

ABSTRACT

The high development of technology like this time create challenging situation in business. That situation is opportunity and challenge for marketer to always fulfill the need and desire of costumers. It can be achieve with increasing quality of product and service. The purpose of the effort is to attract new costumers and hold the old costumers. This time the marketer have new concern about how important to hold the old costumer and create the costumer loyalty. Then this research will discuss in general on how influence the costumer loyalty trough complain management

Keyword : Costumer Relationship Marketing Costumer Loyalty, Complain Management

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan. Begitu banyak keuntungan bagi perusahaan yang dapat membuat para pelanggannya loyal. Adapun beberapa keuntungan dari loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang, rekomendasi positif secara gratis dan masih banyak lagi. Untuk mencapai sebuah loyalitas pelanggan, perusahaan perlu mencapai kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Dengan konsep *Customer Relationship Management* perusahaan dapat menciptakan kepuasan, salah satu caranya dengan penanganan keluhan/komplain. Melalui manajemen komplain, keluhan yang ada dikelola melalui suatu sistem yang baik sehingga pelanggan pun terpuaskan. Adapun dimensi manajemen komplain adalah komitmen (*commitment*), kejelasan (*visibility*), keadilan (*fairness*), kemudahan (*simple*), keandalan (*responsiveness*).

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini akan membahas secara umum tentang bagaimanakah pengaruh dimensi manajemen komplain terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan di PT. Luxindo Raya Bandung.

Dari kesimpulan di atas, maka penulis mencoba untuk memberikan saran yaitu sebaiknya perusahaan meningkatkan pelaksanaan manajemen komplainnya karena hal tersebut memberikan kepuasan pada para pelanggan dan membuat kesetiaan pada merek atau loyalitas meningkat pada perusahaan.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Dimensi Manajemen Komplain.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Perusahaan.....	10
2.1.2 <i>Costumer Relationship Management</i> (CRM).....	13
2.1.2.1 Pengertian CRM.....	13
2.1.2.2 Manfaat CRM.	17
2.1.2.3 Pedoman Dalam Membangun Perusahaan.....	19
2.1.2.4 Implementasi CRM	21
2.1.3 Komplain.....	22
2.1.3.1 Pengertian Komplain.....	22
2.1.4 Manajemen Komplain.....	23
2.1.4.1 Pengertian Manajemen Komplain.....	23
2.1.4.2 Prinsip-Prinsip Manajemen Komplain.....	24
2.1.4.3 Syarat-Syarat Bagi Sistem dan Prosedur Manajemen Komplain yang Baik.....	27
2.1.4.4 Dimensi Manajemen Komplain.	28
2.1.4.5 Penanganan Keluhan.....	30

2.1.4.6 Pentingnya Penanganan Keluhan.....	32
2.1.4.7 Tipe-Tipe Pelanggan yang Mengajukan Komplain..	33
2.1.4.8 Harapan Pelanggan Atas Penanganan Keluhan.....	34
2.1.4.9 Penyelesaian Komplain Oleh Pihak Ketiga.....	36
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	38
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas.....	39
2.1.5.2 Tahapan Peningkatan Loyalitas	40
2.2 Kerangka Pemikiran	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	47
3.1.1 Sejarah Singkat PT Luxindo Raya.....	47
3.1.1.1 Produk PT. Luxindo Raya.....	49
3.1.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	51
3.1.2.1 Tempat Penelitian.....	51
3.1.2.2 Waktu Penelitian	51
3.2 Jenis Penelitian.....	52
3.3 Populasi dan Sampel	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	55
3.4.2 Pengukuran	58
3.5 Teknik Analisis Data.....	59
3.5.1 Uji Validitas Instrumen	60
3.5.1.1 KMO-MSA	61
3.5.1.2 <i>Bartlett's of Spehericity</i>	62
3.5.1.3 <i>Rotated Component Matrix</i>	63
3.5.2 Uji Reabilitas Instrumen	63
3.5.3 Uji Normalitas	65
3.5.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	66
3.5.5 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	70
4.2 Pembahasan Kuesioner Manajemen Komplain dan Loyalitas Pelanggan.....	73
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manajemen Komplain	73
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	87
4.3 Pengujian Validitas	89
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	90
4.3.2 KMO-MSA	90

4.3.3 <i>Bartlett's of spehericity</i>	90
4.3.4 <i>Rotated Component Matrix</i>	91
4.4 Pengujian Reabilitas.....	92
4.4.1 Hasil Pengujian Reabilitas Dengan <i>Cronbach Alpha</i>	92
4.5 Uji Normalitas	94
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	96
4.7 Uji Hipotesis	98
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	99

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	103
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3 Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA	107
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	111
-----------------------	-----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)	119
--	-----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep <i>Costumer Relationship Management</i> , Manajemenen Komplain Dan Loyalitas Pelanggan.....	41
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 3.2 Struktur Penanganan Komplain di PT. Luxindo Raya.....	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Produk PT. Luxindo Raya yang Digunakan (2009-2010 kuartal pertama).....	72
Tabel 4.3 Menurut anda PT. Luxindo Raya berkomitmen untuk mendengarkan segala komplain yang ada.....	73
Tabel 4.4 Menurut anda PT. Luxindo Raya berkomitmen untuk menyelesaikan segala komplain yang ada.....	74
Tabel 4.5 Menurut anda costumer care group PT. Luxindo Raya berkomitmen untuk mendengarkan segala komplain yang ada.....	75
Tabel 4.6 Menurut anda costumer care group PT. Luxindo Raya berkomitmen untuk menyelesaikan segala komplain yang ada.....	76
Tabel 4.7 Menurut anda setiap komplain yang ada mendapatkan perlakuan yang sama atau adil tanpa membedakan pelanggan.....	77
Tabel 4.8 Mekanisme pengajuan komplain sudah dipublikasikan kepada pelanggan.....	78
Tabel 4.9 Mekanisme pengajuan komplain sudah jelas bagi pelanggan.....	79
Tabel 4.10 Menurut Anda, karyawan yang menangani komplain sudah mengerti mekanisme pengajuan komplain.....	80
Tabel 4.11 Sudah terdapat kejelasan terhadap siapa komplain ditujukan.....	81
Tabel 4.12 Menurut Anda, PT. Luxindo Raya memberikan respon yang cepat dalam memberi tanggapan dan proses penanganan keluhan.....	82

Tabel 4.13	Menurut Anda, PT. Luxindo Raya menunjukkan ketepatan dalam memberikan tanggapan dan penanganan keluhan.....	83
Tabel 4.14	Sudah terdapat fasilitas untuk pengajuan komplain di PT. Luxindo Raya.....	84
Tabel 4.15	PT.Luxindo Raya sudah memberikan kemudahan dalam proses pengajuan komplain.....	85
Tabel 4.16	Menurut Anda, aturan pengajuan komplain yang diterapkan jelas, mudah dimengerti, dan tidak berbelit.....	86
Tabel 4.17	Anda sering melakukan penyampaian kepada orang lain dalam bentuk berupa ulasan, cerita atau uraian pengalaman yang positif.....	87
Tabel 4.18	Anda merekomendasikan PT. Luxindo Raya kepada pihak lain.....	88
Tabel 4.19	Anda melakukan pembelian ulang secara terus-menerus yang dilandasi dari kesetiaan.....	89
Tabel 4.20	KMO Dan Bartlett's Test.....	90
Tabel 4.21	<i>Rotated Component Matrix</i>	91
Tabel 4.22	Pengujian Reliabilitas Dengan Cronbach's Alpha.....	93
Tabel 4.23	Uji Normalitas.....	95
Tabel 4.24	Uji <i>Model Summary</i>	96
Tabel 4.25	Uji ANOVA.....	97
Tabel 4.26	Uji <i>Coefficient</i>	97

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	111
Lampiran B Output Validitas.....	114
Lampiran C Output Reliabilitas.....	115
Lampiran D Output Uji Normalitas.....	117
Lampiran E Output Analisis Regresi Linier Sederhana	118