

## **BAB 4**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Cara menangani pelanggan yang mengeluh yaitu antara lain diperlakukan dengan serius, diperlakukan dengan penuh hormat, tindak lanjut masalah dengan segera, memberikan kompensasi atau ganti rugi atas masalah yang terjadi, memberikan teguran atau hukuman untuk karyawan, mejernihkan masalah sehingga tidak akan terulang kembali, dan yang terpenting adalah mendengarkan masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan.
- b. Penanganan keluhan akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas pada pelanggan sehingga pelanggan akan berfikir ulang apabila akan melakukan keluhan secara tidak baik kepada perusahaan.  
Perusahaan harus mampu memperbaiki kualitas layanan yang diterapkan dengan baik, karena jika pelanggan merasa tidak puas atas barang dan jasa yang diberikan perusahaan, secara tidak langsung pelanggan mengeluh tentang kualitas layanan perusahaan tersebut.

#### **4.2 Saran**

- 1) Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan dan diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga akan menciptakan kepuasan dan loyalitas perusahaan terlebih menghadapi pelanggan yang sedang mengeluh. Agar

terjalin hubungan yang kuat dengan pelanggan, caranya adalah dengan keterbukaan dan komunikasi, baik untuk hal yang baik maupun berupa keluhan. Sebuah sistem manajemen keluhan yang disusun dengan tepat dan efektif oleh suatu perusahaan, akan memudahkan perusahaan untuk memaksimalkan tingkat loyalitas pelanggan.

- 2) Dalam mengatasi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, hendaknya perusahaan dapat memberikan media yang tepat untuk menyalurkan kritik dan saran untuk para pelanggan yang mengalami kekecewaan. Beberapa media yang bisa digunakan oleh perusahaan adalah seperti kotak kritik dan saran, blanko keluhan pelanggan, layanan suara konsumen bebas pulsa atau petugas *customer service*. Perusahaan dapat mengelola keluhan pelanggan dan membuat sebuah solusi perbaikan dan perubahan agar usahanya dinilai semakin bermutu oleh pelanggan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Collier, Joel E., dan Bienstock, Carol C., 2006, Measuring service quality in e-retailing, *Journal of Service Research*, 8 (3), 260-275
- Foster, B., 2008, *Manajemen Ritel*, Bandung: Alfabeta.
- Gilbert, D., 2003, *Retail Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall Pearson Education Limited.
- Levy, M., & Weitz, B. A., 2009, *Retailing Management (7th Ed)*, New York: McGraw-Hill Irwin.
- Parasuraman, A., V.A, Z., & LL, B., 1988, A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp 12-40.
- Rangkuti, F., 2003, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R., 2004, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, D. P., 2009, Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pada Niat Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 1, pp 1-10.
- Tjiptono, F., 2007/2008, *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*, Yogyakarta: Andi.
- Wen Fan, Yi.Wu., Cheng-Chieh & Wu., Wei -Ting., 2010, The impacts of online retailing service recovery and perceived justice on consumer loyalty, *International Journal of Electronic Business Management*, 8 (3), 239-249.

Mengobati                      Kecewa                      Ala                      Carrefour,  
<http://rumahide.wordpress.com/2008/03/17/mengobati-kecewa-ala-carrefour/>, diakses 23 Juni 2014.