

Manda Wulan Dahliani (2004). "Pengaruh Pelatihan Psikologi Pemasaran terhadap Orientasi Pelanggan Tenaga Pemasaran". Skripsi Sarjana Strata I. Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh pelatihan psikologi pemasaran terhadap orientasi pelanggan pada tenaga pemasaran PT Nawata Kurnia Putra, Surabaya. Orientasi pelanggan merupakan penjualan yang berorientasi pada pelanggan sebagai perwujudan konsep pemasaran di dalam interaksi antara individu penjual dan pelanggannya. Model penjualan ini berorientasi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan jangka panjang. Salah satu cara meningkatkan kemampuan tenaga pemasaran yang berorientasi terhadap pelanggan adalah dengan mengadakan pelatihan psikologi pemasaran yang diharapkan mampu mengungkap aspek psikologis. Pelatihan psikologi pemasaran adalah suatu metode pelatihan untuk meningkatkan orientasi seseorang (dalam hal ini tenaga pemasaran) terutama pada pelanggannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah tenaga pemasaran yang bekerja di PT Nawata Kurnia Putra sebanyak 14 orang. Sampel yang diambil adalah tenaga pemasaran berjenis kelamin laki-laki yang telah bekerja minimal 2 tahun, berusia antara 25-35 tahun dengan tingkat pendidikan akhir minimal SMU-sederajat. Oleh karena itu teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Pada penelitian ini sampel yang menjadi subyek penelitian terbagi menjadi 3 orang kelompok eksperimen dan 3 orang kelompok kontrol, yang sebelumnya telah dilakukan tes inteligensi dan gaya berpikir. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental dengan menggunakan rancangan atau desain penelitian *Nonrandomized Control Group Pretest-Posttest*, dimana sebelum pelatihan dilakukan uji *pretest* dan setelah pelatihan dilakukan *posttest* orientasi pelanggan dari SOCO Scale baik pada kelompok kontrol maupun kelompok eksperimen. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain: wawancara, angket, test CFTT (IQ) dan tes MBTI (gaya berpikir), serta observasi. Analisa data menggunakan uji analisis non-parametrik Kolmogorof-Smirnov yang dibantu dengan SPSS versi 11.0.

Hasil uji hipotesa menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh pelatihan psikologi pemasaran terhadap orientasi pelanggan, dengan  $p > 0.05$  atau  $p = 0.109$ . Ada pengaruh gaya berpikir dan inteligensi terhadap orientasi pelanggan dengan  $p < 0.05$  atau  $p = 0.028$ . Dengan demikian hipotesa yang menyatakan bahwa ada pengaruh pelatihan psikologi pemasaran terhadap orientasi pelanggan pada tenaga pemasaran PT Nawata Kurnia Putra ditolak. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan jumlah sampel yang lebih besar serta perlu diteliti karakter kepribadian subyek, sedangkan untuk perusahaan hendaknya mengadakan pelatihan psikologi untuk meningkatkan orientasi terhadap pelanggan juga dalam proses seleksi karyawan terutama pada bagian pemasaran untuk mempertimbangkan gaya berpikir dan inteligensinya.