



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT No. 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Pengaruh Customer Assessment of Complaint Handling
dan Customer Perceived Value terhadap Customer
Satisfaction pada Toko Anugerah

Skripsi

Oleh

Ivanna Valentina Gunawan

2017320203

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Pengaruh Customer Assessment of Complaint Handling
dan Customer Perceived Value terhadap Customer
Satisfaction pada Toko Anugerah

Skripsi

Oleh

Ivanna Valentina Gunawan

2017320203

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ivanna Valentina
Nomor Pokok : 2017320203
Judul : Pengaruh *Customer Assessment of Complaint Handling* dan
Customer Perceived Value terhadap *Customer Satisfaction* pada Toko
Anugerah

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 28 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. : _____

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. : _____

Anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E. : _____

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ivanna Valentina Gunawan
NPM : 2017320203
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : *Pengaruh Customer Assessment of Complaint Handling dan Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction pada Toko Anugerah*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Januari 2021



Ivanna Valentina Gunawan

ABSTRAK

Nama : Ivanna Valentina Gunawan
NPM : 2017320203
Judul : Pengaruh *Customer Assessment of Complaint Handling* dan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada Toko Anugerah

Komplain menjadi salah satu hal yang sering terjadi didalam transaksi antara pihak-pihak bisnis dan seringkali menjadi masalah yang sulit dihindari. Hal tersebut pun terjadi di Toko Anugerah yang merupakan salah satu usaha dalam bentuk toko yang didalamnya menyediakan segala kebutuhan pokok manusia pada umumnya. Berdiri sejak tahun 1988 Toko Anugerah berhasil mempertahankan konsistensinya terutama dalam penanganan komplain yang baik dibuktikan dari konsumen yang datang kembali meskipun telah komplain.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan membuktikan adanya pengaruh *customer assessment of complaint handling* dan *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen komplain yang datang kembali ke Toko Anugerah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *customer assessment of complaint handling* dan *customer perceived value* sebagai variabel yang mempengaruhi dan *customer satisfaction with complaint handling* sebagai variabel yang dipengaruhi.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa penanganan komplain Toko Anugerah dikatakan telah memenuhi ekspetasi sebagai penilaian konsumen komplain serta dapat merasakan nilai yang melebihi fungsi produk yang digunakan.

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti pada Toko Anugerah agar terwujudnya kepuasan konsumen, dengan mempertahankan dan terus meningkatkan kinerja Toko Anugerah dalam memberikan penanganan komplain yang baik kepada konsumennya.

Kata kunci : *Customer Assessment of Complaint Handling* , *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction with Complaint Handling*, *Kuantitatif*

ABSTRACT

Name : Ivanna Valentina Gunawan
NPM : 2017320203
Title : *The influence of Customer Assessment of Complaint Handling dan Customer Perceived Value toward Customer Satisfaction iin Anugerah Store*

Complaints are the one of the things that often occur in transactions between business parties and problems that come are impossible to avoid. This also happens at the Anugerah Store, which is one of the businesses in the form of a shop in which it provides all basic human needs in general. Established since 1988, Toko Anugerah managed to maintain its consistency, especially good at handling complaints as evidenced by consumers who came back to buy even though they had complaints.

This study aims to see and to prove the influence of customer assessment of complaint handling and customer perceived value on customer satisfaction on consumer complaints who keep coming back to Anugerah Store. The variabels used in this study are customer assessment of complaint handling and customer perceived value as independent variabels and customer satisfaction with complaint handling as dependent variabels.

The type of research used in this research is explanatory research and the research method used is a survey method. Data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents to be researched and conclusions drawn. Based on the results of this study, it shows that the handling of complaints at Toko Anugerah can met consumer's expectations as an assessment of consumer complaints and can feel the consumers value which that exceeds the function of the product used.

As for the suggestions given by researchers at the Anugerah Stores in order to realize consumer satisfaction, by maintaining and continuing to improve the performance of the Anugerah Stores in providing good complaint handling to consumers.

Keywords : Customer Assessment of Complaint Handling , Customer Perceived Value, Customer Satisfaction with Complaint Handling, Kuantitatif

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat, karena atas anugerah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Assesment of Complaint Handling* dan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada Toko Anugerah” ini dengan baik. Penelitian pada skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi dan memperoleh gelar sarjana pada Strata-1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Selama berjalannya proses penelitian pada skripsi ini, peneliti telah mendapatkan banyak sekali bantuan dalam segi doa, bimbingan, pengalaman, dukungan dan pembelajaran dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini pula peneliti hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semu pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Maka dengan itu, dengan rendah hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Bapa Tuhan Yesus Kristus yang selalu melindungi, memberkati, menyertai, dan membimbing peneliti selama proses pembuatan skripsi hingga selesai ini;

2. Kedua orang tua yang selalu mendukung peneliti dalam doa, support dalam bentuk semangat, dan kasih sayang;
3. Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, ilmu, dan kesabarannya dalam mengarahkan serta membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini;
4. Seluruh tenaga pengajar/dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pembelajaran yang bermanfaat selama proses perkuliahan;
5. Seluruh tenaga kerja tata usaha dan pekarya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu peneliti, baik dalam hal akademis maupun non-akademis untuk kegiatan kemahasiswaan;
6. Sahabat tercinta, Wenny Wijaya yang telah menemani proses dan mensupport peneliti dengan selalu memberikan ide-ide setiap saat;
7. Grup sahabat ciwi-ciwi yaitu Valent, Nadia, Vanessa, dan Wenny yang telah memberi support dengan keceriaan dan penghiburan selama proses pembuatan skripsi;
8. Grup sahabat La'Befa yaitu Sherina, Vani, Sherly, Yolita, dan Nathalia yang telah memberi support dan mendorong penulis agar dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu;
9. Saudara yang baik hati yaitu Veren dan Kezia yang telah menyaksikan perjalanan penulis serta membantu dalam support dan saran dalam menyelesaikan skripsi;

10. Teman seperjuangan selama masa kuliah yaitu Winda, Vini, Kanniya, Maria, Celine, Teresia, Cindy, Bella, dll yang telah mengisi hari-hari kuliah penulis dan saling memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi;
11. Teman seperjuangan dalam grup skripsi yaitu Sasha, Verina, Regina yang memberikan informasi dan saling membantu dalam pengerjaan skripsi.
12. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2017 yang tidak dapat disebutkan satu-satu yang sudah mengisi hari-hari dengan melukis kenangan semasa kuliah, memulai dari awal bersama dan penulis berharap kita pun bisa sukses bersama-sama.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat ini masih ada banyak kekurangan sehingga penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya dan meminta kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan pendidikan yang dapat diimplementasikan dimasa mendatang. Dengan itu, akhir kata penulis berharap agar penelitian yang dibuat ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak terutama yang membutuhkan.

Bandung, 14 Januari 2021

Ivanna Valentina Gunawan

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Customer Assesment of Complaint Handling.....	9
2.1.1 Definisi.....	9
2.1.2 Manfaat.....	11
2.1.3 Pengukuran.....	12
2.2 Customer Perceived Value.....	12
2.2.1 Definisi.....	12
2.2.2 Manfaat.....	14
2.2.3 Pengukuran.....	14
2.3 Customer Satisfaction with Complaint Handling.....	15
2.3.1 Definisi.....	15
2.3.2 Manfaat.....	17
2.3.3 Pengukuran.....	17
2.4 Pengaruh Customer Assessment of Complaint Handling.....	18
2.5 Pengaruh Customer Perceived Value.....	19
2.6 Hipotesis Penelitian.....	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	27
3.4 Skala Pengukuran.....	28
3.5 Populasi dan Sampling.....	32

3.5.1	Populasi.....	32
3.5.2	Sampling.....	33
3.6	Model Penelitian.....	35
3.8	Distribusi Frekuensi Analisis Deskriptif.....	36
3.7	Operasionalisasi Variabel.....	37
3.9	Teknik Analisis Data.....	39
3.9.1	Uji Validitas.....	39
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.10.1	Uji Normalitas.....	41
3.10.2	Uji Linearitas.....	43
3.10.3	Uji Multikolinieritas.....	43
3.10.4	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.11	Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.12	Pengujian Hipotesis.....	47
3.12.1	Uji Simultan (Uji-F).....	47
3.12.2	Uji Parsial (Uji-t).....	47
3.13	Koefisien Determinasi (R^2).....	48
BAB 4	OBJEK PENELITIAN.....	50
4.1	Objek Penelitian.....	50
4.2	Sejarah Toko Anugerah.....	50
4.1.1	Visi dan Misi.....	51
4.1.2	Keunggulan Toko Anugerah.....	52
4.1.4	Sistem Komplain.....	52
4.1.5	Produk & Harga.....	53
4.1.5	Foto Toko Anugerah.....	55
BAB 5	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
5.1.1	Uji Validitas.....	56
5.1.2	Uji Reliabilitas.....	58
5.2	Deskripsi Profil Responden.....	59
5.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
5.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Customer Assessment of Complaint Handling.....	67
5.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Customer Perceived Value.....	69
5.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Customer Satisfaction with Complaint Handling.....	70

5.4 Uji Asumsi Klasik.....	73
5.4.1 Uji Normalitas.....	73
5.4.2 Uji Multikolinearitas	75
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
5.6 Analisis Koefisien Determinasi	79
5.7 Pengujian Hipotesis	80
5.7.1 Uji Simultan (Uji-F).....	80
5.7.2 Uji Parsial (Uji-t)	81
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	85
6.1 Kesimpulan	85
6.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Model Penelitian	35
Gambar 3. 2 Grafik Skewness.....	42
Gambar 3. 3 Tipe-tipe korelasi	44
Gambar 4. 1 Toko Anugerah	55
Gambar 5. 1 Grafik Uji Normalitas P-Plot	75
Gambar 5. 2 Grafik Scatterplot.....	77
Gambar 5. 3 Kurva nilai t-hitung.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	37
Tabel 4. 1 Daftar Produk dan Harga Sembako	53
Tabel 4. 2 Daftar Produk dan Harga ATK	54
Tabel 4. 3 Daftar Produk dan Harga Tambahan	55
Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Assessment of Complaint Handling .	57
Tabel 5. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Perceived Value	57
Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction with Complaint Handling	58
Tabel 5. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 5. 5 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 5. 6 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 5. 7 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 5. 8 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	63
Tabel 5. 9 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	64
Tabel 5. 10 Skala Interval	66
Tabel 5. 11 Hasil Analisis Deskriptif.....	67
Tabel 5. 12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Customer Assessment of Complaint Handling.....	67
Tabel 5. 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Customer Perceived Value	69
Tabel 5. 14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Customer Satisfaction with Complaint Handling.....	71
Tabel 5. 15 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 5. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 5. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 5. 18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 5. 19 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	79
Tabel 5. 20 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	80
Tabel 5. 21 Hasil Nilai Hitung (t_{hitung}) dan Tabel (t_{tabel})	82

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN SURVEY	91
-----------------------	----

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mendirikan sebuah usaha atau bisnis sudah menjadi hal yang salah satunya dilakukan manusia, yang menjadi salah satu cara untuk bertahan hidup. Terlepas dari hanya mendirikan dan menjalankan, bertahannya sebuah bisnis dalam jangka waktu yang panjang telah menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan dimasa kini. Tidak bisa dipungkiri, bahwa selain untuk memajukan perekonomian, tujuan para pebisnis atau pihak mendirikan perusahaan adalah untuk memperoleh profit sebesar-besarnya. Banyaknya perusahaan tentu saja bertambah pula pesaing didalamnya. Maka, menjamurnya perusahaan atau pihak bisnis saat ini secara otomatis membuat beberapa pihak diantaranya kewalahan akibat semakin bertambah pula pesaing didalamnya.

Bisnis akan berjalan jika terdapat pihak-pihak didalamnya yang secara otomatis mendukung jalannya bisnis tersebut. Tentunya, produsen maupun konsumen merupakan pihak “inti” yang terlibat dalam berjalannya sebuah bisnis. Oleh karena itu, hubungan yang baik antara produsen dan konsumen penting dibangun karena keduanya saling bergantung, baik dari sisi pemenuhan kebutuhan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen maupun sebagai bentuk kesuksesan bagi produsen dalam menjual produk.

Begitu juga dengan Toko Anugerah sebagai objek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, dimana Toko Anugerah yang telah berdiri sejak lama telah

menerima banyaknya transaksi dari konsumen. Pemilik dari Toko Anugerah pun menegaskan bahwa hubungan baik antara pihak Toko Anugerah dan konsumen perlu dibangun dengan baik agar semakin terciptanya peluang Toko Anugerah dalam mencakup konsumen lebih luas.

Peluang besar dalam berbisnis tidak hanya menghasilkan buah yang baik saja, karena dari adanya transaksi dalam menawarkan dan mendapatkan produk menghasilkan sebuah keluhan dari konsumen, yang biasa di sebut dengan komplain, dan dalam Bahasa Inggris diterjemahkan menjadi Customer Complaint. Keluhan konsumen atau Customer Complaint merupakan hal yang wajar terjadi antara pihak didalam bisnis di setiap bisnis, di mana didalamnya terdapat interaksi berkelanjutan. Komplain ini berasal dari kesenjangan yang dirasakan antara ekspektasi layanan yang mungkin tidak selalu cocok dengan layanan yang diterima.

Menurut Boshoff (1997) complaints are a natural consequence of any service activity because mistakes are an unavoidable feature of all human endeavour and service delivery. Pengertian menurut Boshoff tersebut diartikan bahwa komplain merupakan konsekuensi alami yang terjadi akibat adanya kesalahan dalam pelayanan yang tidak bisa dihindari oleh kemampuan manusia.

Sebagai contoh, terdapat Studi yang dilakukan oleh Andreasen & Best (1977) yang menemukan dan meyakinkan bahwa dalam pembelian, konsumen mengalami masalah sekitar 20% dan melakukan keluhan 40% pada waktu yang bersamaan. Sehingga dalam hal ini, bukan suatu hal yang perlu diperdebatkan,

karena komplain dari setiap transaksi merupakan hal yang wajar terjadi, juga berdasarkan tingkat permasalahan keluhan yang diajikan oleh konsumen itu sendiri.

Faktanya, Toko Anugerah yang meskipun telah berdiri sejak lama dan secara otomatis memiliki konsumen yang tidak sedikit, hingga saat ini pun masih menerima komplain konsumen. Rata-rata komplain yang diterima adalah 2-3 komplain dalam satu hari. Maka dapat diketahui bahwa komplain merupakan sesuatu hal yang sulit dihindari oleh batas kemampuan manusia, sehingga dapat dikatakan hal yang wajar. Sehingga karena komplain sendiri tidak dapat dihilangkan, perlu adanya tindak lanjut dari Toko Anugerah untuk mengurangi jumlah komplain yang diterima, tanpa menghilangkan.

Jika lebih diperdalam, komplain atas kegagalan pelayanan harus diantisipasi dengan tujuan untuk mempertahankan konsumen lama. Selain itu, jika perusahaan dapat memberikan penanganan komplain atau complaint handling secara efektif, dapat mengubah konsumen yang pada awalnya merasa kecewa, menjadi konsumen yang setia dan percaya bahwa feedback dari komplain yang disampaikan merupakan “hadiah”, karena perusahaan tidak lagi tertekan dengan adanya komplain yang diterima, namun dapat melihat sisi positif dengan melakukan perbaikan demi kemajuan perusahaan sendiri.

Perlu diperhatikan bahwa menciptakan kepuasan konsumen dan mempertahankan konsumen lama menjadi loyal, tentu merupakan hal yang lebih sulit dibandingkan dengan mencari dan mendapatkan yang baru, karena mendapatkan konsumen baru akan menambah beban berupa biaya yang

dikeluarkan, seperti biaya promosi terkait pengenalan produk. Dan jika dilihat dari salah satu sisi positif yang dapat didapatkan oleh perusahaan dengan adanya komplain, perusahaan mendapatkan kesempatan untuk mengidentifikasi akar permasalahan keluhan, sumber ketidakpuasan, dan oleh karena itu perlu adanya perbaikan dari kesalahan yang terjadi atas keluhan konsumen. Jika penanganan komplain dianggap tidak memuaskan, konsumen bisa saja menilai reputasi buruk bagi perusahaan terkait pengalaman pelayanan yang diterimanya, contohnya pada google review.

Maka pada Toko Anugerah yang sudah berdiri sejak lama ini dan dikenal luas sebagai salah satu toko serba ada di kota Ciamis. Toko Anugerah yang menawarkan produk serba ada telah menciptakan suatu keunikan tersendiri dan menjadi daya tarik bagi penduduk kota Ciamis. Sebagai bukti keunikan yang dimiliki Toko Anugerah yang tidak ada ditoko lain adalah dengan adanya fasilitas seperti dapat membayar dibelakang (utang), bantuan sembako langsung dari pemerintah untuk rakyat kurang mampu, yang membuat Toko Anugerah banjir konsumen dari berbagai tempat, bahkan beberapa kota tetangga, seperti Tasikmalaya. Namun seperti kebanyakan Toko lainnya, semakin banyak konsumen maka semakin sulit pula Toko Anugerah menghindari komplain yang terus datang. Konsumen yang komplain tersebut merupakan konsumen yang telah menilai terkait produk ataupun pelayanan yang diberikan. Toko Anugerah sendiri belum melihat lebih dalam dari sisi konsumen apakah konsumen yang telah bertransaksi dan melakukan komplain namun terus kembali merupakan konsumen yang menilai pelayanan komplain yang ditangani maupun nilai yang dirasakan selain dari

kegunaan produk, atau hanya karena konsumen belum menemukan alternative dari Toko Anugerah sendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba melihat sudut pandang konsumen mengenai penilaiannya atas komplain yang disampaikan dan nilai yang dirasakan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen pada Toko Anugerah. Maka dari itu, peneliti memberi judul pada penelitian ini adalah Pengaruh *Customer Assessment of Complaint Handling* dan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada Toko Anugerah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Toko Anugerah yang menjual produk serba ada tersebut membuat lebih dikenalnya oleh penduduk Ciamis dan menunjukkan bahwa keunikan merupakan hasil dari Toko Anugerah dalam menjalankan sebuah bisnis. Tidak hanya dilihat dari *profit* yang didapat oleh Toko Anugerah, tersedianya bermacam-macam produk akan semakin memudahkan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Namun nyatanya tidak semuanya konsumen Toko Anugerah yang pernah komplain namun tetap kembali lagi adalah konsumen yang puas atau loyal. Diduga hal ini bisa saja konsumen menilai Toko Anugerah yang menjual barang serba ada membuat konsumen kesulitan dalam mencari toko alternative yang menjual produk yang serupa. Selain itu bisa saja didasarkan pada konsumen yang tinggal berlokasi dekat dengan toko

Anugerah walaupun masih merasakan kecewa akibat komplain yang terjadi sebelumnya. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang:

1. Apakah terdapat pengaruh *Customer Assessment of Complaint Handling* terhadap *Customer Satisfaction with Complaint Handling* pada konsumen yang pernah melakukan komplain dan tetap datang kembali ke Toko Anugerah terdapat di Toko Anugerah?
2. Apakah terdapat pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction with Complaint Handling* pada konsumen yang pernah melakukan komplain dan tetap datang kembali ke Toko Anugerah terdapat?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui konsumen yang pernah melakukan komplain dan tetap datang kembali ke Toko Anugerah terdapat pengaruh *Customer Assessment of Complaint Handling* terhadap *Customer Satisfaction with Complaint Handling* di Toko Anugerah.
2. Untuk mengetahui konsumen yang pernah melakukan komplain dan tetap datang kembali ke Toko Anugerah terdapat pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction with Complaint Handling* pada Toko Anugerah

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara positif sebagai referensi bagi peneliti lain untuk menambah wawasan dan pengetahuan agar dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitiann lebih lanjut.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara positif sebagai strategi pihak-pihak didalam bisnis terutama Toko Anugerah dalam mengambil langkah sebagai suatu strategi.

Adapun penelitian ini bermanfaat:

A. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan yaitu diharapkan mampu meninjau kembali mengenai tindakan apa yang harus diambil oleh Toko Anugerah dalam memberikan pelayanan lewat pemecahan dan penyelesaian masalah (komplain) yang berkaitan dengan penilaian konsumen.

B. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu dapat memberikan wawasan serta pengalaman dalam menerapkan ilmu yang didapat

selama kuliah dan dituangkan kedalam praktik nyata. Dan untuk memenuhi kewajiban (skripsi) sebagai tugas akhir mahasiswa UNPAR.