



**IBIK**

# Memahami Konsep Proses Hubungan Pelanggan

Dr. Adil Fadillah, SE., MM.



## Proses Hubungan Pelanggan

- Hubungan Pelanggan
- Kualitas
- Mengapa kita perlu membina Hubungan Pelanggan

# Agenda

01

**Hubungan Pelanggan**

02

**Kualitas hubungan**

03

**Mengapa perusahaan membina hubungan dengan konsumen dan pemasok**

04

**Kepuasan pelanggan, loyalitas dan kinerja bisnis**

05

**Satisfaction-profit chain**





## Hubungan Pelanggan

# Hubungan

Sebuah hubungan terdiri dari rangkaian episode interaktif antara pihak-pihak terkait dari waktu ke waktu.

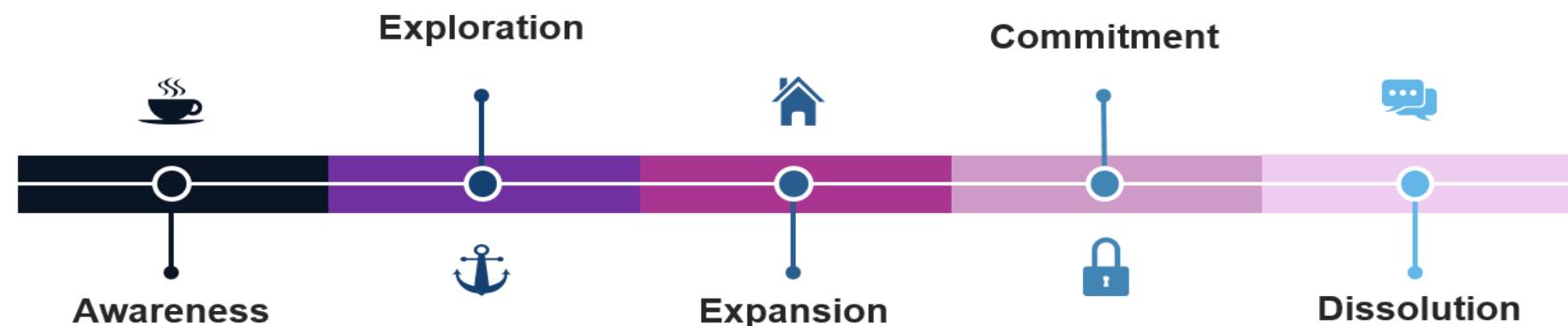
[https://youtu.be/9d\\_22U8OW2I](https://youtu.be/9d_22U8OW2I)



# Hubungan Pelanggan

## Perubahan dalam hubungan konsumen-pemasok

Fase umum hubungan pelanggan-pemasok (Dwyer):





## Hubungan Pelanggan

### Diskusi

**Menurut Saudara, hal apa yang harus menjadi perhatian dalam membina hubungan dengan pelanggan?**

[https://youtu.be/9d\\_22U8OW2I](https://youtu.be/9d_22U8OW2I)





## Hubungan Pelanggan

# ATRIBUT HUBUNGAN

Trust

Commitment

Kebajikan, kejujuran, kompetensi



Kualitas  
Hubungan

Kepercayaan  
Komitmen  
Kepuasan hubungan  
Tujuan bersama  
Norma kerja sama



# Mengapa perusahaan membina hubungan dengan konsumen dan pemasok

## → Alasan EKONOMI

Perusahaan akan memperoleh profit yang lebih baik bila dapat mengelola basis pelanggan untuk mengidentifikasi, memperoleh, memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan.



# Mengapa perusahaan membina hubungan dengan konsumen dan pemasok

## Perjalanan seorang konsumen

Suspect	Does the potential customer fit your target market profile?
Prospect	The customer fits the target market profile and is being approached for the first time.
First-time customer	The customer makes a first purchase.
Repeat customer	The customer makes additional purchases. Your offer plays a minor role in the customer's portfolio.
Majority customer	The customer selects your company as supplier of choice. You occupy a significant place in the customer's portfolio.
Loyal customer	The customer is resistant to switching suppliers, and has a strong positive attitude to your company or offer.
Advocate	The customer generates additional referral dollars through positive word-of-mouth.



Mengapa  
perusahaan  
membina  
hubungan  
dengan  
konsumen  
dan pemasok

## Perusahaan - Konsumen

Mengelola retensi

- Mengurangi biaya pemasaran
- Meningkatkan wawasan pelanggan

Mengapa perusahaan memilih tidak berhubungan dengan konsumen

- *Loss of control*
- *Exit costs*
- *Resource commitment*
- *Opportunity costs*



Mengapa  
perusahaan  
membina  
hubungan  
dengan  
konsumen  
dan pemasok

## Konsumen - Pemasok

Mengurangi resiko.

### Kemungkinan Resiko tinggi

- *Product complexity*
- *Product strategic significance*
- *Service requirements*
- *Purchase cost*
- *Reciprocity*



# Mengapa perusahaan membina hubungan dengan konsumen dan pemasok

## Konsumen - Pemasok

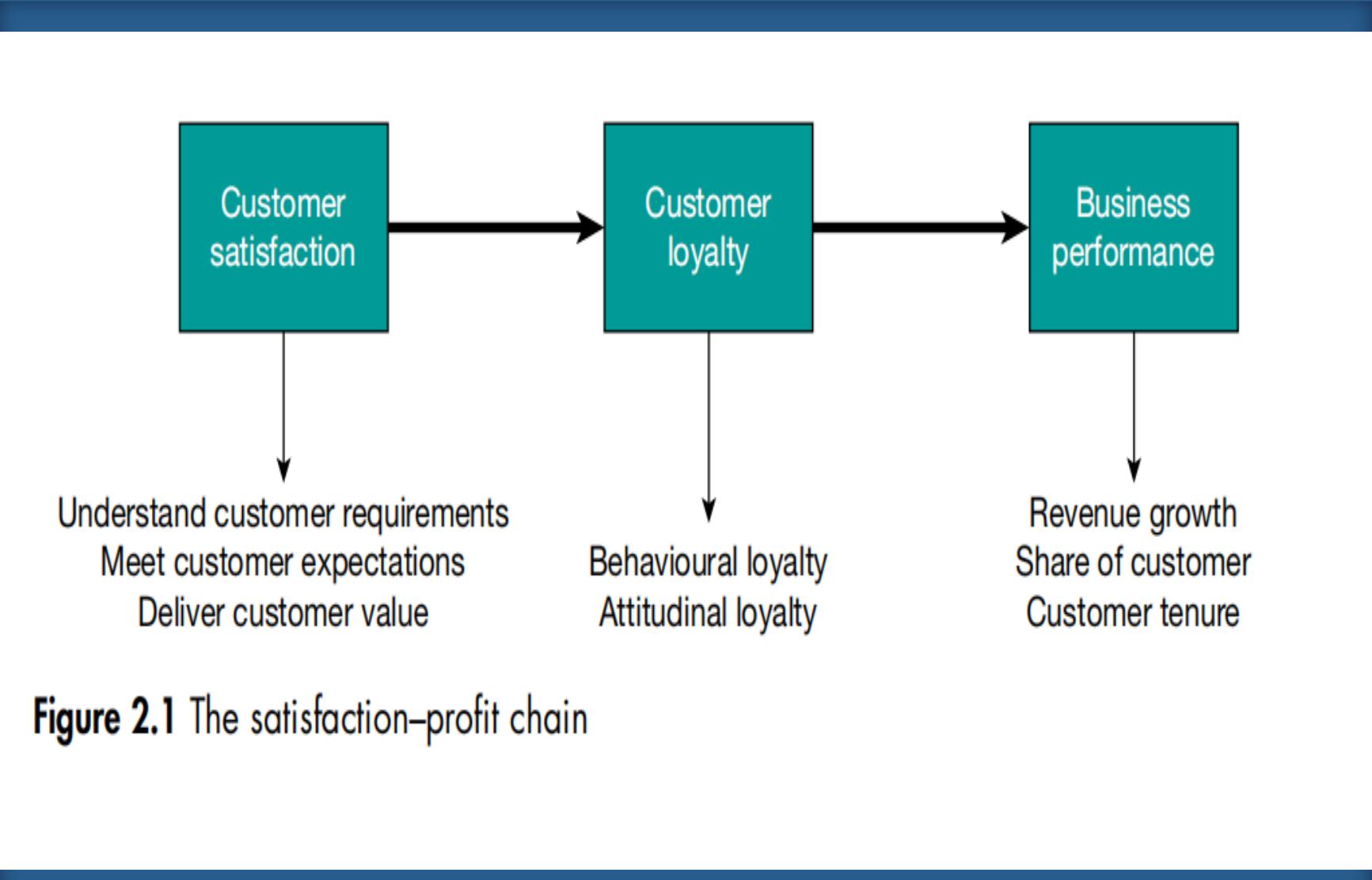
- *Kompleksitas produk (Product complexity)*
- *Signifikansi strategi produk (Product strategic significance)*
- *Persyaratan layanan (Service requirements)*
- *Biaya pembelian (Purchase cost)*
- *Timbal balik (Reciprocity)*
- *Pengakuan (Recognition)*
- *Personalisasi (Personalization)*
- *Kekuasaan (Power)*
- *Status*
- *Afiliasi (Affiliation)*

## Mengapa konsumen memilih tidak berhubungan dengan pemasok

- *Takut terhadap ketergantungan (Fear of dependency)*
- *Kurangnya nilai yang dirasakan dalam suatu hubungan (Lack of perceived value in the relationship)*
- *Kurangnya kepercayaan terhadap pemasok (Lack of confidence in the supplier)*
- *Pelanggan tidak memiliki orientasi relasional (Customer lacks relational orientation)*
- *Perubahan teknologi yang cepat (Rapid technological changes)*

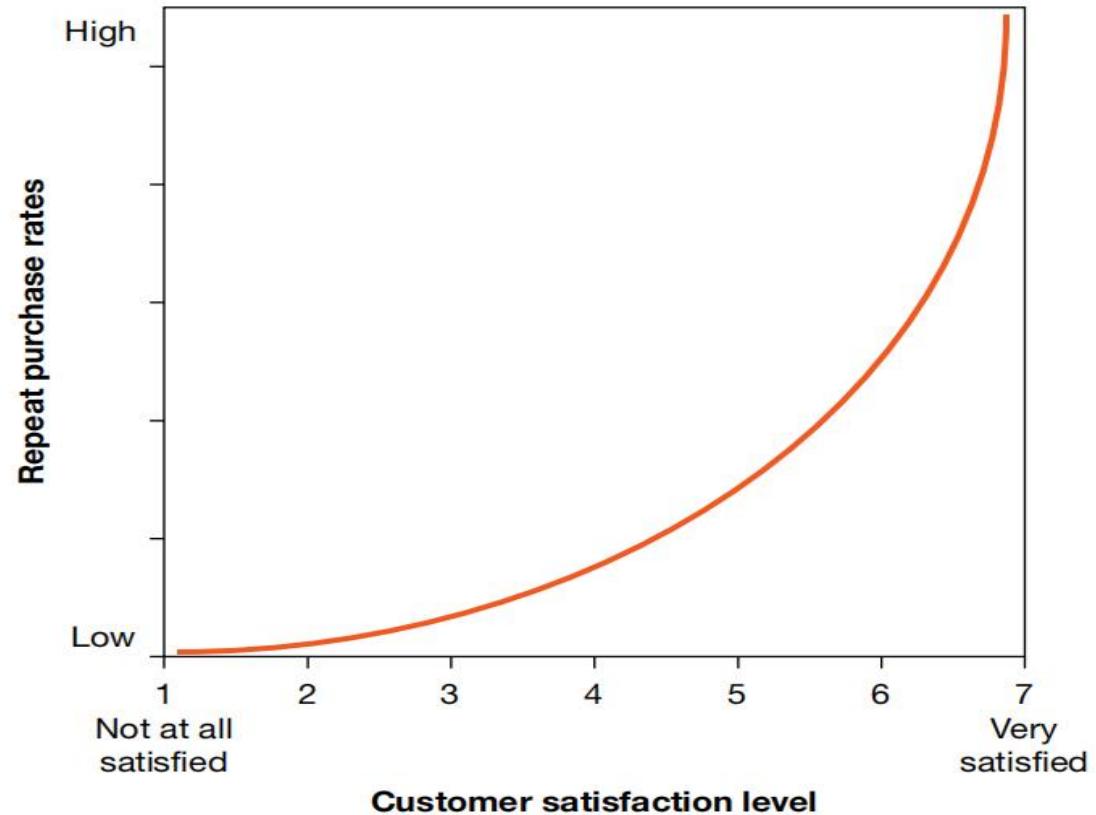


# Kepuasan pelanggan, loyalitas dan kinerja bisnis





# Satisfaction-profit chain



**Figure 2.5** Non-linear relationship between customer satisfaction and repeat purchase



# Satisfaction-profit chain

<https://youtu.be/2IXh2n0aPyw>



**IBIK**

**TERIMA KASIH**

Manajemen Hubungan Pelanggan