

Perancangan model penilaian kinerja customer relationship management dalam industri perbankan menggunakan metode analytic hierarchy process

Lydia Martun, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247840&lokasi=lokal>

Abstrak

Customer Relationship Management adalah pendekatan untuk mengorganisasi interaksi perusahaan dengan pelanggan yang dimulai dengan suatu sudut pandang berfokus pada pelanggan. Pada dasarnya, alasan perusahaan mengadopsi CRM adalah untuk meningkatkan ketahanan pelanggan (customer relation) dan kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Berbagai riset yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan daripada menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, dalam upaya memenangkan nasabah, industri perbankan nasional mulai menerapkan CRM. Hal ini juga memicu kebutuhan pengukuran kinerja CRM yang dapat memberikan gambaran kepada manajer bagaimana kebijakan dan program CRM bekerja.

Dalam penelitian ini dirancang model untuk melakukan penilaian kinerja Customer Relationship Management dalam industri perbankan dengan metode Analytic Hierarchy Process. Pertama-tama kriteria dan sub kriteria sebagai indikator kinerja CRM dipilih dan dibobotkan oleh para ahli, lalu dibuat model penilaian kinerja untuk CRM dalam industri perbankan berdasarkan kriteria dan sub kriteria tersebut. Hasil yang diperoleh adalah model penilaian kinerja untuk CRM dalam industri perbankan. Suatu contoh penilaian kinerja untuk alternatif bank dibuat untuk menjelaskan kegunaan model itu.