

DMH2E3 – PEMASARAN JASA

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

POKOK BAHASAN 10 : SUMBER DAYA MANUSIA (PEOPLE), KEPUASAN & LOYALITAS

Widya Sastika, ST., MM.

D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan

PLEASE RATE YOUR EXPERIENCE:



LOVE IT!

NICE

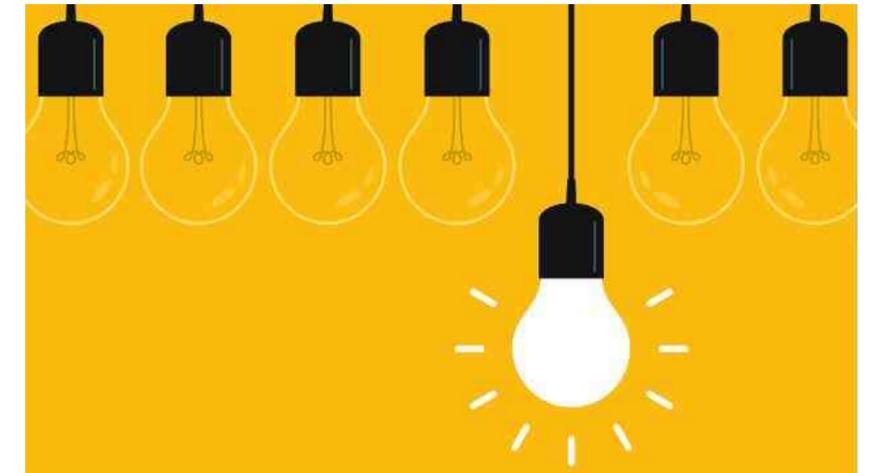
SAD...

NO WAY!

THANK YOU!

LEARNING OBJECTIVE

1. Mahasiswa mampu memahami mengenai people
2. Mahasiswa mampu memahami mengenai peran penting sdm dalam perusahaan jasa
3. Mahasiswa mampu memahami mengenai kepuasan
4. Mahasiswa mampu memahami mengenai service quality
5. Mahasiswa mampu memahami tantangan loyalitas



SUMBER DAYA MANUSIA (PEOPLE)

▶ “The only way we can beat the competition is with people”

(Salah satu cara menghadapi tantangan persaingan adalah dengan SDM)

Robert J. Eaton (CEO Chrysler Corporation)



SUMBER DAYA MANUSIA (PEOPLE)



- ❖ Kesuksesan pemasaran jasa sangat bergantung pada SDM yang dimiliki
- ❖ Untuk mencapai hasil yang optimal diperlukan keterlibatan langsung penyedia jasa dengan konsumen

SUMBER DAYA MANUSIA (PEOPLE)



PERAN PENTING SDM DALAM PERUSAHAAN JASA

1. Contractors

2. Modifiers

3. Influencers

4. Isolateds



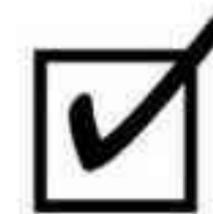
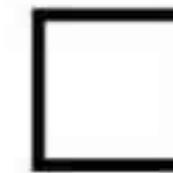
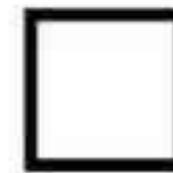
SERVICE QUALITY



KEPUASAN

❖ Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

❖ Manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan (customer satisfaction) yang tinggi, akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran



LOYALITAS

Loyalitas berarti pelanggan terus melakukan pembelian secara berkala. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa.





감사합니다 Natick
Grazie Danke Ευχαριστίες Dalu
Thank You Köszönöm
Спасибо Dank Gracias
谢谢 Merci Seé
ありがとう

Obrigado

