

ABSTRAKSI

Dalam menghadapi situasi yang kompetitif, para penyedia jasa saat ini harus menyadari bahwa mempertahankan pelanggan lebih utama daripada mendapatkan pelanggan baru. Pandangan tersebut merupakan pandangan dari konsep *relationship marketing*, yang dikatakan sebagai paradigma pemasaran abad 21 (Peppers *et al.*, 1995). Komitmen untuk berhubungan (*relationship commitment*) merupakan kunci suksesnya *relationship marketing*. Menurut Dwyer, *et al.*, (1987) dalam Sharma dan Patterson (1999), *relationship commitment* dapat diartikan sebagai kesungguhan untuk menepati yang sudah disepakati didasari oleh kemauan dan kesadaran pribadi, baik secara implisit maupun eksplisit untuk tetap mempertahankan hubungan fungsional antara pihak-pihak yang berhubungan (penyedia jasa dengan kliennya). Menurut Gwinner *et al.*, Sharma *et al.*, dan Ping dalam Patterson dan Smith (2001), faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen untuk berhubungan (*relationship commitment*) terdiri dari kinerja teknis (*technical Performance*), ikatan sosial (*social bonds*), komunikasi (*communication*), biaya perpindahan (*switching costs*) dan daya tarik suatu pilihan (*alternative attractiveness*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja teknis (*technical Performance*), ikatan sosial (*social bonds*), komunikasi (*communication*), biaya perpindahan (*switching costs*) dan daya tarik suatu pilihan (*alternative attractiveness*) terhadap komitmen untuk berhubungan (*relationship commitment*) pelanggan salon Johnny Andrean Plaza Surabaya. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah lebih dari satu kali menggunakan jasa salon Johnny Andrean Plaza Surabaya yang kebetulan ditemui saat penyebaran kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis dengan menggunakan Regresi Linier Berganda. Persamaan regresi yang didapat sebagai pendekatan adalah:

$$Y = 0,522 + 0,170X_1 + 0,205X_2 + 0,154X_3 + 0,223X_4 + 0,201X_5$$

Hasil uji hipotesis dari analisis regresi menunjukkan bahwa variabel kinerja teknis (*technical Performance*), ikatan sosial (*social bonds*), komunikasi (*communication*), biaya perpindahan (*switching costs*) dan daya tarik suatu pilihan (*alternative attractiveness*) secara signifikan berpengaruh (baik secara bersama-sama maupun parsial) terhadap variabel komitmen untuk berhubungan (*relationship commitment*) pelanggan salon Johnny Andrean Plaza Surabaya. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang terdiri dari variabel kinerja teknis (*technical Performance*), ikatan sosial (*social bonds*), komunikasi (*communication*), biaya perpindahan (*switching costs*) dan daya tarik suatu pilihan (*alternative attractiveness*) mempengaruhi komitmen untuk berhubungan (*relationship commitment*) pelanggan salon Johnny Andrean Plaza Surabaya, terutama faktor biaya perpindahan (*switching costs*).