

## ABSTRAK

Dewasa ini, perkembangan perusahaan-perusahaan di Surabaya semakin sulit dan kompetitif. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang mampu menghadirkan kemudahan dan kecepatan akses informasi, berkontribusi pada semakin cerdas dan canggihnya konsumen di era milenium baru ini. Konsumen masa kini semakin sulit dipuaskan. Konsekuensinya, perusahaan tidak bisa *survive* tanpa kemampuan memahami setiap pelanggan serta menawarkan produk dan jasanya yang lebih *ter-costumized* kepada pelanggan. Untuk mengatasi ketidaksetiaan pelanggan, maka perusahaan harus menciptakan hubungan baik yang terus-menerus dengan pelanggan, yaitu melalui *relationship marketing*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas program *relationship marketing* di PT Rapindo Plastama di Surabaya melalui tiga komponennya, yaitu *financial benefits*, *social benefits*, dan *structural ties*.

Konsep yang digunakan adalah konsep dari Boove, et al (1995;646) : "*Relationship marketing is strategy to build long term customer loyalty that is based on becoming partners with customers and doing everything possible to contribute their success*". *Relationship marketing* adalah strategi untuk membangun kesetiaan pelanggan dalam jangka panjang dengan menganggap *customer* sebagai mitra dan melakukan segala sesuatu yang memungkinkan untuk kontribusi kesuksesan perusahaan.

Jenis penelitian ini digolongkan ke dalam jenis penelitian deskriptif, yaitu menggambarkan fenomena atau gejala yang terjadi pada PT Rapindo Plastama dalam melaksanakan program *relationship marketing*.

Rekomendasi untuk PT Rapindo Plastama pada komponen *financial benefits* adalah mengembangkan *relationship marketingnya* untuk desain jasa/logo dengan jasa/ide-ide kreatif untuk memenuhi keinginan konsumen pada saat gambar/logo awal perusahaan pelanggan tidak *matching* dengan warna/tipe plastik yang diinginkan pelanggan. Untuk *social benefits* perlu lebih kreatif dalam ikatan sosial, misalnya pemberian souvenir, yang melebihi harapan pelanggan. Sedangkan komponen *structural ties* diperlukan *customer gathering*.