

berpengaruh pada beralih atau tidaknya konsumen dari sebuah perusahaan.

Penyelesaian komplain terkadang merupakan hal yang tidak sulit dilakukan, namun seringkali menjadi sulit pada saat memerlukan koordinasi antar berbagai bagian dalam perusahaan. Hal ini membuat karyawan seringkali lepas tangan dan berusaha melempar permasalahan ke bagian lain di perusahaan. Untuk itu integrasi antar bagian menjadi suatu keharusan agar komplain konsumen dapat dikelola dengan baik dan komplain bisa terselesaikan.

Mowen, John C., *Consumer Behavior*,  
Prantice-Hall, New Jersey, 1995.

[www.consumerbehavior.net/  
powerpoint/ch2010.ppt-193k](http://www.consumerbehavior.net/powerpoint/ch2010.ppt-193k)

#### DAFTAR RUJUKAN

- Bennet, Rebekah, et. al, 2003 *Emotions and Complaining Behavior following Service Failure*, Department of Management, Monash University.
- Best, Roger J., 2004 *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability*, Prentice-Hall International, New Jersey.
- Dwyer, F. Robert, and John F. Tanner, 2002 *Business Marketing: Connecting Strategy, Relationships, and Learning*, McGraw-Hill Irwin, New York.
- Foster, S. Thomas, 2004 *Managing Quality: An Integrative Approach*, Pearson Education International, New Jersey.
- Jain, Subhass C., 1999 *Marketing Planning and Strategy*, South-Western College Publishing, Cincinnati.
- Kotler, Philip, et. al, 2003 *Marketing Management: An Asian Perspective*, Prentice-Hall International, Singapore.
- Oh, Dong-Geung, 2003 *Complaining Behavior of Public Library Users in South Korea*, Department of Library and Information Science, Kei-Myung University, 1000 Shindang-Dong, Dalseo-Ku, Taegu 704-701, South Korea.