard Kota Kasablanka)

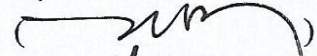
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI

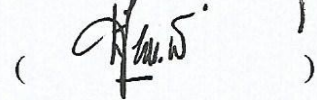
Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac

(  )

Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M

(  )

Penguji 2 : Dra. Mathilda AMW Birowo, M.Si

(  )

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2016

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Customer Relationship Management Mall Kota Kasablanka dalam Mempertahankan Hubungan dengan Pelanggan (Studi pada Penggunaan PGCARD Kota Kasablanka). Dalam menyelesaikan penelitian ini penulis telah dibantu oleh pihak-pihak yang senantiasa selalu membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung untuk menyelesaikan tugas akhir ini, diantaranya:

- Ibu Mirana Hanathasia S.Sos, MmediaPrac  
Terima kasih untuk Ibu Mirana sebagai dosen pembimbing tugas akhir dan dosen pengajar yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis dalam hal akademik. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih telah memberikan arahan dan motivasi sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
- Mas Aryo Subarkah Eddyono, M.Si  
Terima kasih untuk Mas Aryo sebagai dosen pembimbing akademik yang telah membantu penulis dalam hal memberikan saran, membimbing dan menasehati dari awal perkuliahan sampai sekarang.
- Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M  
Terima kasih untuk Bu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan dosen penguji dalam memberikan arahan, saran, dan masukan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
- Dra. Mathilda AMW Birowo, M.Si  
Terima kasih untuk Bu Mathilda yang telah menjadi penguji dalam sidang tugas akhir penulis dan telah memberikan masukan tentang penelitian ini.



- Pak Andi Asmara  
Terimakasih kepada bapak Andi selaku HRD dari Mall Kota Kasablanka yang telah membantu penulis untuk dapat melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang menjadi narasumber bagi penelitian penulis.
- Monica Patricia, Ariana Febia, dan Jerikho Matulatuwa  
Terima kasih kepada narasumber yaitu pihak manajemen dari Mall Kota Kasablanka yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan informasi untuk menjawab beberapa pertanyaan dari penulis yang digunakan sebagai data dalam menganalisa.
- Maria Fenyta, Lieftiana, Irianti, dan Fransiska  
Terima kasih kepada narasumber pengguna PGCard telah mau meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menjawab beberapa pertanyaan terkait penggunaan PGCard.
- Papi dan Mami  
Terima kasih sudah menjadi orang tua yang sabar dalam membimbing, selalu memberi masukan, doa dan motivasi dalam segala hal. Terima kasih atas semua yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
- M. Fidly Adam  
Terimakasih untuk Fidly yang selalu menemani, membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi  
Terimakasih kepada seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan mendukung penulis dalam hal akademik.

- Seluruh Staff Universitas Bakrie  
Terimakasih kepada staff Universitas Bakrie yang telah membantu penulis dalam segala pengurusan yang berhubungan dengan aktivitas penyelesaian tugas akhir.
- Teman-teman *Corporate Communication*  
Terima kasih Hara, Uun, Nita, Stella, Mailan, Thasya dan Alvian atas bantuannya selama perkuliahan, terima kasih telah dengan sabar memberi masukan dan arahan kepada penulis.
- Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012  
Terima kasih untuk teman-teman ilmu komunikasi yang telah bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini, semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis berharap tugas akhir ini berguna dan bermanfaat dalam dunia pendidikan. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan ini masih banyak terjadi kekurangan dan kesalahan, untk itu penulis mengharapkan saran dan kritiik yang membangun dari pembaca.

Jakarta, 16 Agustus 2016

Nitia Sabillah Putri Ayu

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nitia Sabillah Putri Ayu  
NIM : 1121003023  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

“STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* MALL KOTA KASABLANKA DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN PELANGGAN (Studi pada Penggunaan PGCARD Kota Kasablanka)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 16 Agustus 2016

Yang menyatakan,



Nitia Sabillah Putri Ayu

STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* MALL KOTA  
KASABLANKA DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN PELANGGAN (Studi pada  
Penggunaan PGCARD Kota Kasablanka)

Nitia Sabillah Putri Ayu

---

ABSTRAK

Mall Kota Kasablanka merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang banyak dikunjungi di Jakarta. Untuk menjangkau para pelanggannya tersebut, Mall Kota Kasablanka memiliki sebuah program loyalitas dalam bentuk *membership card* yang diberi nama PGCARD Kota Kasablanka dengan tujuan memberikan *reward* kepada pelanggan yang setia kepadanya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif untuk mengetahui strategi *customer relationship management* dalam bentuk program PGCARD, mengetahui tahapan IDIC Model PGCARD untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dan mengetahui implementasi dari jenis CRM dalam PGCARD. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara oleh pihak manajemen Mall Kota Kasablanka dan pengguna PGCARD. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program PGCARD merupakan sebuah strategi CRM yang digunakan oleh Mall Kota Kasablanka untuk *customer retention* mereka. Dengan adanya PGCARD ini juga sebagai upaya Mall Kota Kasablanka untuk mengurangi keluhan yang datang dari pelanggan.

Kata Kunci: CRM, *Membership card*, pelanggan



STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* MALL KOTA  
KASABLANKA DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN PELANGGAN (Study  
Case The Used of PGCARD)

Nitia Sabillah Putri Ayu

---

ABSTRACT

*Mall Kota Kasablanka is one of shopping center which has many visitors in Jakarta. To reach out their customer, Mall Kota Kasablanka has loyalty program known as PGCARD as a membership card program. Objective of this program to give customers a reward because they have been loyal to this shopping center. By using qualitative research aims to know customer relationship management strategy in PGCARD, know the step of IDIC Model in PGCARD for maintaining relationships with customers, and to know implementation kind of CRM in PGCARD. The data is collected by doing deep interview with management of Mall Kota Kasablanka and PGCARD user. This study results show that PGCARD program as a CRM strategy that used of Mall Kota Kasablanka for customer retention. PGCARD program as a one of efforts Mall Kota Kasablanka in reducing customer complaint.*

*Keyword: CRM, Membership card, customer*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9

### **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	17
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	16
2.2.2 <i>Customer Relationship Management</i> .....	20
2.2.3 <i>Membership Card</i> .....	31
2.2.4 <i>Customer Delight</i> .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4 Definisi Konseptual dan Operationalisasi Konsep.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	43
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	44

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

4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Mall Kota Kasablanka.....	45
4.1.2 Visi dan Misi .....	46
4.1.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing .....	47
4.1.4 Tugas dan Fungsi Divisi Marketing.....	47
4.2 Temuan Penelitian.....	48
4.2.1 PGCard Kota Kasablanka .....	49
4.2.2 Tahapan IDIC Model dalam PGcard.....	53
4.2.3 Implementasi Jenis CRM dalam PGCard .....	60
4.2.4 Strategi <i>Customer Delight</i> dalam PGCard Kota Kasablanka.....	69
4.3 Pembahasan.....	81
4.3.1 PGCard sebagai Kegiatan CRM Mall Kota Kasablanka dalam Mengurangi Keluhan Pelanggan .....	81
4.3.2 Strategi IDIC Model PGCard Kota Kasablanka untuk <i>Customer         Delight</i> .....	87
4.3.3 Implementasi Jenis CRM dalam PGCard Kota Kasablanka untuk <i>Customer Delight</i> .....	92

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	97
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Akademis .....	98
5.2.2 Saran Praktis .....	98

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
----------------------------	------------

### **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	40
Tabel 4.1 Tugas dan Fungsi Divisi Marketing.....	47

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Info Grafik Mall Jakarta.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Struktur Divisi Marketing .....	49
Gambar 4.2 PGCard Kota Kasablanka.....	51
Gambar 4.3 Capture Instagram Mall Kota Kasablanka .....	58
Gambar 4.2 Capture Twitter Mall Kota Kasablanka .....	58