

## Pengaruh penanganan keluhan pada kepuasan konsumen

<sup>1</sup>Rosie Oktavia Puspita Rini, <sup>2</sup>Dewi Saparina Halibanon

<sup>1,2</sup> Akademi Pariwisata Nasional Indonesia

<sup>1</sup>[oktaviarosie@gmail.com](mailto:oktaviarosie@gmail.com), <sup>2</sup>[dewisaparinahalibanon@gmail.com](mailto:dewisaparinahalibanon@gmail.com)

### Abstrak

Pengaruh Penanganan Keluhan Pada Kepuasan Konsumen. Persaingan yang ketat mengharuskan setiap perusahaan untuk terus memuaskan para pelanggannya termasuk juga dalam penanganan keluhan. Ketidakpuasan konsumen dapat disebabkan oleh bermacam-macam hal dan nantinya akan menimbulkan keluhan kepada Perusahaan. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan pada kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan survey. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi adalah para konsumen yang mengalami keluhan pada kurun waktu maret-April 2020 sebanyak 100 responden, dengan sampel menggunakan total populasi. Hasil penelitian didapatkan hasil pengolahan uji koefisien determinasi mendapatkan hasil bahwa pengaruh penanganan keluhan (complaint handling) oleh staf hotel Terhadap kepuasan konsumen hotel sebesar 58,9% sementara itu sisanya sebanyak 41,1% dipengaruhi oleh factor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga disarankan Segala penanganan keluhan oleh staf hotel agar terus diterapkan sesuai standar dengan maksimal sehingga dapat terus meningkatkan kepuasan konsumen hotel.

**Kata kunci:** Keluhan, Kepuasan, Hotel

### Abstract

*The Effect of Complaint Handling on Consumer Satisfaction. Intense competition requires every company to continue to satisfy its customers, including in handling complaints. Consumer dissatisfaction can be caused by various things and will later give rise to complaints to the Company. The aim of this research is to determine the effect of complaint handling on consumer satisfaction. The method used is descriptive verification with a survey approach. The types of data used are primary data and secondary data. The population is 100 consumers who experienced meltdown in the period March-April 2020, with the sample using the total population. The research results obtained from processing the coefficient of determination test showed that the influence of complaint handling by hotel staff on hotel consumer satisfaction was 58.9%, while the remaining 41.1% was influenced by factors not examined in this research. So it is recommended that all complaint handling by hotel staff continue to be implemented according to maximum standards so that hotel customer satisfaction can continue to increase.*

**Keywords:** Complaints, Satisfaction, Hotel

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada saat ini telah diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat. Hal ini diakibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Perkembangan ini juga tentu mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, hal ini

jelas menarik para pelaku bisnis untuk berinvestasi menanamkan modalnya.

Perusahaan dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur dan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Perusahaan yang manufaktur, produk dapat dilihat diraba dan dapat dirasakan sehingga konsumen dapat tahu persis apakah barang

tersebut sesuai dengan keutuhan yang diinginkan. Lain dengan perusahaan jasa, produk tidak dapat dilihat ataupun diraba hanya bisa dirasakan, sehingga apabila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen tidak puas dan berakibat tidak loyal terhadap perusahaan jasa tersebut (Nugraha, 2012).

Ketidakpuasan konsumen dapat disebabkan oleh bermacam-macam hal dan nantinya akan menimbulkan keluhan kepada perusahaan. Heskett dan Sasser (1990) memaparkan bahwa penanganan keluhan adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk menyelesaikan dan belajar dari kegagalan jasa agar dapat mendirikan kembali kepercayaan di mata pelanggan. Perusahaan jasa yang baik wajib menangani keluhan tersebut dengan baik sehingga konsumen merasa ada perbaikan dari ketidakpuasan konsumen terhadap jasa yang diberikan sehingga dengan penanganan keluhan tersebut dapat timbul kepuasan dan loyalitas dari konsumen (Nugraha, 2012). Penanganan keluhan yang efektif memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang semula tidak puas menjadi puas terhadap produk atau jasa perusahaan atau bahkan bisa menjadi pelanggan yang abadi.

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Sulastiyono, 2011). Hotel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang dalam penerapannya sangat bergantung pada kualitas pelayanan, dalam hal ini untuk mencapai kepuasan konsumen.

Persaingan yang ketat mengharuskan setiap perusahaan untuk terus memuaskan para pelanggannya termasuk juga dalam penanganan keluhan. Menurut Lovelock dan Writz (2007:395) penanganan keluhan memerlukan prosedur bijaksana untuk menyelesaikan masalah dan menangani pelanggan tidak puas. Konsumen sangat mengharapkan respon yang cepat dan tepat terhadap keluhan yang dialaminya sehingga konsumen tidak kecewa.

Seiring perkembangan, hotel tidak hanya berfungsi sebagai penginapan saja, tetapi juga tempat untuk mengadakan pertemuan bagi para pelaku bisnis dan tempat bersantai yang digandrungi oleh anak-anak muda. Para pelaku bisnis perhotelan mencoba memanfaatkan peluang untuk menampung kebiasaan anak muda yang suka bersantai ataupun berkumpul bersama teman-temannya.

Hotel yang dibangun dengan nuansa modern minimalis ini terus mengalami pertumbuhan kunjungan, maka tidak dapat dipungkiri bahwa selama beroperasi akan dapat terjadi berbagai keluhan bila pelayanan yang diberikan tidak sempurna. Adanya keluhan disebabkan karena persepsi konsumen yang tidak sesuai dengan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Keluhan merupakan salah satu bentuk ekspresi kekecewaan dari konsumen atas pelayanan dari pihak pemberi jasa. Perusahaan perlu melakukan strategi yang mampu menangani keluhan dari para pelanggannya. Keluhan merupakan suatu jalan bagi pihak perusahaan untuk bisa mengerti dan memahami apa keinginan konsumen. Kritik atau keluhan haruslah bisa diterima oleh pihak perusahaan sebagai sebuah hadiah karena dengan adanya hal tersebut dapat membuat perusahaan terus berbenah dan mampu menutupi kekurangan yang ada.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Pendekatan penelitian cross-sectional Pendekatan ini dimaksudkan untuk meneliti aspek-aspek perilaku konsumen yang menggunakan waktu secara relatif singkat, misalnya

meneliti perubahan perilaku konsumen pada waktu tertentu, mempelajari nilai dan sikap konsumen terhadap suatu produk dalam momen waktu tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Holiday Inn Bandung Pasteur yang mengalami keluhan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil pada

bulan Maret-April 2020 yang berkunjung ke hotel Holiday Inn Bandung Pasteur dengan menggunakan Teknik accidental sampling. Skala pengukuran yang digunakan adalah a. Sangat setuju (bobot 4) b. Setuju (skala 3) c. Tidak setuju (skala 2) e. Sangat tidak setuju (skala 1). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$  dengan alpha 0,05 (5%).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1 Karakteristik Responden**

No	Variabel	Jumlah	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>			
1	Laki-laki	36	36%
2	Perempuan	64	64%
<b>Usia</b>			
1	18-25 tahun	68	68%
2	26-35 tahun	21	21%
3	36-50 tahun	9	9%
4	50-70 tahun	2	2%
<b>Pekerjaan</b>			
1	Direktur	1	1%
2	Ibu rumah tangga	1	1%
3	Karyawan	20	20%
4	Pelajar/ mahasiswa	60	60%
5	Seniman	4	4%
6	Tenaga medis	4	4%
7	Wiraswasta	10	10%

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 64 responden, sedangkan sisanya laki-laki yaitu 36 responden. Pada variabel umur responden pada diagram di atas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berusia 18-25 tahun

yaitu sebanyak 68%. Sedangkan yang paling sedikit adalah umur 50-70 yaitu hanya 2%. Pada variabel pekerjaan responden yang mayoritas adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 60 orang, dan yang paling sedikit adalah direktur dan ibu rumah tangga masing-masing 1%.

**Tabel 2 Hasil uji validitas dan reliabilitas penangan keluhan (X)**

No	Indikator	Pernyataan	r-hitung	r-tabel
1	Kecepatan penagnagan	Staff hotel cepat dalam menanggapi keluhan yang diajukan	0,639	0,197
		Staf hotel cepat dalam menangani keluhan yang diajukan	0,784	0,197
2	Penyelesaian masalah	Staf hotel memberikan Solusi keluhan dengan	0,745	0,197

		baik Staf hotel meyelesaikan keluhan dengan baik	0,740	0,197
3	Prosedur pengajuan komplain	Prosedur pengajuan keluhan ke hotel sangat mudah	0,571	0,197
		Prosedur pengajuan keluhan ke hotel membutuhkan waktu yang tidak lama	0,412	0,197

**Tabel 3 Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen**

No	Indikator	Pernyataan	r-hitung	r-tabel
1	Perasaan puas	Saya merasa puas dengan penanganan keluhan oleh staf hotel	0,681	0,197
		Saya merasa puas dengan penanganan keluhan oleh staf hotel	0,691	0,197
2	Loyalitas pelanggan	Saya akan kembali menginap di hotel ini	0,891	0,197
		Saya akan kembali menggunakan fasilitas di hotel ini	0,836	0,197
3	Rekomendasi	Saya akan merekomendasikan hotel ini kepada keluarga dan kerabat secara langsung	0,735	0,197
		Saya akan merekomendasikan hotel ini kepada keluarga dan kerabat dengan media sosial	0,765	0,917
4	harapan	Harapan saya Terhadap kualitas pelayanan hotel ini terpenuhi	0,892	0,917
		Harapan saya Terhadap kualitas pelayanan hotel ini terlampaui	0,768	0,917

Berdasarkan tabel diatas, semua instrumen kuesioner memiliki hasil r-hitung (r-uji) yang lebih besar dibandingkan dengan r-tabel. Dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang mewakili variabel penanganan keluhan sebanyak 6 pernyataan

dan variabel kepuasan konsumen sebanyak 8 pernyataan adalah valid. Untuk menghitung r-tabel digunakan rumus  $df=N-2$  dengan hasil  $df=98$ . Nilai kritis R untuk  $df=98$  adalah 0.917.

**Tabel 4 Uji reliabilitas variabel X**  
**Reliability statistic**

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	6

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa besarnya nilai Cronbach's Alpha untuk variabel penanganan keluhan adalah 0,867. Nilai ini melebihi Cronbach's Alpha

yang melebihi 0,60 yang artinya seluruh instrumen untuk variabel penanganan keluhan dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya.

**Tabel 5 Tabel uji reliabilitas variabel Y**  
**Reliability Statistic**

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	8

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa besarnya nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kepuasan konsumen adalah 0.90. nilai ini melebihi Cronbach's Alpha yang melebihi 0.60 yang artinya seluruh

instrumen untuk variabel kepuasan konsumen dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya.

Rekapitulasi hasil mean variabel X dan Variabel Y

**Tabel 6 Uji deskriptif Frekuensi Variabel X**  
**Deskriptif statistik**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<b>Kecepatan penanganan</b>					
Staf hotel cepat dalam menanggapi keluhan yang diajukan	100	2	4	3,28	0,643
Staf hotel cepat dalam menanggapi keluhan yang diajukan	100	2	4	3,24	0,622
<b>Total mean</b>				<b>3,26</b>	
<b>Penyelesaian Masalah</b>					
Staff hotel memberikan Solusi keluhan dengan baik	100	2	4	3,41	0,643
Staff hotel menyelesaikan keluhan dengan baik	100	2	4	3,41	0,643
<b>Total mean</b>				<b>3,41</b>	
<b>Prosedur pengajuan complain</b>					
Prosedur pengajuan keluhan sangat mudah	100	2	4	3,47	0,586
Prosedur pengajuan keluhan membutuhkan waktu yang tidak lama	100	2	4	3,43	0,586
<b>Total mean</b>				<b>3,45</b>	
<b>Total mean uji deskriptif frekuensi variabel X</b>				<b>3,37</b>	
				<b>(sangat setuju)</b>	

Berdasarkan olah data pada tabel diatas mengenai rekapitulasi nilai rata-rata (mean) variabel penanganan keluhan, dapat dijelaskan bahwa pernyataan yang mendapat jawaban paling tinggi adalah pernyataan “prosedur pengajuan keluhan

sangat mudah” dengan nilai rata-rata 3,47 yang artinya responden sangat setuju pada pernyataan tersebut.

Maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden Terhadap prosedur pengajuan keluhan sangatlah mudah.

#### Hasil uji deskriptif frekuensi variabel Y

**Tabel 7 Uji deskriptif frekuensi Variabel Y**

<b>Deskriptif statistik</b>					
	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
<b>Perasaan puas</b>					
Saya merasa puas dengan penanggapan keluhan oleh staf hotel	100	2	4	3,35	0,575
Saya merasa puas dengan penanganan keluhan oleh staff hote;	100	2	4	3,43	0,638
<b>Total mean</b>	<b>3,39</b>				
<b>Loyalitas pelanggan</b>					
Saya akan kembali menginap di hotel	100	2	4	3,35	0,745
Saya akan kembali menggunakan fasilitas hotel	100	2	4	3,39	0,659
<b>Total mean</b>	<b>3,37</b>				
<b>Rekomendasi</b>					
Saya akan merekomendasikan hotel ini kepada keluarga dan kerabat secara langsung	100	2	4	3,35	0,765
Saya akan merekomendasikan hotel ini kepada keluarga dan kerabat dengan media sosial	100	2	4	3,23	0,784
<b>Total mean</b>	<b>3,29</b>				
<b>Harapan</b>					
Harapan saya Terhadap kualitas pelayanan hotel ini terpenuhi	100	2	4	3,44	0,672
Harapan saya Terhadap kualitas pelayanan hotel ini terlampaui	100	2	4	3,24	0,760
<b>Total mean</b>	<b>3,34</b>				
<b>Total mean uji deskriptif frekuensi variabel Y</b>	<b>3,35</b>				
	<b>(sangat setuju)</b>				

Berdasarkan hasil olah data pada tabel diatas mengenai rekapitulasi nilai rata-rata (mean) variabel kepuasan konsumen, dapat dijelaskan bahwa pernyataan yang mendapat jawaban paling tinggi adalah pernyataan “Harapan saya Terhadap kualitas pelayanan hotel ini terpenuhi”

dengan nilai rata-rata 3,44 yang artinya responden sangat puas dengan penanggapan keluhan.

Maka dapat disimpulkan bahwa pendapat konsumen Terhadap harapan konsumen Terhadap kualitas pelayanan hotel yang terpenuhi berpengaruh pada

kepuasan tamu hotel.

Pernyataan “saya merekomendasikan hotel ini kepada keluarga dan kerabat saya dengan media social” mendapat nilai rata-rata paling rendah 3,2 yang dapat

disimpulkan bahwa responden tidak setuju dengan merekomendasikan hotel ini kepada keluarga dan kerabat menggunakan media social.

**Tabel 7 Uji korelasi  
Correlations**

			Penanganan Keluhan	Kepuasan Tamu
Spearman's rho	Penanganan Keluhan	Correlation	1,000	,764
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Tamu	Correlation	,764**	1,000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Berdasarkan tabel di atas, uji korelasi pada program SPSS dapat dinyatakan bahwa korelasi adalah 0.764 yang artinya adalah korelasi antara variabel penanganan keluhan dengan kepuasan tamu adalah sebesar 0,764 atau kuat dan korelasi bernilai signifikan pada angka signifikansi

sebesar 0.000. angka koefisien korelasi pada hasil di atas, bernilai positif, yaitu 0,772 sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah. Artinya, semakin tinggi penanganan keluhan maka semakin tinggi juga kepuasan tamu hotel.

**Tabel 8 Analisis Koefisien Determinasi  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,768 <sup>a</sup>	,564	,586	2,648

a. Predictor (Constant), Penanganan Keluhan

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,768^2 \times 100\% \\ &= 58,9\% \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *R square* – 0,768. Hal ini dijelaskan bahwa variabel penanganan keluhan Terhadap kepuasan konsumen sebesar

58,9%. Sedangkan sisanya (100% - 58,9%) yaitu 41% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

**Table 9 Regresi Linier Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,476	1,899		2,783	,023
	Penangan	1,125	,093	,768	11,648	,000

---

 Keluhan
 

---

## a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi penelitian ini adalah  $Y = 4,476 + 1,125X$ , Dimana  $\alpha$  adalah konstanta yaitu sebesar 4,476. Dalam kasus ini nilainya sebesar 4,476 dan angka ini merupakan angka konstanta yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada penanganan keluhan maka nilai kepuasan tamu adalah 4,476. Angka koefisien regresi sebesar

1,125 dan angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% prinsip penanganan keluhan (X), maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 1,125.

Dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah  $Y = 4,476 + 1,125X$ .

**Tabel 10 Uji T****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,476	1,899		2,783	,023
	Penangan Keluhan	1,125	,093	,768	11,648	,000

## a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai dari t hitung adalah 11,648 dan untuk mengetahui besarnya t.tabel maka digunakan dari signifikan sebesar 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar 2,783. Nilai signifikansi (siig.) sebesar 0,023 lebih kecil dari <0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh penanganan keluhan (*complaint handling*) Terhadap kepuasan konsumen.

### KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil pengolahan data, total nilai rata-rata variabel penanganann keluhan adalah 3,37 yang termasuk ke dalam kategori interval sangat baik. Hal tersebut menyatakan bahwa responden setuju bahwa pengaruh penanganan keluhan (*complaint handling*) oleh staf hotel Terhadap kepuasan tamu sangat baik. Sub variabel yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi adalah Prosedur pengajuan keluhan sangat mudah yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa prosedur pengajuan keluhan dilayani dengan baik sehingga berpengaruh pada kepuasan tamu hotel.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data, total nilai-nilai rata-rata kepuasan konsumen adalah 3,35 yang termasuk ke dalam kategori interval sangat tinggi. Hal tersebut menyatakan bahwa responden sangat setuju bahwa kepuasan tamu dipengaruhi oleh penanganan keluhan (*complaint handling*) oleh staf hotel. Sub variabel yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi adalah perasaan puas dengan kedua pernyataan memiliki nilai rata-rata paling tinggi adalah perasaan puas dengan kedua pernyataan memiliki nilai 3,44 maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden Terhadap perasaan puas dengan penanganan dan penanganan keluhan oleh staf hotel sangat berpengaruh pada kepuasan tamu hotel yang menginap..
3. Hasil pengolahan uji koefisien

determinasi mendapatkan hasil bahwa pengaruh penanganan keluhan (*complaint handling*) oleh staf hotel Terhadap kepuasan konsumen hotel sebesar 58,9% sementara itu sisanya sebanyak 41,1% dipengaruhi oleh factor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2000. Manajemen Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta
- Christanti Tampubolon, Belinda. 2015. Pagaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash pada PT Telkomsel, TBK di Grapari Mitra Natar
- Concepción Varela-Neira Rodolfo Vázquez-Casielles Víctor Iglesias. (2010)."Explaining customer satisfaction with complaint handling". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 28 Iss 2 pp. 88 – 112
- Hart, C.W.L. Heskett. J.L. & Sasser. W. E. J. (1990). The Profitable of Art of service recovery.
- Harvard Business Review. 68 (july-August). 148-156
- Hill, Robin. (1998). "Interpersonal Computing And Technology An Electronic " *Journal for the 21<sup>st</sup> Century*". Vol 6 No 3-4
- Hoffman KD dan Bateson JE (2002). *Essentials of Services Marketing: Concepts, Strategies, and Cases*. 2nd ed. Harcourt College Publishers.
- Karatepe and Ekiz. 2004. "The effects of organizational responses to complaints on satisfaction and loyalty: a study of hotel guests in Northern Cyprus" *Journal of Service*

*Theory and Practice* Vol. 14 Number  
6 pp. 476-486

- Kotler, Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Indeks Kotler, Philip. 2014. Principles of Marketing. Edisi 14. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, Christopher. 20010. Principles of Service Marketing. Seven Edition. New Jersey: Lupiyoadi dan Hamdani. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. Jakarta. Salemba Empat.
- Norwell, N. 2005. Top tips for handling complaints. London : G.P.
- Prashanth U, Nyer. 2000."An investigation into whether complaining can cause increased consumer satisfaction". *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 17 Iss 1 pp. 9 - 19. Printice Hall International
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Bisnis. Edisi 1 Bandung : CV Alfabeta Sugiyono. 2005. Statistika untuk Penelitian. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung : CV Alfabeta
- Sulastiyono. Agus.2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel.Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Alfabeta.
- Sunarto. 2006. Pengantar Manajemen Pemasaran. Cet. 1. Yogyakarta : Ust Press.
- Tjiptono. 2003. Strategi Pemasaran.Edisi 2 Penerbit Andi Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono. 2007. Strategi Pemasaran.Edisi 2 Penerbit Andi Yogyakarta
- Nugraha, Yandi 2012. Pengaruh Complaint Handling dengan Pendekatan Mekanistik Terhadap Customer Justice. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2006:219) Service Marketing. Fourth Edition. Prentice Hall; exclusive right by Mc Grawl Hill
- Zulganef. 2006. Pemodelan Persamaan Struktur dan Aplikasinya menggunakan AMOS 5. Bandung : Pustaka

