

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Keterasingan konsumen tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap keluhan. Walaupun konsumen merasa terasing dari industri atau perusahaan namun konsumen masih memiliki sikap atau stereotip yang positif terhadap perusahaan atau industri tersebut.
2. Pengalaman komplain tidak berpengaruh pada sikap terhadap keluhan. Walaupun keluhan konsumen tidak tersampaikan dengan baik atau tidak didengarkan, konsumen akan tetap terus mengeluh dengan harapan pada akhirnya perusahaan akan mendengarkan dan merespon keluhan mereka.
3. Pengendalian konsumen tidak berpengaruh pada sikap terhadap keluhan. Meskipun konsumen mengalami ketidakpuasan yang disebabkan oleh perusahaan atau tidak namun mereka terkadang malas untuk melakukan keluhan dan menjadikan ketidakpuasan ini sebagai pengalaman dan lebih memilih untuk mengeluh kepada orang lain dibandingkan menyampaikan keluhan secara resmi.
4. Keterasingan konsumen tidak berpengaruh pada persepsi nilai terhadap keluhan. Meskipun konsumen merasa terasing dari perusahaan atau pasar mereka akan tetap menganggap nilai keluhan mereka bernilai tinggi.
5. Pengalaman komplain tidak berpengaruh pada persepsi nilai terhadap keluhan. Meskipun konsumen mempunyai pengalaman

komplain yang kurang atau tidak baik namun mereka menganggap bahwa penting untuk tetap melakukan komplain sehingga persepsi nilai terhadap keluhan tetap tinggi.

6. Pengendalian konsumen tidak berpengaruh pada persepsi nilai terhadap keluhan. Meskipun konsumen mengetahui bahwa ketidakpuasannya berasal dari perusahaan atau tidak namun mereka menganggap bahwa penting untuk tetap melakukan komplain sehingga persepsi nilai terhadap keluhan tetap tinggi.
7. Keterasingan konsumen tidak berpengaruh pada persepsi terhadap peluang suksesnya keluhan. Walaupun konsumen merasa terasing dari perusahaan dan pasar, mereka tidak dapat memahami kemungkinan sukses atau tidaknya sebuah keluhan.
8. Pengalaman komplain tidak berpengaruh pada persepsi terhadap peluang suksesnya keluhan. Pada kenyataannya kemungkinan keberhasilan mengeluh bergantung pada keputusan perusahaan apakah keluhan itu akan dilayani atau tidak.
9. Pengendalian konsumen tidak berpengaruh pada persepsi terhadap peluang suksesnya keluhan. Konsumen juga seharusnya sadar bahwa ketidakpuasan konsumen tidak hanya terletak pada perusahaan namun juga terletak pada toko yang menjual serta harga yang didapat oleh konsumen.
10. Sikap terhadap keluhan berpengaruh pada niat menyampaikan keluhan. Apabila sikap yang dimiliki oleh konsumen semakin positif maka niat untuk menyampaikan keluhan akan semakin besar dan lebih meminimalkan kata-kata negatif dari konsumen mengenai ketidakpuasannya kepada orang lain atau teman.
11. Persepsi nilai terhadap keluhan berpengaruh pada niat menyampaikan keluhan. Semakin tinggi nilai keluhan yang

dimiliki oleh konsumen maka akan semakin tinggi pula niat konsumen untuk menyampaikan keluhannya dengan harapan perusahaan akan memberikan ganti rugi atau memperbaiki kualitas dan kualitasnya.

12. Persepsi peluang suksesnya keluhan berpengaruh terhadap persepsi terhadap niat menyampaikan keluhan. Semakin tinggi persepsi peluang suksesnya keluhan yang dimiliki oleh konsumen maka akan semakin tinggi pula niat konsumen untuk menyampaikan keluhan dengan harapan keluhannya akan diterima atau ditanggapi dengan baik oleh perusahaan.

5.2. Saran.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah bagi para akademisi dan pembaca untuk memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berpengaruh terhadap niat konsumen dalam menyampaikan keluhan,. Serta untuk penelitian kedepannya diharapkan agar pembaca dapat memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan jumlah sampel yang diteliti serta industri lain ataupun sejenis untuk diteliti.

Daftar Pustaka

- Burns, D.J., 2010., Consumer Alienation and Attitudes toward Consumer Free Riding, *The Journal of Business Inquiry*, Vol. 9, No. 1, pp. 22-36
- Dawes, John (2008), "Do Data Characteristics Change According to the number of scale points used? An experiment using 5-point, 7-point and 10-point scales," *International Journal of Market Research*, 50 (1), 61-77.
- Donoghue, S., dan Klerk, H.M., 2006., Dissatisfied Consumers' Complaint Behavior Concerning Product Failure Of Major Electrical Household Appliances – A Conceptual Framework. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, Vol 34, pp. 41-55.
- Fernandes, D.H., dan Santos, C.P., 2006., The Antecedents of the Consumer Complaining Behavior (CCB). *Advances in Consumer Research*, Vol. 35, pp. 584-592.
- Foedjiawati dan Samuel, H., 2007. Pengaruh Sikap, Persepsi Peluang Keberhasilan Terhadap Niat Menyampaikan Keluhan, *Journal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 2, pp. 43-58.
- Hess, R.L.Jr., Ganesan, S., dan Klein, N.M., 2003, Service Failure and Recovery: The Impact of Relationship Factors on Customer Satisfaction., *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 31, pp. 127.
- Kim, C.M., Kim, S.H., Im, S.B., dan Shin, C.H.,. 2003. The Effect Of Attitude And Perception On Consumer Complains, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 20, No. 4, pp. 357-371.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2009, *Marketing Management*, 13th edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Likert, Rensis (1932), "A Technique for the Measurement of Attitudes", *Archives of Psychology* **140**: 1–55

M24. (2011, 22 Juni). Ritel Jatim Tumbuh Subur. Surabaya Post [online], halaman 1. Tersedia: <http://www.surabayapost.co.id/?mnu=berita&act=view&id=273b61ee26ae1a92afbaf3190e2da73a&jenis=e4da3b7fbbce2345d7772b0674a318d5>. [9 Januari 2013]

Mini, V.M., 2010, Pengaruh Pengalaman Konsumen Pada Sikap, Persepsi, Dan Perilaku Yang Ditampilkan Saat Mengalami Ketidakpuasan Atau Keluhan: Studi Kasus Pdam Di Kota Brebes, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 3, pp. 221-238

Nurul,F.(2012, 28 April). Hypermart Akui Kelalaian Penyortiran. Antara News [online], halaman 1. Tersedia: <http://antarajambi.com/berita/297241/hypermart-akui-kelalaian-penyortiran>. [9 Januari 2013].

Sina, Siprianus., 2011., Modul Analisis Multivariant. No 11, pp 1 - 31

Stefura, G., dan Cuza, A.I., 2010., Customer complaining behaviour – its effects on companies' evolution., *Studies and Scientific Researches - Economic Edition*, no. 15, pp. 487-492

Utami, C.H., 2010., Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Salemba Empat, Edisi 2, No 1, pp. 318-319