

## MATRIKS PENELITIAN

Wendy Joannita (1305320)

### KOMUNIKASI INTERPERSONAL MOSLEM FASHION ASSISTANT DENGAN PELANGGAN LOYAL DALAM KONTEKS RELATIONSHIP MARKETING

(Studi Kasus pada Showroom Shafira di Bandung)

Latar Belakang	Tujuan Penelitian	Kesimpulan	Rekomendasi
Pelayanan dan komunikasi yang dilakukan tenaga penjual sangat penting untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa tenaga penjual adalah rekannya yang memahami, peduli dan memberikan pelayanan terbaik maka terbentuk hubungan interpersonal antara tenaga penjual dan pelanggan yang mampu menjadikan pelanggan lebih loyal kepada perusahaan. Seperti strategi pemasaran	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) komunikasi interpersonal moslem fashion assistant dalam membangun hubungan dengan pelanggan loyal Shafira, (2) mendeskripsikan komunikasi interpersonal moslem fashion assistant dalam menjaga kepercayaan pelanggan loyal Shafira, (3) mendeskripsikan komunikasi interpersonal moslem fashion assistant dalam menjaga komitmen pelanggan loyal	(1) Moslem Fashion Assistant (MFA) melakukan penyesuaian sikap, bahasa dan mempelajari karakter pelanggan untuk menangani pelanggan dan menciptakan kesan yang baik sejak membangun kontak awal dengan pelanggan Shafira. Hal ini mengacu pada standar pelayanan Shafira yang menerapkan salam, bersikap ramah, komunikatif, sopan dan responsif untuk dapat membangun hubungan dengan baik.	(1) Penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan loyal saja dengan tingkat keakraban yang berbeda-beda. Untuk selanjutnya disarankan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggali lebih dalam kedekatan hubungan antara MFA dengan pelanggan mengingat waktu dan perizinan yang terbatas. (2) Peneliti melihat bahwa MFA memiliki hambatan dalam hal menangani pelanggan yang berbeda bahasa dan budaya. Peneliti menyarankan agar MFA

<p>hubungan (relationship marketing) yang diterapkan oleh retail busana muslim Shafira. Shafira mengembangkan relasi yang lebih dari sekadar antara penjual dan pembeli dengan membangun kedekatan emosional. Hal ini dilakukan secara personal oleh Moslem Fashion Assistant (MFA) dengan para pelanggan Shafira. Selain membangun hubungan yang berkelanjutan, komunikasi yang dilakukan MFA diharapkan dapat membangun kepercayaan dan pemahaman pelanggan terhadap produk, membentuk komitmen untuk saling menjaga hubungan, memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dan menangani konflik maupun mengantisipasinya.</p>	<p>Shafira, (4) mendeskripsikan komunikasi interpersonal moslem fashion assistant dalam mengatasi konflik dengan pelanggan loyal Shafira, (5) mendeskripsikan komunikasi interpersonal moslem fashion assistant dalam menjaga komitmen dengan pelanggan loyal Shafira,</p>	<p>(2) Agar kepercayaan pelanggan dapat dijaga, MFA menyadari bahwa kelebihan dan kekurangan produk perlu dijelaskan kepada pelanggan, dengan tidak memuat komentar negatif terhadap produk. (3) Dalam pemenuhan janji, yakni dengan memaksimalkan pemenuhan harapan dan keinginan pelanggan terhadap produk, MFA mengatakan bahwa penting untuk dapat mengenali pelanggan secara keseluruhan terkait warna, ukuran, selera produk agar dapat menawarkan produk secara tepat. (4) Pada faktor penanganan konflik, MFA berusaha meminimalisir konflik dengan pelanggan, namun dikatakan bahwa konflik bisa terjadi karena faktor ketidakpuasan dan kesalahpahaman komunikasi. Jika hal tersebut terjadi,</p>	<p>memperkaya wawasan untuk menangani pelanggan yang berasal dari luar Jawa Barat. (3) Adapun bagi pelanggan, diharapkan agar lebih terbuka dalam menyampaikan masukan, harapan dan kebutuhannya kepada perusahaan. (4) Pihak perusahaan diharapkan dapat memberikan pelatihan secara berkala kepada MFA untuk meningkatkan wawasan dan memperbarui tren fesyen. Selain itu, peneliti berharap agar perusahaan dapat bekerjasama dan memberikan izin untuk penelitian selanjutnya yang bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>penyelesaian konflik dilakukan dengan melakukan konfirmasi atau follow up informasi dan bertukar solusi dengan pelanggan.</p> <p>(5) Dalam menjaga komitmen pelanggan, MFA mengungkapkan bahwa tidak hanya mengandalkan komunikasi secara tatap muka, namun dibutuhkan proses follow up secara personal maupun melalui online grup seperti <i>whatsapp</i>, atau melalui SMS dan telepon. Mereka juga memilih waktu yang tepat untuk berkomunikasi dengan pelanggan meskipun hanya sekedar menanyakan kabar. Perusahaan maupun MFA juga memberikan dukungan sosial untuk membangun rasa kekeluargaan seperti mengucapkan selamat ulang tahun, menjenguk, atau melakukan kunjungan kepada</p>	
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

		pelanggan.	
--	--	------------	--