

Penanganan Keluhan Pelanggan oleh *Customer Service* terhadap Kepuasan Pelanggan di Rizen Hotel Premiere and Resort

(Studi Kuantitatif dengan Pendekatan Deskriptif Mengenai Pelaksanaan Penanganan Keluhan Pelanggan oleh *Customer Service* terhadap Kepuasan Pelanggan di Rizen Premiere Hotel and Resort)

Customer Complaints Handling by Customer Service Towards Customers Satisfaction in Rizen Premiere Hotel and Resort

¹Deci Nastiti Felicia, ²Dadi Ahmadi

^{1,2} Prodi Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung
e-mail: ¹felicia.decy@gmail.com

Abstrak. Persaingan usaha pada era globalisasi semakin ketat, jumlah produk dan jasa yang bersaing dalam satu pasar yang serupa semakin banyak dan beragam. Ekses yang diakibatkan adalah persaingan antar produsen untuk mampu memenuhi kebutuhan konsumen serta pemenuhan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tercipta jika terdapat sistem penanganan keluhan yang efisien dan efektif terhadap penyelesaian masalah yang dihadapi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai harapan pelanggan yang belum terpenuhi, ekspresi ketidakpuasan, serta tindakan penanganan keluhan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Unit analisa dari penelitian ini adalah manajemen Rizen Premiere Hotel and Resort yang terdiri dari *General Manager*, *Manager Sales & Marketing*, *Manager Food & Beverage*, *SPV Front Office*, dan *Customer Office*. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa komunikasi kerja yang baik mampu menciptakan suasana kerja yang harmonis dan mampu memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

Kata Kunci: Keluhan Pelanggan, Komunikasi Organisasi, *Customer Services*

Abstract. Business competition in the era of globalization are increasingly stringent, the number of products and services that compete in a market that is increasingly similar are many and varied. The excesses that result is the competition between manufacturers to be able to meet the needs of consumers as well as the fulfilment of customer satisfaction. This research aims to get an idea about the customers' expectations that have not yet been met, the expression of discontent, as well as the Act of handling complaints. The methods used in this research are descriptive with quantitative approach. The unit of analysis of this research is the management of Rizen Premiere Hotel and Resort consisting of a General Manager, Sales Manager, Marketing Manager Food & Beverage, Front Office, SPV and Customer Office. The results of this research proves that a good working communications is able to create a harmonious work atmosphere and are able to provide solutions to customer complaints so that customer satisfaction can be fulfilled.

Keywords: Organizational Communication, Customer Complaints, Customer Services

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

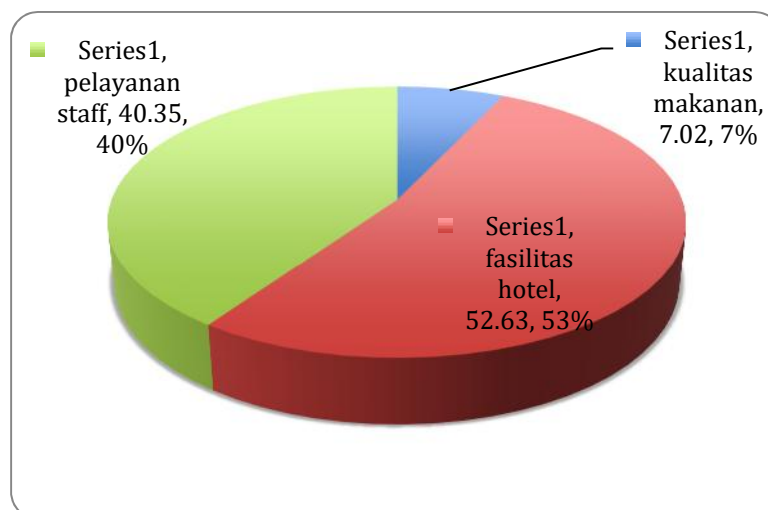
Persaingan usaha pada era globalisasi saat ini semakin ketat, jumlah produk dan layanan jasa yang bersaing dalam satu pasar yang serupa semakin banyak dan beragam akibat dari keleluasan penyedia produk maupun layanan untuk memasuki pasar. Menurut John (2007:34), salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini dapat dilihat, bahwa salah satu cara untuk mempertahankan sebuah usaha adalah melalui menjaga kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan tercipta ketika sebuah usaha mampu memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Namun, pelanggan dapat memberikan keluhan atas sebuah produk maupun jasa kepada produsen ketika layanan yang didapatkannya tidak sesuai dengan harapan atau tidak mampu memberikan kepuasan atas layanannya. Keluhan pelanggan akan dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat jika terdapat sistem penanganan keluhan yang efisien dan efektif terhadap penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

Pada prinsipnya pelayanan harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang kualitasnya sama. Masing-masing harus saling mendukung, sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan kepuasan kepada masyarakat dapat optimal. Hanya saja dalam prakteknya pelayanan utama lebih banyak diberikan kepada petugas yang langsung menangani atau yang berhubungan langsung dengan masyarakat, seperti yang tergabung dalam bidang *customer service* karena mereka inilah yang akan menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan. Untuk dapat melaksanakan tugas utama dimaksud dengan baik, petugas *customer service* perlu dibekali dengan kemampuan dan ketrampilan untuk melayani yaitu tentang dasar-dasar pelayanan agar pelanggan yang dilayani semakin merasa puas.

Dengan menjaga kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, diharapkan mampu menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145). Rizen Premiere Hotel and Resort menawarkan berbagai macam fasilitas layaknya hotel berbintang lainnya kepada para tamunya. Jumlah kamar yang tersedia dalam beberapa kelas, layanan *room service*, internet pada setiap kamar, kolam renang, dan layanan resepsionis 24 jam, dan jaminan ketersediaan hotel walaupun terlambat *check in* merupakan bentuk pelayanan yang tersedia kepada setiap tamu yang menginap. Selain pelayanan tersebut, bangunan hotel yang mewah juga menjadi daya tarik tersendiri dari hotel ini.

Namun, kerap kali pelanggan hotel memberikan keluhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel ini. Pemetaan keluhan yang disampaikan pelanggan mengenai pelayanan dan fasilitas yang diberikan hotel ini dapat ditemukan pada beberapa situs pemesanan hotel online, seperti www.tripadvisor.com dan www.agoda.com. Pada dasarnya keluhan yang diberikan kepada pengelola Rizen Premiere Hotel and Resort dapat disajikan dalam tabel berikut:



Keluhan yang disampaikan kepada pengelola hotel pada umumnya (53%) mengeluhkan fasilitas hotel yang tidak terawat serta kotor. Dari sumber laman pemesanan hotel online, keluhan pelanggan mengeluhkan kondisi kamar hotel yang tidak terdapat *colokan* listrik di dekat tempat tidur, lampu kamar yang mati, bercak rembesan air, langit-langit yang bocor, serta kamar yang bau. Keluhan lainnya yang disampaikan oleh pelanggan adalah pelayanan staf hotel dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pelanggan (40%). Sedangkan sisanya (7%) mengeluhkan makanan yang disajikan oleh pengelola hotel.

Keluhan-keluhan tersebut sudah seharusnya ditindaklanjuti oleh pengelola hotel, dikarenakan ketika pengelola tidak mampu menyelesaikan keluhan pelanggan maka Rizen Premiere akan kalah bersaing dengan hotel lainnya. Oleh karena itu, alasan pemilihan lokasi penelitian di Rizen Premiere Hotel and Resort adalah disamping tingkat keluhan yang cukup tinggi namun pada musim liburan hotel ini tetap menjadi tujuan pelanggan untuk menghabiskan masa liburannya.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan bagaimana harapan pelanggan yang belum terpenuhi terhadap penanganan keluhan yang diberikan oleh *customer service* Rizen Premiere Hotel & Resort.
2. Untuk menjelaskan bagaimana ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan terhadap penanganan keluhan oleh *customerservice* Rizen Premiere Hotel & Resort.
3. Untuk menjelaskan bagaimana tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan terhadap penanganan keluhan oleh *customer service* Rizen Premiere Hotel & Resort.

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini kerangka pemikiran dibangun atas *grand* teori, *middle* teori dan *apply* teori. Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori informasi untuk dijadikan dasar teori penelitian ini atau dengan kata lain teori informasi inilah yang dijadikan sebagai *grand* teori. Pengertian informasi itu sendiri adalah Informasi terdiri atas data yang telah didapatkan, diolah/diproses, atau sebaliknya yang digunakan untuk tujuan penjelasan/penerangan, uraian, atau sebagai sebuah dasar untuk pembuatan ramalan atau pembuatan keputusan (Robert G. Murdick, 1997:8). Adapun pengertian, menurut ahli cendekiawan lainnya, yakni informasi adalah data yang telah diolah

menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang (Kadir, 2003:31). Informasi yang diterima oleh *customer service* Rizen Premiere Hotel & Resort terbagi menjadi dua data, data yang telah diolah dari manajemen pihak hotel dan data yang akan disampaikan kepada pelanggan Rizen Premiere Hotel & Resort.

Untuk *middle* teori, penulis menggunakan *customer service* sebagai penyerap informasi yang akan berhubungan langsung dengan pelanggan baik keluhan maupun kepuasan pelanggan. Pada dasarnya *customer service* (pelayanan kepada pelanggan) itu merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan kegunaan daripada yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut William H. Davidow & Bro Uttal, pengertian *customer service* sebagai berikut :

“Merupakan saluran gambaran, tindakan, dan informasi yang memperbesar kemampuan konsumen untuk menyadari nilai potensial dari suatu produk atau jasa”. (Davidow & Bro, 1989:49)

Berdasarkan definisi tersebut maka *customer service* merupakan suatu bagian dari tindakan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan terhadap produk atau jasa mereka pakai atau pilih.

Sedangkan *apply* teori, penulis menggunakan teori keluhan pelanggan dan teori kepuasan pelanggan. Keluhan pelanggan adalah harapan yang belum terpenuhi atau ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan (Barlow & Moller, 1996:45). Lalu pengertian penanganan keluhan adalah kemampuan perusahaan untuk melakukan secara cepat atas setiap keluhan yang masuk dari pelanggan. Kemudian bagaimana keluhan dapat diselesaikan secara memuaskan pelanggan serta bagaimana prosedur penyampaian keluhan yang sederhana dan mudah bagi pelanggan. *Customer service* disini adalah pihak yang pertama yang akan menerima keluhan dari pelanggan dan *customer service* Rizen Premiere Hotel & Resort sebagai baris depan pihak manajemen hotel.

Begitu juga dengan *apply* teori yang terakhir dalam penelitian ini, yakni kepuasan pelanggan yang memiliki pengertian sebagai perasaan senang yang muncul sebagai akibat dari hasil perbandingan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2009:117). Jadi kepuasan konsumen atau pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Lerbin R (2005 : 2) adalah “Sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli atau mengkonsumsi suatu produk”. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengonsumsi produk itu. Jika harapannya lebih tinggi daripada kinerja produk , ia akan merasa tidak puas , sebaliknya jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kinerja produk ia akan merasa puas.

C. Hasil Penelitian

1. Data Penelitian

Wawancara dilakukan secara langsung kepada pihak hotel, diantaranya adalah sebagai berikut: *General Manager* Rizen Premiere Hotel & Resort yaitu Rizka Adiani, *Manager Sales & Marketing* yaitu Rika Nurhayati, *Manager Food & Beverage* yaitu Bambang Aliyudin, *SPV Front Office* yaitu Lia Melianti, *Customer Office* yaitu Irfan Taufan dan Ardy Bintana.

Kuesioner dilakukan kepada para pelanggan Rizen Premiere Hotel & Resort yang disebarkan secara acak, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Dikatakan *simple* atau sederhana karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara ini dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen dan berdasarkan data populasi yang ada, jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 55 orang.

2. Pengolahan Data Penelitian

Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009:142).

Sebaran angket akan diberikan kepada pelanggan Rizen Premiere Hotel & Resort. Pengolahan data untuk angket hanya menggunakan coding dan sesuai dengan nilai yang sudah ditetapkan, setelah itu dibantu dengan bantuan excel untuk merubah coding tersebut menjadi bilangan dalam bentuk persen, lalu dianalisis.

Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2009:137).

Wawancara sendiri yaitu percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. (Berger, 2000:111 dalam Kriyantono, 2012:100). Hasil wawancara dengan beberapa sumber akan dituangkan didalam hasil penelitian.

3. Hasil Penelitian

Harapan Pelanggan yang Belum Terpenuhi Terhadap Penanganan Keluhan yang Diberikan Oleh Customer Service Rizen Premiere Hotel & Resort

Pada dasarnya seluruh keluhan pelanggan akan membangun perusahaan untuk lebih baik dalam berbagai bidang karena keluhan yang disampaikan adalah *feedback* atau umpan balik penilaian pelanggan terhadap perusahaan. Salah satu dari jawaban responden untuk angket penelitian ini, menyatakan sebagian kecil/hampir setengah dari responden yang masing-masing sebanyak 32,7%, 29,1% dan 27,3% menyatakan ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju. Lalu sisanya sangat sedikit dari responden yang masing-masing sebanyak 7,3% dan 3,6% menyatakan tidak setuju dan sangat setuju atas pernyataan bahwa responden bersedia untuk menginap kembali di Rizen Premiere Hotel & Resort hal ini membuktikan pelayanan atau service merupakan faktor utama demi keberlangsungan sebuah perusahaan. Pelanggan berpindah ke hotel lain disebabkan karena bentuk pelayanan yang diberikan. Para *customer service* ini mengakui bahwa bila mereka tidak memperoleh keluhan dari pelanggan, maka mereka tidak akan tahu sejauhmana kualitas yang dimiliki, kelebihan dan kekurangan dari sebuah rangkaian kegiatan yang diadakan oleh pihak hotel tersebut. Keberhasilan *customer service* dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan adalah keberhasilan perusahaan juga dalam hal ini Rizen Premiere Hotel & Resort.

Setiap staff *customer service* selalu berusaha untuk mengatasi keluhan yang disampaikan pelanggan. Bila mereka tidak mampu mengatasinya maka mereka akan meminta bantuan dari rekan kerja yang lainnya untuk membantu memberikan solusi. “Kita adalah satu tim sehingga kita harus saling bekerja sama satu sama lain”, tegas

Reno sebagai salah satu *customer service* Rizen Premiere Hotel & Resort. Tetapi apabila keluhan sudah tidak dapat diatasi oleh *customer service*, maka mereka akan menghubungi atasan mereka untuk memperoleh saran ataupun pertimbangan-pertimbangan khusus dalam memberikan solusi yang tepat untuk keluhan pelanggan.

Ekspresi Perasaan Ketidakpuasan Atas Standar Pelayanan Terhadap Penanganan Keluhan Oleh Customer Service Rizen Premiere Hotel & Resort

Dari hasil observasi langsung di Rizen Premiere Hotel & Resort yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan hasil bahwa para pegawai selalu berupaya untuk memberikan pengertian dan penjelasan mengenai keluhan pelanggan dan berupaya untuk memberikan informasi dan solusi yang terbaik agar pelanggan merasa puas dan tidak merasa dirugikan. Kebanyakan usaha mereka selalu berhasil dan pelanggan pulang dengan wajah yang tersenyum dan puas. Berbagai peraturan yang ada membantu mereka untuk tetap bersikap disiplin dan membantu mereka dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Para pegawai yang berkaitan dalam pelayanan terhadap pelanggan telah dilatih untuk dapat bekerja sesuai dengan standar perusahaan pada umumnya. Dan dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, peneliti juga melihat mereka mendengarkan semua keluhan pelanggan, kemudian mereka memberikan solusi kepada pelanggan mengenai apa yang harus pelanggan lakukan atas permasalahan tersebut sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sesuai dengan aturan yang diterapkan perusahaan. Juga ditekankan lagi dari hasil penelitian angket yang disebarkan kepada pelanggan Rizen Premiere Hotel & Resort secara random menyebutkan, sebagian kecil/hampir setengah dari responden atau sebanyak 38,2% menyatakan sangat setuju atas pernyataan tersebut. Lalu sisanya sangat sedikit dari responden yang masing-masing sebanyak 23,6%, 20%, 12,7% dan 5,5% menyatakan tidak setuju, setuju, ragu-ragu dan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa responden puas dengan mengetahui hak dan kewajiban sebagai pelanggan hotel dan juga sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil atau hampir setengah dari responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan bahwa responden puas dengan mengetahui hak dan kewajiban sebagai pelanggan hotel dan juga sebaliknya.

Kecepatan penanganan keluhan pelanggan menjadi kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan. Sesuai dengan tabel yang telah disajikan, mayoritas tamu merasa puas dengan penanganan keluhan yang cepat, informative, dan penyampaian dari staf yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara dengan salah satu tamu yang berasal dari Bandung yang merasakan kecepatan penyelesaian keluhan yang dilakukan oleh pihak hotel.

“Pada dasarnya saya puas dengan pelayanan dari hotel. Mereka beneran *cepat* dalam nanganin permintaan dari tamu. Terutama soal makanan, saya pesan makanan hotel *ga* lebih dari lima belas menit kemudian makanannya udah *sampe* di kamar. Beneran saya puas banget.”

4. 3.3.3 Tindakan atau Tiadanya Tindakan Aparat Pelayanan Yang Berpengaruh Kepada Para Pelanggan Terhadap Penanganan Keluhan Oleh Customer Service Rizen Premiere Hotel & Resort

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti pada hari kedua observasi, dimana pada hari kedua ini peneliti memilih melakukan pengamatan di ruang layanan pelanggan yang lokasinya terletak dibagian samping *front office*. Dari hasil pengamatan peneliti, penampilan dari masing-masing *customer service* yang berjumlah dua orang saat *on duty* adalah wanita dengan agama dan suku yang berbeda, berpenampilan rapih, spona dan sikap serta komunikasi yang mereka lakukan dalam memberikan

pelayanan kepada pelanggan sebagian dari mereka sudah melaksanakannya dengan cukup baik, misalnya ketika ada pelanggan yang datang, sebagian dari para *customer service* yang mengikuti standar pelayanan yang diterapkan perusahaan menyambut dan melayani pelanggan dengan ramah dan cukup dekat; misalnya berdiri, lalu membungkuk, mengucapkan salam sambil tersenyum lalu mempersilahkan pelanggan untuk duduk. Lalu mereka mendengarkan semua keluhan pelanggan, kemudian mereka memberikan solusi kepada pelanggan mengenai apa yang harus pelanggan lakukan atas permasalahan tersebut, lalu setelah selesai melayani pelanggan, *customer service* tersebut mengantarkan dan mendampingi pelanggan tersebut sampai ke bagian *front office* sambil tersenyum dan mengucapkan terima kasih. Namun, dari hasil pengamatan peneliti, masih ada beberapa *customer service* yang tidak melaksanakan dengan baik standar pelayanan perusahaan, misalnya ketika ada pelanggan yang datang, *customer service* tersebut hanya duduk dan tidak menyambut pelanggan dengan baik dan tidak melayani pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang diterapkan perusahaan. Peneliti melihat masih ada *customer service* yang tidak serius dalam melayani pelanggan, misalnya ketika sedang melayani pelanggan, *customer service* tersebut masih asyik mengotak-atik telepon genggamnya, bahkan ada juga yang mengunyah permen dan sebagainya, dan terkadang kata-kata yang diucapkan juga tidak lembut dan tidak ramah dan tidak sesuai dengan yang diterapkan oleh perusahaan. Irfan, seorang *customer service* di Rizen Premiere Hotel & Resort yang disetiap pekerjaannya langsung berhadapan dengan pelanggan ini mengatakan bahwa:

“Kalau yang saya lihat selama ini. Sikap dan etika rekan saya masih bisa dikatakan baik, meskipun masih ada beberapa teman yang tidak sepenuhnya mengikuti aturan perusahaan, misalnya tidak tersenyum dan tidak menyambut ramah pelanggan, tapi syukurnya sejauh ini tidak ada pelanggan yang complain atas sikap dan etika mereka dalam melayani pelanggan dan etika dalam melayani pelanggan masih bisa dikatakan cukup baik”.

Hal inipun senada dengan hasil penelitian melalui angket yang disebarakan kepada pelanggan mengenai pelayanan *customer service* Rizen Premiere Hotel, yang menyatakan bahwa sebagian kecil/hampir setengah dari responden atau sebanyak 36,4% menyatakan ragu-ragu atas pernyataan tersebut. Lalu sisanya sangat sedikit dari responden yang masing-masing sebanyak 21,8%, 20% ,12,7% dan 9.1% menyatakan setuju, sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa pelayanan Rizen Premiere Hotel & Resort sangat ramah dan sopan. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Rizen Premiere Hotel & Resort mendominasi jawaban dengan ragu atas pernyataan pelayanan Rizen Premiere Hotel & Resort sangat ramah dan sopan. Maka hal ini, dapat digunakan sebagai acuan bahwa standar pelayanan Rizen Premiere Hotel & Resort dalam mengatasi keluhan pelanggan masih dirasa kurang maksimal.

D. Kesimpulan

1. Komunikasi yang dilakukan oleh para *customer service* Rizen Premiere Hotel & Resort mampu menciptakan suasana kerja yang kondusif. Hal ini tercermin dari hubungan harmonis diantara karyawan, sehingga fungsi dari bagian *customer service* untuk memberikan pelayanan yang baik dapat berjalan dengan baik.
2. Komunikasi yang dilakukan oleh para *customer service* memiliki peranan yang penting dalam mengatasi keluhan pelanggan. Melalui komunikasi para *customer service* menjaga konsistensi pesan yang disampaikan dan berdiskusi untuk memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

3. Komunikasi dalam arti memberikan informasi sesama *customer service* dilakukan setiap saat selama tidak mengganggu pekerjaan. Hal ini berarti komunikasi yang utama bukanlah masalah kuantitas, melainkan kualitas. Semakin berkualitas pesan yang diberikan maka semakin efektif pencapaian hasil yang diinginkan.

Daftar Pustaka

- Abdul Kadir. 2003. Pengenalan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.
- Barlow, J., Møller, C., 1996. A Complaint is a Gift. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- Davidow, William H., Bro Uttal. 1989. Total Customer Service. New York: Harper and Row Publisher.
- Istianto, John Hendra & Tyra, Maria Josephine. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius) (Online) Vol. 1, No. 3
- Kotler dan Keller, 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Robert G Murdick, dkk. 1997. *Sistem* Informasi Untuk Manajemen Modern. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi.