

ABSTRAK

Karena sifat tak terlihat (*intangibility*) sudah merupakan ciri khas produk jasa, karyawan perusahaan jasa merupakan perwakilan langsung dari sebuah produk jasa yang dihasilkan. Oleh karenanya, kinerja karyawan perusahaan jasa sangat berperan bagi keberhasilan sebuah perusahaan jasa. Bagi sebuah perusahaan jasa, salah satu cara untuk bisa berhasil adalah dengan adanya kinerja dari karyawan perusahaan jasa yang berorientasi pada pelanggan. Orientasi karyawan pada pelanggan perusahaan jasa adalah salah satu cara untuk mencapai kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya diharapkan membuat pelanggan kembali lagi menggunakan jasa yang sama, dengan kata lain retensi pelanggan dapat dicapai.

Menurut Fornell dan Larcker (1981) dalam penelitian Hennig-Thurau dan Thurau (2003), Orientasi karyawan pada Pelanggan perusahaan jasa (*Customer Orientation of Service Employee - COSE*) terdiri dari: keahlian teknis (*technical skills*), keahlian sosial (*social skills*), motivasi (*motivation*), dan kewenangan membuat keputusan (*decision making authority*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Orientasi Karyawan pada Pelanggan (COSE) perusahaan jasa berpengaruh terhadap Komitmen Pelanggan (*customer commitment*), dan Retensi Pelanggan (*customer retention*). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Komitmen Pelanggan (*customer commitment*) terhadap Retensi Pelanggan (*customer retention*). Retensi pelanggan adalah tujuan akhir yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Model ini lalu diujikan secara empiris kepada sampel sebanyak 112 orang pelanggan asam sulfat di PT Gresik Cipta Sejahtera, dengan menggunakan teknik analisis jalur (*Path Analysis*) untuk menguji pengaruh orientasi karyawan pada pelanggan (COSE) terhadap komitmen pelanggan dan retensi pelanggan.

Dari hasil pengujian dan analisis, hipotesis pertama dan hipotesis ketiga diterima, sedangkan hipotesis kedua ditolak karena nilai *Critical Ratio* (CR) adalah -0.736 kurang dari 1.96 dengan tingkat signifikansi 0,462 lebih besar dari 0,05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa orientasi karyawan pada pelanggan (COSE) berpengaruh terhadap komitmen pelanggan dan komitmen pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan, sedangkan orientasi karyawan pada pelanggan (COSE) tidak berpengaruh terhadap retensi pelanggan.

Kata kunci : *Service Marketing, Distribution, Customer Orientation, Customer Commitment, Customer Retention*