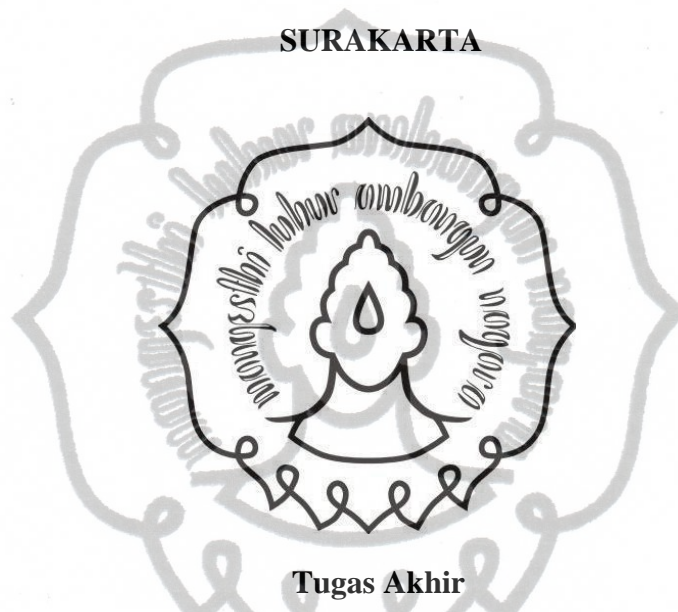


**ANALISIS PENERAPAN *CUSTOMER*
LOYALTY REWARD PROGRAM DALAM
UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS
PELANGGAN DAN PENJUALAN PRODUK
INDIHOME PADA PT. TELKOM
SURAKARTA**



Tugas Akhir

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi
Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas

Maret Surakarta

Disusun Oleh :

Anggela Eka Febrianti

F3217005

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul:

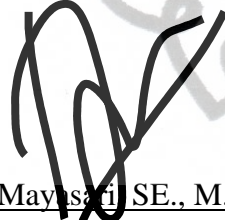
**ANALISIS PENERAPAN *CUSTOMER LOYALTY REWARD PROGRAM*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
DAN PENJUALAN PRODUK INDIHOME PADA PT TELKOM
SURAKARTA**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Surakarta, 1 September 2020

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji



Desy Mayasari, SE., M.Sc.
NIP. 1987121120130210

Pembimbing



Drs. Moh. Amien Gunadi, MP
NIP. 195610231986011001

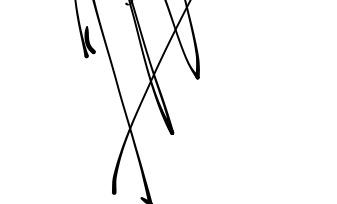
Direktur
Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Mananto, M.Si., Ak.
NIP. 196909241994021001

Mengetahui,

Kepala Program Studi
D3 Manajemen Pemasaran



Desy Mayasari, SE., M.Sc.
NIP. 1987121120130201

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**ANALISIS PENERAPAN *CUSTOMER LOYALTY REWARD PROGRAM*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN
PENJUALAN PRODUK INDIHOME PADA PT TELKOM SURAKARTA**

Disusun oleh:

Nama : Anggela Eka Febrianti

NIM : F3217005

Disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan di hadapan Penguji Tugas Akhir program studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 1 September 2020

Dosen Pembimbing



Drs. Moh. Amien Gunadi, MP.

NIP. 195610231986011001

ABSTRACT**IMPLEMENTATION OF CUSTOMER LOYALTY REWARD
PROGRAM IN EFFORTS TO INCREASE CUSTOMER LOYALTY
AND SALES OF INDIHOME PRODUCTS IN PT TELKOM
SURAKARTA**

ANGGELA EKA FEBRIANTI

F3217005

This Final Project research aims to determine how the process of implementing the customer loyalty reward program and its impact on the company and Indihome customers. The writing of this report is presented descriptively. The method used is qualitative analysis using primary data and secondary data. Primary data were obtained from resource persons, namely Indihome consumer service managers and Indihome customers in the Surakarta area through interviews. Meanwhile, secondary data is obtained from journal and internet references. The results of the research obtained through interviews and direct observation for two months through work apprenticeship activities show that the loyalty program implemented by PT Telkom has no effect in increasing customer loyalty and the quantity of sales of Indihome products. Loyalty programs have an effect on increasing customer satisfaction. The majority of customers are not aware of Indihome's loyalty program.

The author provides suggestions for increasing product sales and loyalty of Indihome customers, the company must improve its promotional strategies and communication systems so that customers become more aware of the Indihome loyalty program. By providing information about the Indihome loyalty program through the social media Instagram, Twitter and Facebook which customers often use. And send broadcasts via Whatsapp or SMS regularly to customers.

Keywords: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Loyalty Program, Reward

MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak.

(Q.S Al-Baqarah : 216)

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya.

(Q.S Al-Baqarah : 286)

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

(Q.S Al-Insyirah : 6)

Ketidakhahagiaan kita saat ini mungkin disebabkan oleh ketidakmampuan kita untuk bersyukur atas hal-hal yang bisa dengan mudah kita dapatkan.

(Kurniawan Gunadi)

Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya hati.

(Albert Einstein)

Don't ever give up just try and try to get what you want.

(Endah n Resa)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur Alhamdulillah, penulis mempersembahkan karya tulis ini kepada:

1. Ibu, Bapak, Adik dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan
2. Ibu Desy Mayasari, SE.M.Sc., selaku Kepala Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Sebelas Maret
3. Bapak Drs. Mohamad Amien Gunadi, M.P, selaku selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Pram Suryanadi, S.E, M.Si., selaku pembimbing akademik
5. Bapak dan Ibu dosen sekalian atas bimbingan dan pengajaran yang diberikan
6. Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran 2017
7. Sholeh Sholeh Pati tersayang Tiyah, Ninna, Fintya, Intan, Yoga, Rouf, dan Aji yang selalu mendukung dan mendoakan
8. Sahabatku Iga, Meilia, Pipik, Ena, Vivvy, dan Mas Mir yang selalu memberikan doa dan dukungan
9. Tim magang PT. Telkom Surakarta Devey, Fahim, dan Wachid yang telah berjuang bersama
10. Bapak Yusuf, Bapak Priyonggo, Ibu Hapsari, Ibu Roni, Mas Khoirul dan seluruh karyawan PT Telkom Surakarta yang telah membimbing selama magang
11. Almamater tercinta Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK**PENERAPAN *CUSTOMER LOYALTY REWARD PROGRAM* DALAM
UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN
PENJUALAN PRODUK INDIHOME PADA PT. TELKOM SURAKARTA****ANGGELA EKA FEBRIANTI**

F3217005

Penelitian Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses penerapan *customer loyalty reward program* beserta dampak bagi perusahaan dan pelanggan Indihome. Penulisan laporan ini disajikan secara deskriptif. Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari narasumber yaitu *manager consumer service* Indihome dan pelanggan Indihome di wilayah Surakarta melalui hasil wawancara. Sedangkan data sekunder didapatkan dari referensi jurnal dan internet. Hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara dan observasi langsung selama dua bulan melalui kegiatan magang kerja menunjukkan bahwa *loyalty program* yang diterapkan PT Telkom tidak berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan kuantitas penjualan produk Indihome. *Loyalty program* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Mayoritas pelanggan tidak mengetahui adanya *loyalty program* yang diadakan oleh Indihome.

Penulis memberikan saran untuk meningkatkan penjualan produk dan loyalitas pelanggan Indihome, perusahaan harus memperbaiki strategi promosi dan sistem komunikasi agar pelanggan menjadi lebih *aware* dengan adanya *loyalty program* Indihome. Dengan cara memberikan informasi tentang *loyalty program* Indihome melalui media sosial *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook* yang sering digunakan pelanggan. Serta mengirim *broadcast* melalui *Whatsapp* atau SMS secara berkala kepada para pelanggan.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, *customer satisfaction*, *loyalty program*, *reward*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Penerapan Customer Loyalty Reward Program Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan Penjualan Produk Indihome Pada PT Telkom Surakarta”**, dapat diselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Ahli Madya Program Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan tugas akhir ini kepada:

1. Bapak Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak., selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret
2. Bapak Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com(Hons)., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret
3. Ibu Desy Mayasari, S.E, M.Sc selaku ketua program studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret
4. Bapak Drs. Mohamad Amien Gunadi, M.P selaku pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan bimbingan
5. Bapak Pram Suryanadi, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memberikan saran selama perkuliahan
6. Bapak Priyonggo selaku Human Resources Department PT Telkom Surakarta
7. Bapak Yusuf Latif selaku Manajer Departemen Consumer Service PT Telkom Surakarta

8. Ibu Hapsari, Ibu Roni, Mas Joni, Mas Koirul serta staff dan karyawan PT Telkom Surakarta yang senantiasa memberikan bantuan selama magang kerja berlangsung
9. Teman-teman Manajemen Pemasaran B 2017
10. Kedua orang tua, Adik dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan segalanya
11. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan
12. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakannya. Sehingga akan berguna di masaa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat membrikan wawasan bagi siapa saja yang membacanya. Terima kasih.

Surakarta, 28 Agustus 2020

Penulis

Anggela Eka Febrianti

F3217005

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Reedem Point Award	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Div. Consumer Service Indihome.....	37
Gambar 4.2 Logo Perusahaan Pt. Telkom Indonesia.....	38



DAFTAR ISI

COVER.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Relationship Marketing.....	Error! Bookmark not defined.
1. Relationship Marketing	Error! Bookmark not defined.
B. <i>Loyalty Program</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Loyalty Program.....	Error! Bookmark not defined.
2. Manfaat Loyalty Program	Error! Bookmark not defined.
C. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	Error! Bookmark not defined.
1. Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
3. Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.

D. Sistem Poin (<i>Reedem Poin</i>)	Error! Bookmark not defined.
E. Hadiah (<i>Reward</i>).....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Hadiah	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan Pemberian Hadiah.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. TELKOM.....	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Purpose</i> , Visi dan Misi PT Telkom Surakarta.....	Error! Bookmark not defined.
3. Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
4. Logo Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
5. Produk Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
B. Laporan Magang Kerja	Error! Bookmark not defined.
1. Deskripsi Magang Kerja.....	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan Magang Kerja.....	Error! Bookmark not defined.
3. Manfaat Magang Kerja.....	Error! Bookmark not defined.
4. Lokasi dan Pelaksanaan Magang Kerja.....	Error! Bookmark not defined.
5. Jam Kerja.....	Error! Bookmark not defined.
6. Kegiatan Magang Kerja	Error! Bookmark not defined.
7. Uraian Kegiatan Magang	Error! Bookmark not defined.
C. Analisis Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1. Loyalty Program Indihome	Error! Bookmark not defined.
2. Prosedur Tukar Poin myIndihome	Error! Bookmark not defined.
3. Dampak <i>Loyalty Program</i> Bagi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4. Dampak <i>Loyalty Program</i> Bagi Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.

BAB V **Error! Bookmark not defined.**
KESIMPULAN DAN SARAN..... **Error! Bookmark not defined.**
 A. Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**
 B. Saran **Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR PUSTAKA **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1. Tingkat Penjualan Produk Indihome Periode Oktober 2019 – Februari 2020..... 8

TABEL 4.1 Laporan Kegiatan Magang.....44

