Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Pengaruh layanan purna jual terhadap nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan: Studi pemasaran relasional pada PT. Toyota Astra Motor

Suratmin Suria Wijaya, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=109213&lokasi=lokal

---

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir ini, konsep pemasaran (marketing) sudah berkembang sangat cepat. Sejak mass marketing muncul pada tahun 1950-an dengan strategi produksi massal untuk menekan biaya produksi seminimal mungkin, kemudian target market pada tahun 1980-an, dan customize marketing pada tahun 1990-an sampai era globalisasi tahun 2000-an ini, dimana konsep pemasaran telah berkembang menjadi one to one marketing dengan salah satu strategi yang paling popular adalah customer relationship marketing yaitu strategi pemasaran yang berbasis hubungan.

Pelanggan semakin rewel, semakin demanding. Mereka membutuhkan lebih darn sekedar transaksi. Mereka butuh dikenali, dicukupi kebutuhannya, diberikan reward dan tentunya kualitas layanan yang prima. Perilaku pelanggan yang terus berubah seperti ini membuat perusahaan harus dapat menterjemahkan harapan dan keinginan pelanggan darn perspektif pelanggan, bukan dari perspektif perusahaan. Disisi lain perusahaan juga harus bisa mengantisipasi ancaman kompetitor lain yang mungkin akan melakukan hal yang sarna atau bahkan mungkin melampaui apa yang telah dilakukan perusahaan saat ini.

Sukses sebuah perusahaan tidak terlepas darn peranan para pelanggan, oleh karena itu perusahaan hares dapat mempertahankan pelanggan agar terns menerus dan berulang-ulang menggunakan atau memanfaatkan produk dan layanan kita, akan tetapi mempertahankan pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah.

Kendala utama sulitnya mempertahankan pelanggan adalah customer cost yang mahal dan cenderung meningkat. Survei membuktikan bahwa retensi pelanggan didasarkan atas nilai unik (unique value) yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. nilai unik ini diciptakan dalam benak pelanggan. Karena itu, benak pelanggan hams menjadi titik tolak dalam pembuatan strategi pelanggan yang efektif. Salah satu cara untuk dapat mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan layanan puma jual yang berkualitas sehingga hubungan antara pelanggan dan perusahaan terus berkelanjutan.

Pada penelitian ini akan dianalisis bagaimana layanan purna jual berpengaruh terhadap nilai, kepuasan, loyalitas dan word of mouth pelanggan dalam perspektif pemasaran relasional.