

Memahami pengaruh manajemen hubungan pelanggan terhadap retensi pelanggan dalam jasa perbankan

Adri Cahyo Wiwoho, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=102194&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian pada customer relationship management dan pengaruhnya terhadap retensi pelanggan memberikan beberapa hasil yang dapat dijadikan panduan dalam mempertahankan pelanggan dan membuat pelanggan tetap setia kepada perusahaan. Dalam melakukan retensi pelanggan, perusahaan tentunya harus lebih memperhatikan dalam menciptakan pelanggan yang berkomitmen, seperti memberikan kepuasan yang lebih baik dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan meningkatkan affective commitment dengan mengubah level Relationship Marketing dari yang bersifat financial menjadi yang bersifat social dan melakukan sebuah loyalty program yang baik.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan retensi pelanggan seperti misalnya, melakukan inovasi dan pengembangan dari bentuk loyalty program, melakukan perhajian clan pengembangan secara terus-menerus untuk dapat menjaga agar kualitas pelayanan dapat menjadi lebih baik lagi serta memfokuskan diri pada pelanggan yang paling setia sebagai bagian dari prinsip utama Customer Relationship Management tentunya dengan menggunakan data yang disimpan dalam sistem data base pelanggan yang saling terhubung satu dengan lainnya serta memperkuat database pelanggan dengan menggunakan sistem operasional yang lebih baik.

<hr>

Research into Customer Relationship Management and its affect on Customer Retention have shown some positive results for the establishment and maintenance of increased customer loyalty to company. In order to expand customer retention, a company must give more attention to generating customer commitment such as by providing more satisfaction by increasing quality of services and affective commitment by shifting relationship marketing level from financial to social level and perform a good loyalty program.

There are a number of ways to increase customer retention such as, inovation and development of loyalty program, periodic improvement and development of quality services and focusing on loyal customers as a main principle of customer relationship management using customer database system to strengthening customer database with reliable operating system.