

**PERANAN PSIKOLOGI LAYANAN DALAM MEMBANGUN
KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN PELANGGAN
MELALUI CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING**

Noviaty Kresna Darmasetiawan
Jenu Wijaya Tanjung,

Jurusan Manajemen
Laboratorium Manajemen Sumber Daya Manusia
Laboratorium Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya

Abstrak

Peranan ilmu psikologi khususnya Psikologi Layanan untuk memahami gambaran kondisi psikologis atau *psychograph* dari karyawan maupun pelanggan telah lama diakui kegunaannya. Tiap orang dalam hal ini tiap karyawan maupun tiap pelanggan tentu mempunyai *psychograph* yang berbeda-beda. Hal tersebut menyebabkan tiap karyawan mempunyai konsep, persepsi yang berbeda-beda tentang kualitas layanan, maupun efektivitas layanan. Pelanggan tentu saja juga akan mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap kualitas maupun efektivitas layanan, tergantung dari latar belakang budaya yang berbeda, pendidikan, tingkat sosial, pengalaman psikologis dan sebagainya. Hal tersebut tentunya menyulitkan pelaksana layanan, yang dalam hal ini adalah para karyawan, untuk membangun kepuasan, kepercayaan dan komitmen pelanggan. Sungguh suatu hal yang sulit, karena pada dasarnya manusia itu unik, tidak ada yang persis sama.

Paper ini akan mengulas bagaimana peranan Psikologi Layanan dalam membangun konsep, dan persepsi yang sama untuk para karyawan terhadap kualitas layanan dan efektivitas layanan. Juga akan dibahas peranan Psikologi Layanan untuk membangun kepuasan, kepercayaan dan komitmen pelanggan, yang dipadukan dengan konsep *marketing* yang mengutamakan pelayanan prima saat ini, yaitu konsep *Customer Relationship Marketing (CRM)*.

Pemahaman terhadap *Psychograph* Karyawan, pada akhirnya akan sangat berguna dalam membangun kesamaan konsep maupun persepsi dari karyawan akan pentingnya kualitas dan efektivitas layanan yang merupakan kunci untuk penerapan *Customer Relationship Marketing*. Sedangkan pemahaman terhadap *Psychograph* pelanggan, pada akhirnya akan sangat berguna untuk meningkatkan kualitas dan efektifitas layanan para karyawan terhadap pelanggan, yang pada akhirnya merupakan kunci untuk membangun kepuasan, kepercayaan dan komitmen yang hendak dicapai melalui konsep *Customer Relationship Marketing*.

Kata kunci : *psychograph, karyawan, pelanggan, kualitas layanan, efektifitas layanan, Customer Relationship Marketing, kepuasan, kepercayaan, komitmen*