

ABSTRAKSI

Kemunculan beragam vendor penyedia jasa pengarah acara dan persewaan tenda di Yogyakarta menciptakan iklim persaingan yang cukup tinggi. Masing-masing pemasar berusaha menciptakan penawaran terbaik untuk menjaring konsumen. Pemasar harus menjaga kepuasan pelanggan agar tidak kehilangan konsumennya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengelola ketidakpuasan konsumen dengan cara memperbaiki manajemen penanganan komplain. Manajemen komplain fokus kepada teori keadilan untuk menjelaskan tingkat kepuasan terhadap proses penanganan komplain dan perilaku setelah komplain seperti *word of mouth* dan niat beli kembali. Penelitian ini menunjukkan jauh dari hanya sekedar sebagai *outcome variabel*, *word of mouth* memainkan peran penting pada proses komplain yang dipengaruhi keadilan yang diterima terhadap kepuasan dan niat beli kembali.

Penelitian ini dilakukan terhadap 52 pelanggan Persewaan Tenda HD Tent di Yogyakarta yang pernah mengajukan komplain dan mendapatkan penanganan komplain. Alat analisis data yang digunakan ada Partial Least Square (PLS).

Kata kunci : penanganan komplain, teori keadilan, word of mouth, kepuasan, niat beli kembali.

ABSTRAC

The emergence of a variety of tent rental service provider in Yogyakarta has created a quite high competition. Each of them is trying to create the best deals to attract customers in the market. In order not to lose customers, marketers have to maintain their satisfaction continually. Managing customer dissatisfaction by learnt how to encourage them to complaint. Complaint management has focused on justice or fairness theory to explain satisfaction with the complaint handling process and with post complaint customer behaviour such as word of mouth or repurchase intentions. This research shows that, far from being just an outcome variable, word of mouth plays an important role in the complaint process affecting perceived fairness, satisfaction and repurchase intention.

This research was conducted in Yogyakarta with 52 customers of HD Tent customers who had complaint handled experience. Data analysis used is Partial Least Square (PLS).

Keyword : complaint handling, perceived fairness, word of mouth, satisfaction, repurchase intentions