

ABSTRAK

Ifadah, Nurul. 2014. SKRIPSI. Judul : “*Strategi Membangun Customer Loyalty di Era E-Marketing dalam Upaya Mempertahankan Pelanggan (Studi pada PT. Garuda Indonesia)*”

Pembimbing : H. Slamet, SE., MM., Ph.D

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, *E-Marketing*

Perkembangan internet dan teknologi (IT) yang demikian pesat sangat mempengaruhi perkembangan dunia bisnis. IT memberikan peluang baru bagi para pelaku bisnis. Hal ini, membuat setiap perusahaan menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat luas. Perkembangan *information and Communication Technology* (ICT) khususnya *e-commerce* menyebabkan strategi bisnis maupun penjualan sebagai ujung tombak semua bisnis menjadi semakin mengarah kepada penguasaan dan penggunaan teknologi. Hal ini berakibat banyak konsumen yang beralih pada belanja *online*. Hal ini juga berdampak pada bisnis penerbangan. Banyak industri yang beralih ke internet untuk memasarkan jasanya, termasuk industri penerbangan. *E-commerce* memimpin industri penerbangan untuk menjelajah ke *elektronik ticketing* atau *e-ticketing*. *E-ticketing* saat ini telah diterapkan oleh berbagai maskapai penerbangan. Bentuk persaingan yang terjadi karena banyaknya maskapai yang telah menerapkan *e-marketing* sebagai penyempurnaan kualitas pelayanan menjadikan Garuda Indonesia merasa tersaingi. Sehingga Garuda Indonesia dituntut untuk terus mempertahankan pelanggannya di tengah era persaingan berbasis *e-marketing* saat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia. Paradigma penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif deskriptif. Data penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara, survei dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Garuda Indonesia untuk membangun dan mempertahankan pelanggan adalah dengan program loyalitas berupa adanya kartu GarudaMiles/GFF yang dapat memberikan banyak keuntungan dan kemudahan bagi pelanggan yang beranggotakan kartu tersebut. Selain itu, dalam mempertahankan pelanggan, Garuda Indonesia terus berfokus pada segmen pasarnya yang *middle class*, sehingga Garuda Indonesia sangat mengoptimalkan *full service* yang mana tidak dimiliki oleh maskapai lain. Sehingga banyak pelanggan yang mengakui loyal kepada Garuda Indonesia karena pertahanan *full service* yang diberikan oleh Garuda Indonesia.