

## ABSTRAK

Penanganan keluhan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang merasa puas dan setia menggunakan jasa perawatan dan perbaikan mobil di bengkel "X". Kepuasan dirasakan langsung oleh konsumen melalui penanganan yang cepat dan tepat atas keluhan-keluhan yang mereka kemukakan. Adanya penanganan keluhan yang bersifat adil dan memuaskan akan menghasilkan kepercayaan dan komitmen dari konsumen atas perusahaan yang pada akhirnya konsumen akan menggunakan ulang dan setia terhadap jasa perawatan dan perbaikan mobil pada bengkel "X" di Surabaya.

Penanganan keluhan menyangkut beberapa hal, yaitu perilaku karyawan dalam menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen, kecepatan pihak perusahaan dalam menangani keluhan konsumen, dan kompensasi yang diberikan perusahaan pada konsumen akibat kesalahan yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh faktor penanganan keluhan, yaitu perilaku karyawan, kecepatan menangani keluhan, dan kompensasi yang diberikan terhadap kepuasan pengguna jasa perawatan dan perbaikan mobil pada Bengkel "X" di Surabaya serta meneliti pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan penggunaan ulang jasa perawatan dan perbaikan mobil pada Bengkel "X" di Surabaya.

Variabel-variabel yang digunakan meliputi variabel eksogen ( $X$ ), yaitu perilaku karyawan ( $X_1$ ), kecepatan menangani keluhan ( $X_2$ ), dan kompensasi yang diberikan ( $X_3$ ), dan variabel endogen, kepuasan ( $Z$ ) serta niat pembelian ulang ( $Y$ ). Analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path*).

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor-faktor penanganan keluhan, yaitu perilaku karyawan, kecepatan menangani keluhan, dan kompensasi yang diberikan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa perawatan dan perbaikan mobil pada Bengkel "X" di Surabaya. Juga dinyatakan bahwa kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan ulang jasa perawatan dan perbaikan mobil pada Bengkel "X" di Surabaya, serta terbukti bahwa faktor-faktor penanganan keluhan, yaitu perilaku karyawan, kecepatan penanganan keluhan dan kompensasi yang diberikan secara tidak langsung mempengaruhi pembelian ulang konsumen bengkel "X" melalui kepuasan yang telah dirasakan atas penanganan keluhan mereka