

Kepuasan pelanggan selalu menjadi topik hangat di kalangan pebisnis, khususnya para pemasar, karena hal itu sangat menentukan tingkat pertumbuhan suatu usaha. Masalahnya tidak berhenti disitu. Mereka cenderung menceritakan kekecewaan mereka kepada sanak saudara dan teman-teman mereka, malah ada yang mengirimkan surat tertulis ke media massa atau mailing-list sehingga masalah itu tersebar kemana-mana dan sulit dihentikan. Akibatnya, nama perusahaan menjadi buruk di mata konsumen dan mereka yang belum mengenal perusahaan itu cenderung untuk tidak “berurusan” dengan perusahaan tersebut. Sekalipun sangat penting, banyak perusahaan sangat kesulitan untuk melihat dan mengukur sejauh mana pelanggan mereka tidak puas, kurang puas, puas, atau sangat puas terhadap produk, atau jasa yang mereka tawarkan. Hal itu sulit ditentukan karena kepuasan pelanggan memang sangat subjektif. Tergantung individu, *mood* ketika membeli, selera yang gampang berubah dll. Di samping itu, tiap orang pasti mempunyai ekspektasi dan pengalaman yang berbeda terhadap produk atau jasa yang sama. Buku ini akan membantu anda untuk mendudukan masalah “kepuasan pelanggan” pada tempatnya sehingga anda bisa melihat dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan anda terhadap seluruh aspek bisnis yang ditawarkan.

