

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. EKA MANUNGGAL SEJAHTERA

Nugroho Dwi Priyohadi
Edi Priyanto
Rizka Ira Andini

2023

Abstraksi

Kualitas pelayanan dan penanganan komplain yang baik di dalam suatu perusahaan memungkinkan untuk menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Apabila konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya mereka akan tetap setia menggunakan jasa pelayanan perusahaan. Penelitian ini dilakukan di PT. Eka Manunggal Sejahtera. Pengumpulan data dengan kuesioner dan populasi pada penelitian ini berjumlah 30 pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan nilai t-hitung sebesar 1,182 lebih kecil dari nilai t-tabel (2,052) dan nilai sig sebesar 0,247 lebih besar dari 0,05 dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama ditolak sehingga kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,163 lebih besar dari nilai t-tabel (2,052) dan nilai sig sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua diterima sehingga penanganan komplain mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan nilai F-hitung sebesar 51,693 lebih besar dari nilai F-tabel (3,32) dapat dinyatakan hipotesis ketiga diterima sehingga kualitas pelayanan dan penanganan komplain tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG MASALAH

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan memungkinkan untuk menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Bagi perusahaan, kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : subyektivitas si pemberi jasa,

keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Jumlah pelanggan loyal sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa mengalami ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif dan akan menimbulkan berbagai macam keluhan/komplain terhadap penyedia jasa sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*).

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan – kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba yang tinggi. Tidak akan ada suatu perusahaan yang dapat bertahan lama bila perusahaan tersebut tidak mampu menjual produk atau jasa yang dihasilkannya.

Pengertian pemasaran telah banyak diberikan oleh para ahli dibidang pemasaran, antara lain :

“Menurut Kotler [1997:9], Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Kualitas Pelayanan

Kualitas ialah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Menurut Philip Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang atau orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam penelitian Suryani, menyimpulkan bahwa terdapat sepuluh dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

(*Tangible*) fasilitas fisik atau yang dirasakan yaitu bentuk fisik dari jasa bisa

berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya;

(*Reliability*) keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurat yang tinggi;

(*Responsiveness*) ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Yang meliputi : kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi;

(*Assurance*) jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Penanganan Komplain

Menurut Rambat Lupiyoadi, Perilaku keluhan merupakan pernyataan sikap "tidak puas" atas kinerja produk barang/jasa yang digunakan. Keluhan pelanggan harus dilihat sebagai "masukan" bagi organisasi/perusahaan dan memberikan peluang bagi perbaikan produk barang/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Penanganan komplain berarti merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain dapat dijadikan instrument penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan pelanggan akan ketidakpuasan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keluhan konsumen

Sejumlah faktor yang mempengaruhi keluhan konsumen telah diidentifikasi. Perilaku keluhan konsumen meningkat apabila :

- a. Tingkat ketidakpuasan meningkat;
- b. Sikap konsumen untuk mengeluh meningkat;
- c. Jumlah manfaat yang diperoleh dari sikap mengeluh meningkat;
- d. Perusahaan disalahkan atas suatu masalah;
- e. Produk tersebut penting bagi konsumen;

Kepuasan Pelanggan

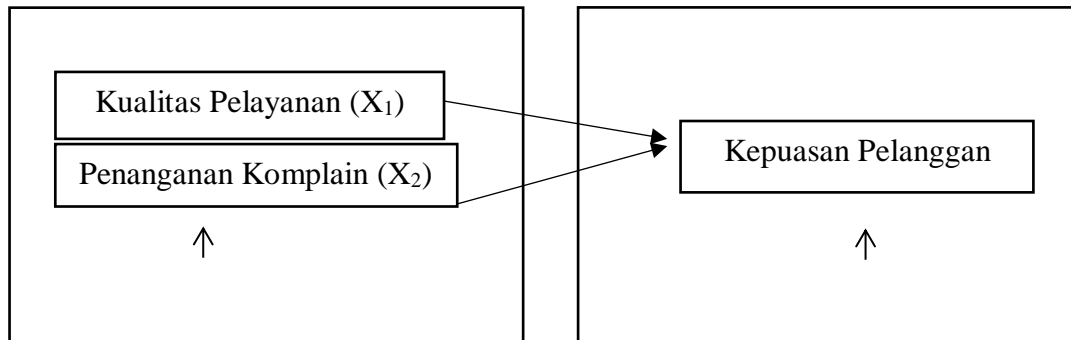
Dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting diutamakan, hal ini dilakukan oleh setiap perusahaan agar dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan mereka karena banyaknya pesaing dengan mengeluarkan berbagai macam produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Selain pesaing pelanggan saat ini juga menjadi perhatian bagi para produsen, hal ini disebabkan kebutuhan pelanggan yang bersifat statis dan selalu berubah.

“Menurut Tse dan Wilton [1998], mengemukakan definisinya bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual prouk setelah pemakaiannya”.

Kerangka Dasar Pemikiran

Dari yang telah diuraikan diatas, selanjutnya disajikan kerangka pikir penelitian. Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan komplain (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).



Gambar Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dilihat dari data yang digunakan, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, serta penampilan dari hasilnya [Arikunto, 2012:29].

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono [2013] teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer.

Teknik Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono [2013] wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui teknik wawancara pada berbagai pihak yang terkait dengan permasalahan ini.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data menurut Sugiyono [2016] data dapat dibedakan dengan cara memperolehnya atau mendapatkannya. Jenis dan sumber data-data yang telah ditemukan terdapat dua jenis data adalah sebagai berikut :

Data Primer

Menurut Sugiyono [1999] sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Jadi data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Data primer yaitu data mentah yang perlu diolah lagi.

Adapun pada penelitian ini penulis memiliki data primer berupa kuesioner sebagai data jawaban dari responden dan perlu diolah lagi.

Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung atau melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data ini digunakan untuk melengkapi data primer dan juga berupa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data sekunder diperoleh melalui dokumen-dokumen perusahaan literatur serta sumber-sumber lain yang mendukung, misalnya internet dan majalah.

Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tertentu. Definisi operasional yang diukur memberikan gambaran bagaimana variabel atau konstruk tersebut diukur.

Variabel Terikat / Dependen (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Variabel Bebas/Independen (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Kualitas Pelayanan (X₁)

Kualitas Pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan.

Penanganan Komplain (X₂)

Kepuasan dirasakan langsung oleh konsumen melalui penanganan yang cepat dan tepat terhadap keluhan-keluhan yang mereka kemukakan. Maksud penanganan komplain disini yaitu suatu penanganan komplain yang cepat ditanggapi oleh perusahaan akan dirasakan langsung oleh customer/ pelanggan, dan customer/pelanggan akan merasa puas dengan penanganan yang diberikan.

Tabel Operasional Variabel Penelitian

Variabel Independen	Sub Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan (X₁) Menurut Lewis dan Booms [1983] yang dikutip oleh Tjiptono [2011:180] kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan devinisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh	<i>Tangible</i> (Fasilitas Fisik)	- Perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) - Fasilitas fisik ruangan
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	- Karyawan menyampaikan layanan yang disajikan dengan akurat - Karyawan memberikan layanan dengan benar
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	pada saat yang tepat - Menjaga Kerahasiaan data pelanggan - Kemampuan karyawan menyampaikan kepercayaan dan

kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.	<i>Empathy</i> (Empati)	keyakinan kepada pelanggan dengan baik - Memberikan perhatian personal kepada pelanggan - Kemudahan untuk berkomunikasi
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	- Merespon permintaan pelanggan dengan tanggap - Kecepatan dalam menangani pelanggan dalam berinteraksi
Penanganan Komplain (X₂) Menurut Rambat Lupiyoadi [2014:247] Perilaku Keluhan merupakan pernyataan sikap “tidak puas” atas kinerja produk barang/jasa yang digunakan. Keluhan pelanggan harus dilihat sebagai “masukan” bagi organisasi/perusaan dan memberikan peluang bagi perbaikan produk barang/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.	Kecepatan/Kesigapan Penanganan Komplain	- Kesigapan dalam menangani komplain - Menyelesaikan komplain dengan cepat dan tepat
	Kemudahan Pengajuan Komplain	- Memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain
	Penyelesaian Masalah Secara Memuaskan	- Penyelesaian komplain yang sederhana bagi pelanggan - Pelanggan puas dengan penanganan komplain yang dilakukan perusahaan
Kepuasan Pelanggan (Y) Menurut Handi Irawan yang dikutip Oleh Sudaryono dalam buku Manajemen Pemasaran dan Teori Implementasi, [2016:78-79] produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup.	Kesesuaian Harapan	- Kualitas layanan baik - Layanan yang diberikan cepat - Fasilitas gedung memadai
	Minat Pembelian Ulang	- Pilihan yang tepat dalam bertransaksi pembiayaan untuk menggunakan jasa kembali
	Kepuasan Keseluruhan	

		- Puas dengan layanan
		- Puas menggunakan jasa
	Kesediaan Merekomendasikan	- Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada perusahaan lain

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi/penyamarataan yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono [2013]. Adapun populasi yang akan di ambil pada penelitian ini adalah beberapa customer PT. Eka Manunggal Sejahtera sebanyak 30 pelanggan.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono [2013].

Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Oleh karenanya penulis akan mengambil sampel sebanyak 30 pelanggan.

Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, Sugiyono [2013]. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara sistematis teknik sampling dibagi menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling, pada penelitian ini penulis memilih nonprobability sampling, nonprobability sampling.

Teknik Analisa Data

Analisis Kuantitatif

Metode ini disebut Kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sumber data penelitian ini, adalah dengan menggunakan jawaban kuesioner pada variabel kualitas pelayanan (X_1), penanganan komplain (X_2), kepuasan pelanggan (Y).

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Satu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, uji ini menggunakan rumus korelasi product moment.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument sudah baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan asumsi model klasik yaitu dengan pengujian normalitas, linieritas dan multikolinieritas.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk data berskala ordinal, interval atau rasio. Dalam pengujian ini akan digunakan uji One Sample Kolmogrov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan

sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test For Linearity dengan pada taraf signifikansi 0,05.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linier. Uji Multikolinieritas dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independent lainnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika residualnya mempunyai kesamaan *varians* disebut homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut heteroskedastisitas.²⁶ Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya $<0,05$ yang berarti bahwa apabila signifikansinya $>0,05$ penelitian dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Berganda

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Uji t

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji F

Uji statistik F pada dasarnya adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki hubungan secara bersama-sama terhadap variabel terikat, Ghazali, (2009).

Koefisien korelasi dan koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak penulis menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* saat mengevaluasi model regresi terbaik, [Ghozali:2011].

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 24 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen. Sampel pada penelitian ini sebesar 30 responden sehingga r-tabel pada penelitian ini sebesar 0,361 dengan taraf signifikansi 5% (0,05). Berikut hasil uji validitas semua variabel penelitian berdasarkan tabel *coefficient* pada *output* SPSS :

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan sebanyak 8 item dengan nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel (0,361) dan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05) sehingga dapat dinyatakan valid. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pertanyaan pada variabel penanganan komplain sebanyak 8 item dengan nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel (0,361) dan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05) sehingga dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan sebanyak 8 item dengan nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel (0,361) dan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05) sehingga dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's*.

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha's* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,921, nilai *cronbach alpha's* pada variabel penanganan komplain, sebesar 0,922 dan nilai *cronbach alpha's* pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,921. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai keseluruhan tiap variabel penelitian lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Linearitas

Berdasarkan perhitungan nilai *deviation from linearity* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,088 lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan linear terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel di atas nilai *deviation from linearity* pada variabel penanganan komplain sebesar 0,078 lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel penanganan komplain linear terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Normalitas

Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*:

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,897 lebih besar 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan perhitungan pada variabel kualitas pelayanan nilai VIF sebesar 8,537 lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,978 lebih besar dari 0,10 sedangkan pada variabel penanganan komplain nilai VIF sebesar 5,683 lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,176 lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut

adalah sebagai berikut : Nilai konstanta pada persamaan regresi sebesar 4,380 maka jika variabel kualitas pelayanan dan penanganan komplain dianggap konstan sehingga rata-rata kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera sebesar 4,380.

Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,219. Hal ini berarti setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 pelanggan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,219. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif. Jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan.

Koefisien regresi pada variabel penanganan komplain sebesar 0,633. Hal ini berarti setiap ada peningkatan penanganan komplain sebesar 1 pelanggan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,633. Penanganan komplain dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif. Jika penanganan komplain meningkat maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan.

Uji T

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (kualitas pelayanan dan penanganan komplain) secara parsial dalam menerangkan variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui nilai t-hitung sebesar 1,182 lebih kecil dari nilai t-tabel (2,052) dan nilai sig sebesar 0,247 lebih besar dari 0,05 dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama ditolak sehingga kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera.

Variabel Penanganan Komplain

H2: penanganan komplain mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera

H0: penanganan komplain tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai t-hitung sebesar 3,163 lebih besar dari nilai t-tabel (2,052) dan nilai sig sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua diterima sehingga penanganan komplain mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera.

Uji F

H3: kualitas pelayanan dan penanganan komplain mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera.

H0: kualitas pelayanan dan penanganan komplain tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera.

Dari tabel anova uji F menghasilkan nilai F-hitung sebesar 51,693 lebih besar dari nilai F-tabel (3,32) dapat dinyatakan hipotesis ketiga diterima sehingga kualitas pelayanan dan penanganan komplain tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera.

Uji Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan *model summary* diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,793 hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh sebesar 79,3% terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera sedangkan $100\% - 79,3\% = 20,7\%$ dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada pada penelitian ini.

Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera dengan pengaruh sebesar 71,6%;
2. Penanganan komplain mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera dengan pengaruh sebesar 78%;
3. Kualitas pelayanan dan penanganan komplain tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Manunggal Sejahtera dengan variabel yang berpengaruh paling dominan ialah variabel penanganan komplain dengan berpengaruh sebesar 78%.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran, yaitu :

1. Untuk penelitian mendatang diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan beberapa variabel lain yang diprediksi ikut mempengaruhi kepercayaan pelanggan di suatu perusahaan, seperti : reputasi, citra merk, dan lain sebagainya, serta menambah jumlah objek penelitian. Dengan demikian hasil yang diperoleh mampu memberikan gambaran secara luas.
2. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap pelanggan meskipun begitu perusahaan harus tetap meningkatkan lagi kualitas pelayanan terhadap pelanggan karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka cenderung meningkatkan kepercayaan.
3. Perusahaan perlu memperhatikan penanganan komplain, lebih sigap dan tanggap guna menjaga kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Krismanto. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyaltas Nasabah*, Tesis Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang: 2009.
- Anindhya Budiarti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyaltas Nasabah Bank Umum Syariah I Surabaya*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jurnal Ekuitas, ISSN 1411-0393, Vol.15, No.2 Juni 2011 ; 210-231,2009.
- Arikunto, Suharsi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet ke-10, Edisi Revisi III. Jakarta:PT. Rineka Cpta, 1996.
- Armstrong, Gary, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid I Penerbit Anggota IKAPI, Jakarta.
- Boone, dan Kurtz, 1995, dalam jurnal “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia Surabaya Selatan*”, jurnal Media MAHARDIKA Vol3 no. 2 Januari 2005. Hal 22-35.
- Cronin, dan Taylor, 1992, dalam jurnal “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia Surabaya Selatan*”, jurnal Media MAHARDIKA Vol3 no. 2 Januari 2005. Hal 22-35.
- Danang Sunyoto. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Engel.et.al., 1995, dalam Erma, 2006, dalam jurnal “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Umum Syaiful Anwar Malang*” Dosen Fak Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya Hal. 131-139.
- Fitri Mustagfiroh, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Penanganan Kleuhan, Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah dan Word Of Mouth .Perbankan Syariah*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Walisongo Semarang, Tugas Akhir (D3) 2016.

- Haily & Sri Yanti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen* pada PT. Prima Tour and Travel, Jurnal Zona Manajerial, Batam, Fakultas, Ekonomi 13-23 ISSN 2087-7331, Vol 8, No.2, 2016.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2022. *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi Milenium, PT. Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip, 1980, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid I Penerbit Anggota IKAPI, Jakarta.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran : Analisa, perencanaan, implementasi dan pengendalian*, Jakarta: Prenhallindo,1997.
- Pawitra, 1993, dalam Olliver, dalam jurnal “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia Surabaya Selatan*”, Jurnal Media MAHARDIKA Vol 3 no. 2 Januari 2005. Hal 22-35.
- Pawitra, 1993, dalam Peterson dan Wilson, 1992, jurnal “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia Surabaya Selatan*”, jurnal Media MAHARDIKA Vol 3 no. 2 Januari 2005. Hal 22-35.
- Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 13, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tse, dan Wilton, 1988, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pleanggan PT, POS Indonesia Surabaya Selatan*”, Jurnal Media MAHARDIKA Vol 3 no. 2 Januari 2005. Hal 22-35.