

IMPLEMENTASI *CUSTOMER BONDING* PADA INUL VIZTA YOGYAKARTA

Wildan Rizki Nurdiana

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak implementasi *customer bonding* terhadap perusahaan, salah satu perusahaan yang menerapkan adalah Inul Vizta Yogyakarta. Bagi Inul Vizta Yogyakarta, konsumen adalah aset penting, tanpa pelanggan, Inul Vizta Yogyakarta tidak akan bisa menjalani aktifitas bisnisnya. *Customer bonding* adalah strategi mempertahankan konsumen, keberhasilan *customer bonding* ini diukur dari persepsi konsumen tentang aktifitas pelaksanaan yang sudah dilakukan Inul Vizta Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisis implementasi *customer bonding* dilakukan melalui lima tingkatan, *awareness bonding*, *identity bonding*, *relationship bonding*, *community bonding*, dan *advocacy bonding* yang sudah dilakukan Inul Vizta Yogyakarta dan persepsi pelanggan terhadap setiap aktifitasnya. Berdasarkan pengolahan data menggunakan metode *arithmetic mean* dan skala pengukuran *likert*. Implementasi *customer bonding* pada Inul Vizta Yogyakarta dipersesikan cukup baik dengan skor 3,33.

Kata Kunci : *Implementasi Customer Bonding, Persepsi Konsumen.*

CUSTOMER BONDING IMPLEMENTATION IN INUL VIZTA YOGYAKARTA

Wildan Rizki Nurdiana

Abstract

This study aims to determine the impact of customer bonding implementation on the company, one of which that apply is Inul Vizta Yogyakarta. For Inul Vizta Yogyakarta, consumers are an important asset because without customers, Inul Vizta Yogyakarta will not be able to carry out its business activities. Customer bonding is a consumer retention strategy. The success of customer bonding is measured by consumers' perceptions of the implementation activities that Inul Vizta Yogyakarta has done. This study uses descriptive methods with qualitative and quantitative approaches. Customer bonding implementation analysis is carried out through five levels, awareness bonding, identity bonding, relationship bonding, community bonding, and advocacy bonding that has been carried out by Inul Vizta Yogyakarta and customer perceptions of each activity. Based on data processing using arithmetic method mean and likert measurement scale, the implementation of customer bonding in Inul Vizta Yogyakarta is quite good with a score of 3.33.

Keywords: *Customer Bonding Implementation, Consumer Perception.*