

**EVALUASI PENERAPAN STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING*  
PADA THE PARK MALL SOLO BARU**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Sebutan Ahli Madya  
Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**Maria Tyas Siwi Rosari**

**F3212048**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SEBELAS  
MARET SURAKARTA**

**2015**

*commit to user*

**ABSTRAK****EVALUASI PENERAPAN STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING*  
PADA THE PARK MALL SOLO BARU****Maria Tyas Siwi Rosari****F3212048**

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi *relationship marketing* pada The Park Mall Solo Baru dalam usaha menjaga hubungan baik dengan konsumen untuk membangun loyalitas konsumen akan The Park Mall Solo Baru. Menumbuhkan sikap loyal dari konsumen lama rasanya lebih sulit daripada untuk mencari konsumen yang baru. Oleh karena itu strategi *relationship marketing* sangat penting untuk semua jenis perusahaan.

Penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan dengan survey secara langsung pada obyek penelitian yaitu The Park Mall Solo Baru. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah metode *interview* yaitu mengadakan wawancara langsung dengan karyawan The Park Mall Solo Baru dan studi pustaka. Adapun teknik penganalisaan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara deskriptif yang menggambarkan secara sistematis factual mengenai obyek yang diteliti.

Penerapan strategi *relationship marketing* pada The Park Mall Solo Baru dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Perusahaan memiliki database konsumen melalui kartu member The Park Mall Solo Baru yang dinamakan *privilege card*, database ini digunakan untuk memberitahukan kepada konsumen tentang The Park Mall, 2. Manajemen The Park Mall Solo Baru akan secara rutin mengunjungi *tenant* di *mall* untuk menanyakan tentang promo yang dilakukan dan menginformasikan promo tersebut kepada konsumen melalui sosial media dan lewat iklan atau *banner* di *mall* atau sepanjang jalan.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi *relationship marketing* yang dilakukan The Park Mall Solo Baru dapat dikatakan sudah baik.

**Kata Kunci: *Relationship Marketing***

**ABSTRACT****THE EVALUATION OF RELATIONSHIP MARKETING STRATEGI  
IMPLEMENTATION ON THE PARK MALL SOLO BARU****Maria Tias Siwi RosarI  
F3212048**

The study objectives were determined the implementation of relationship marketing strategies in The Park Mall Solo Baru in an effort to maintain good relations with customers to build customer loyalty to the The Park Mall Solo Baru. Cultivate the old consumers' loyalty is more difficult than to find new customers. Therefore, relationship marketing strategy is very important for all types of companies.

This research was conducted with the survey directly on the study object, namely The Park Mall Solo Baru. The data collecting technique are interview method in which conducting interviews with employees of The Park Mall Solo Baru and literature. The data analysis technique was used descriptive method that describes a systematic factual about the studied object.

The marketing relationship strategy implementation at the Park Mall Solo Baru can be concluded as follows: 1) The company has a customer database via a member card of The Park Mall Solo Baru called privilege card. This database was used to notify consumers about The Park Mall. 2) Management of The Park Mall Solo Baru will regularly visit the mall's tenant to inquire about the promos made and inform promo to consumers through social media and advertising or banner at the mall or along the road.

Based on the study results, the author was concluded that the relationship marketing strategies that have made The Park Mall Solo Baru can be said to have been good action.

Keywords: Relationship Marketing

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir dengan judul “Evaluasi Penerapan Strategi Relationship Marketing pada The Park Mall Solo Baru” telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan guna mencapai gelar Ahli Madya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNS

Surakarta, Mei 2015

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



**Dra. Ig. Sri Seventi, MSi**

**NIP. 19550731 198203 001**

**PENGESAHAN****Tugas Akhir dengan Judul:****EVALUASI PENERAPAN STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING*  
PADA THE PARK MALL SOLO BARU**

Telah disahkan dan diterima oleh tim penguji Tugas Akhir Program Studi  
Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret  
Surakarta

Surakarta, Mei 2015

Tim Penguji Tugas Akhir:

1. Ahmad Mujahid, SE., M.Sc  
NIP. 1979111820130201
2. Dra. Ig. Sri Seventi, Msi  
NIP. 19550731 198203 001

  
(.....)  
Penguji  
(.....)  
Pembimbing

**SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA)**

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret :

Nama : Maria Tyas Siwi Rosari  
NIM. : F3212048  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul Tugas akhir : Evaluasi Penerapan Strategi Relationship Marketing Pada  
The Park Mall Solo Baru

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir Yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijasah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta,  
Mahasiswa



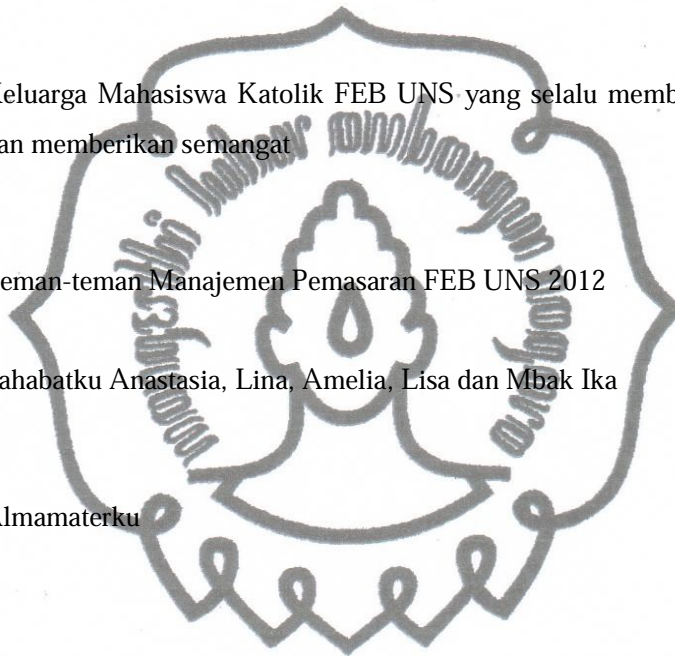
Maria Tyas Siwi Rosari  
NIM. F3212048

## MOTTO

- Hidup tanpa mempunyai TUJUAN sama seperti “Layang-layang putus”. Miliki tujuan dan PERCAYALAH anda dapat mencapainya
- Orang sukses takkan mengeluh bagaimana kalau akan gagal, namun berusaha bagaimana untuk berhasil
- Kebencian hanya akan merugikan diri sendiri, tersenyumlah ketika disakiti. Hati tanpa benci membentuk jiwa yang tegar dan damai
- Kebahagiaan tidak ditentukan oleh orang lain. Apa yang kamu lakukan hari ini menentukan kebahagiaanmu di masa depan
- Jangan terlalu bergantung pada orang lain. Faktanya kamu lebih kuat dari apa yang kamu pikirkan hanya kamu tidak mempercayainya
- Janganlah berdoa untuk hidup yang mudah tetapi berdoalah untuk menjadi manusia yang tangguh

## PERSEMBAHAN

- Orang tua dan kakakku tercinta yang selalu memberikan doa dan kasih sayang yang tulus
- Keluarga Mahasiswa Katolik FEB UNS yang selalu membawa keceriaan dan memberikan semangat
- Teman-teman Manajemen Pemasaran FEB UNS 2012
- Sahabatku Anastasia, Lina, Amelia, Lisa dan Mbak Ika
- Almamaterku





## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar ahli madya program Diploma III program studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan penulisan Tugas Akhir ini:

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitru, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Drs. Djoko Purwanto MBA selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Dra.Ig, Sri Seventi, MSi selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah berkenan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas ini
4. Seluruh staf kantor manajemen The Park Mall Solo Baru yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian dan memberikan pengalaman kerja yang sangat baik kepada penulis

Dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca guna kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis pada khususnya.

Surakarta, Mei 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Metode Penelitian.....	3
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	
1. Marketing.....	6
2. Strategi Pemasaran.....	8

3. Relationship Marketing .....	11
4. Pelanggan .....	15
B. KerangkaPemikiran .....	17
BAB III PEMBAHASAN	
A. Gambaran Perusahaan .....	19
B. LaporanMagangKerja.....	27
C. PembahasanMasalah.....	31
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	40
B. Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA .....	42
LAMPIRAN	

**DAFTAR TABEL**

III.1 Kegiatan Magang ..... 28

III. 2 Data Konsumen Berupa Alamat Email ..... 34

III.3 Promo *Tenant* The Park Mall ..... 38



## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
3.1 Logo The Park Mall Solo Baru.....	20
3.2 Struktur Organisasi The Park Mall Solo Baru.....	22
3.3 <i>The Park Privilege Card</i> .....	33

