

## PENGARUH PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT. INDOWIRA PUTRA CIMAH I JAWA BARAT

**Imam Kambali - Suci Aliftia Ramandhani**

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia

E-mail: [Imamkambali@poltekpos.ac.id](mailto:Imamkambali@poltekpos.ac.id) - [sucialiftia.23@gmail.com](mailto:sucialiftia.23@gmail.com)

---

### ABSTRAK

PT. Indowira Putra adalah perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis industri cat perusahaan ini memiliki keluhan yang tidak sedikit namun berbeda-beda dari setiap pelanggannya. Tujuan tugas akhir ini untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat dan untuk mengetahui cara mengatasi penanganan keluhan pelanggan menurut pelanggan pada PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat. Responden dalam penelitian ini 100 orang pelanggan PT. Indowira Putra dengan metode regresi linier sederhana dan Teknik sampling *non-sampling*. Hasilnya adalah secara simultan keseluruhan dimensi penanganan keluhan pelanggan berpengaruh sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat dan dimensi yang besar pengaruhnya adalah empati dan kewajaran. Agar tetap terjaga loyalitas pelanggan di PT. Indowira Putra maka disarankan supaya perusahaan meningkatkan ;agi kualitas dimensi empati kepada pelanggan dan kemudahan peanggan dalam menghubungi perusahaan untuk mengeluh dengan cara antara lain memberikan pelatihan kepada petugas tentang *customer-care*.

**Kata kunci:** Penanganan Keluhan, Loyalitas pelanggan dan PT. Indowira Putra Cimahi

### ABSTRACT

*PT. Indowira Putra is a company that operates in the paint industry. This company has many complaints but different from each customer. The purpose of this final project is to determine the effect of handling customer complaints on customer loyalty at PT. Indowira Putra Cimahi West Java and to find out how to deal with customer complaints handling according to customers at PT. Indowira Putra Cimahi, West Java. Respondents in this study were 100 customers of PT. Indowira Putra with simple linear regression method and non-sampling sampling technique. The result is that simultaneously the overall dimensions of customer complaint handling have a very significant effect on customer loyalty at PT. Indowira Putra Cimahi, West Java and the dimensions that have a big influence are empathy and fairness. In order to maintain customer loyalty at PT. Indowira Putra, it is recommended that the company improve the quality of the dimensions of empathy for customers and the ease with which customers contact the company to complain by, among other things, providing training to officers on *customer-care*.*

**Keywords:** *E Complaint Handling, Customer Loyalty and PT. Indowira Putra Cimahi*

---

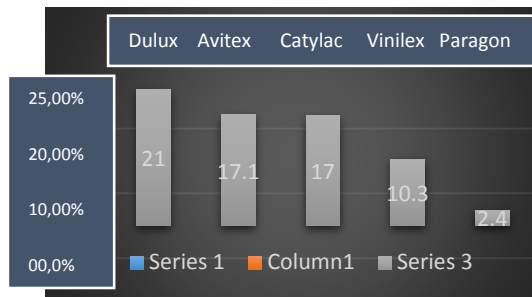
### A. PENDAHULUAN

#### 1. Latar belakang Masalah

Dalam dunia bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan harus bersaing satu sama lainnya. maka

dengan ini perusahaan akan mendapatkan motivasi dengan melakukan evaluasi pada bisnisnya."Keluhan pelanggan merupakan suatu ungkapan emosional terhadap pelanggan karena adanya sesuatu yang

tidak dapat diterimanya, baik yang diberikan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Permasalahan perusahaan terhadap pelanggan memang sangat kompleks, oleh karena itu harus ditangani secara baik, jelas dan tuntas.” Keluhan-keluhan yang dimiliki oleh pelanggan yang ada harus dikelola dengan cepat dan baik agar tidak menjadi “bom” waktu di masa mendatang maka hal ini tidak merugikan perusahaan.



Gambar 1. Top Brand (2019)

Sumber: Top Brand Indeks (2019)

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa cat tembok PT. Indowira Pura pada produk Petalux tidak masuk dalam daftar *Top Brand* produk cat terbaik di Indonesia yang telah di rilis oleh *Top Brand Indeks* pada tahun 2019 dengan cat tembok Dulux yang berhasil menguasai *market share* di Indonesia, yaitu sebesar 21,0% maka hal ini PT.Indowira Putra harus bisa menaikkan produknya Sebagai produk cat di Indonesia dan tingkatkan lagi loyalitas pelanggannya, karena menurut Balika et al (2016) bahwa loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif. Hal ini dikarenakan loyalitas meliputi komponen sikap dan perilaku seroang pelanggan.

PT. Indowira Putra merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis industri produk cat. Perusahaan ini mengutamakan loyalitas pelanggan karena menurutnya loyalitas pelanggan adalah tujuan utama para perusahaan untuk bisa mengembangkan bisnisnya dan perusahaan bisa menjadi lebih maju, kekuatan

pelanggan sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Pelanggan merupakan seseorang yang akan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama dengan tujuan untuk memuaskan keinginannya dengan produk-produk yang dimiliki. Agar dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan atau pelanggan harus melewati beberapa tahapan agar bisa menjadi pelanggan yang loyal tentunya akan ada proses berlangsung lama dengan penekanan atau perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap dengan ini setiap pelanggan memiliki kebutuhan yang berbeda.

PT.Indowira Putra memiliki beberapa keluhan pelanggan melalui *e-mail* sebagai berikut:

Tanggal	Keluhan Pelanggan
28 Desember 2020	Eror mesin karena <i>Colorant</i> KS tidak Keluar
06 Januari 2021	- Oplosan ATB <i>SUPERCRYL</i> AP 164-6 Warna tidak sama dengan kartu warna Ambiancanya - Galon 2,5 lt / Batch UD-14-2A
04 Februari 2021	Dalam 1 dus kurang hardenernya 2 tube
22 Februari 2021	Catnya terjadi <i>settling</i>
25 Februari 2021	Cat belang
03 Maret 2021	Hasil aplikasi pada panel agak kasar tidak sebagus sampel yang sudah pernah ditrial.
12 Maret 2021	Warna tidak sesuai dengan kartu warna

Tabel 1. Keluhan Pelanggan PT. Indowira Putra Tahun 2021

Sumber : PT Indowira Putra, 2021

Berdasarkan tabel 1. Keluhan di atas, tergambar bahwa di PT. Indowira Putra memiliki keluhan yang berbeda-beda jenisnya, seperti cat menggumpal, cat tidak

menempel di tembok, pemasangannya kurang baik sehingga terjadi catnya Sebagian rusak dan warnanya tidak sama seperti pada kartu contoh cat atau pembelian cat berikutnya oleh pembeli warnanya menjadi berbeda dari sebelumnya.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat?
- b. Bagaimana cara mengatasi penanganan keluhan pelanggan menurut pelanggan pada PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat?

## B. KAJIAN PUSTAKA

### 1. Loyalitas Pelanggan

Perusahaan akan meraih keberhasilan dengan ditentukannya oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam membangun loyalitas pelanggan sehingga perusahaan bisa meraih keberhasilannya. Jadi menurut Partua Pramana (2014) “loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang” (Putri dan Utomo, 2017:71).

#### A. Dimensi Loyalitas

perusahaan memiliki pelanggan atau pelanggan yang loyal tentunya bisa menjadikan perusahaan meningkatkan labanya, konsep loyalitas perlu diukur untuk bisa melihat kekuatan konsep melalui dimensi ukuran konsep. Jadi menurut Griffin (2010) menjelaskan bahwa terdapat empat dimensi loyalitas pelanggan (Mashuri, 2020:61) antara lain:

- a) *Make regular repeat purchase* (rata-rata pembelian ulang)
- b) *Purchase across product and service lines* (membeli produk dengan pelayanan yang sama)

- c) *Refers other* (memberikan rekomendasi atau mempromosikan produk kepada orang lain)
  - d) *Demonstrates immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan produk yang yang dimaksud dalam persaingan)
- B. faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut Tio Setyo Kuncoro (2012):
- a) Kualitas Produk : produk yang sudah memiliki kualitas yang diinginkan oleh pelanggan maka akan secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
  - b) Kualitas Pelayanan : selain kualitas produk Adapun hal yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan.
  - c) Emosional : emosional hal ini dapat diartikan sebagai keyakinan agar usahanya bisa lebih maju dalam usahanya dengan mendatangkan ide-ide yang bisa meningkatkan usahanya.
  - d) Harga : dimana semua orang ingin mendapatkan harga yang terjangkau dengan kualitas yang bagus hal ini mnjadikan sasaran bersaing terhadap perusahaan.
  - e) Biaya : orang berpikir jika perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk sebuah produk yang ingin dipromosikan pasti akan mendapatkan *feedback* terhadap perusahaan.

### 2. Keluhan Pelanggan

Perusahaan memiliki pelanggan yang terdapat adanya suatu keluhan yang dialami oleh pelanggan namun perusahaan akan melakukan penanganan keluhan tersebut akan membuat merubahnya pelanggan yang mengeluh menjadi setia. Menurut Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa secara sederhana keluhan bisa diartikan jika pelanggan mengalami ketidakpuasan atau kecewaan. Menurut (Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa dimensi keluhan yaitu ada 4 :

- a) Empati terhadap pelanggan yang marah.

- b) Kecepatan dalam penanganan keluhan
- c) Kewajaran dan keadilan dalam memecahkan masalah
- d) Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keluhan pelanggan menurut Sangadji (2013):

- a) Pelayanan yang diterima tidak seperti yang diharapkan
- b) Diabaikan dan dibiarkan menunggu tanpa penjelasan
- c) Tidak ditanggapi atau tidak diperhatikan
- d) Produk yang dibeli tidak sama dengan diromosikan
- e) Mendapatkan pelayanan yang kurang atau tidak baik
- f) Kurang/tidak dihargai
- g) Lamban dalam pelayanan
- h) Kesalahpahaman komunikasi
- i) Kesalahan wiraniaga dalam pengambilan dan pembungkusan barang yang dibeli.

### 3. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2007) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah peneliti telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Maka hipotesis similtayang diambil oleh penulis adalah (Kusnadi, 2016:91):

H<sub>0</sub>: Terdapat pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

H<sub>1</sub> : Terdapat tidak pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

### 4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini dibuat untuk memudahkan membuat penelitian yang berjudul "Pengaruh Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat". Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan sebagai faktor

yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Candra, 2020).

Berikut paradigma penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 5. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2011) ada 5 konsep inti yang memiliki kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Kepuasan pelanggan
- b. Kesesuaian harapan
- c. Minat pembeli ulang
- d. Ketersediaan untuk merekomendasi
- e. Ketidakpuasan pelanggan.

### 6. Kerangka Pemikiran

Jika dilihat dari peneliti terdahulu tersebut bahwa e-service quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil peneliti terdahulu maka konsep kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :



Tabel 2. Paradigma Penelitian  
Sumber : Dwiya (2018:77)

## C. METODE PENELITIAN

### 1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan korelasional. Pendekatan Korelasional adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan ada atau

tidaknya hubungan antara dua atau lebih variabel yang akan diukur, jika terdapat hubungan maka berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

## 2. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini sesuai dengan judul yang diajukan, penelitian ini hanya berkaitan dengan Pengaruh Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Indowira Ptra Cimahi Jawa Barat.

## 3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Indowira Putra yang beralamatkan di Jl. Industri II No.5, utama kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi Jawa Barat 40172.

## 4. Operasional Penelitian

Menurut (Kusnadi, 2016:94) mengutip pendapat Sugiyono (2007) mengatakan bahwa variabel penelitian pada dasarnya adalah untuk mencari data bentuk apa saja oleh peneliti agar bisa mempelajari dengan kesimpulannya.

Dalam variabel penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua kategori utama yaitu variabel terkait (dependen) dan variabel (independent). Maka hal ini variabel (Y) akan menjadi faktor keberhasilan dari variabel (X). berikut tabel operasi variabelnya menurut Tjiptono (2008) dan Griffin (2010) bahwa penanganan keluhan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

## 5. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi adalah terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti selain itu bisa ditarik kesimpulannya (Kusnadi, 201:9555). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli produk dari PT. Indowira Putra. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh pelanggan PT. Indowira Putra

yang jumlah sampelnya tidak diketahui.

### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut yang dianggap bisa mewakili seluruh populasi (Brigitta Priscilla Divina Rianti & Rikumahu, 2020:956). Apabila populasi tersebut besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling* sebagai Teknik penentuan sampelnya. Karena populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka menurut Sawomo (2012) ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Henny, 2020:120) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

## 6. Jenis Data

Jenis data yang akan diperlukan dalam melakukan penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2012) memberitahu bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer ini dengan melakukan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang terlibat dengan penelitian ini dilakukan (Ria Ratna, Soekrisno, 2016:23).

## 7. Metode Analisis Data

### a. Uji Validitas Instrumen Peneliti

Menurut Sugiyono (2018) mengatakan bahwa derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi

kepada objek dengan hasil data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti maka hal ini bertujuan agar mencari validitas sebuah item, tidak hanya ini dapat mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut (Oscar & Ulfiani, 2019:84). Jika terdapat koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, namun jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item ini dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

Menurut Sujarweni (2015) menyatakan bahwa uji reliabilitas ini merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi dalam suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner (Oscar & Ulfiani, 2019:84). Maka hal ini uji reliabilitas dapat dilakukan secara Bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Namun apabila  $\alpha > 0,70$  maka disebut reliabel.

c. Uji Normalitas Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) mengatakan bahwa pengujian normalitas data pada pengujian normalitas menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov tes* (Oscar & Ulfiani, 2019:84) dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Apalagi signifikan terhitung  $> 0,5$  maka data tersebut berdistribusi normal. Namun jika apabila signifikan hitung  $< 0,5$  maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

## 8. Teknik Analisis Data

Dalam Teknik analisis data ini menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kedua variabel, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel

*dependent* (variabel Y), nilai variabel *dependent* berdasarkan nilai *independent* (variabel X yang diketahui).

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Subjek variabel terkait yang diprediksi (sisa hasil usaha)

X = Subjek variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu (Modal Kerja)

a = Bilangan konstanta regresi untuk X=0 (nilai y pada saat x nol)

b = Kefisien arah regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel Y bila bertambah atau berkurang 1 unit.

Berdasarkan persamaan di atas, maka nilai a dan b peneliti dapat mengetahui dengan menggunakan penghitungan melalui SPSS.

a. Uji Hipotesis

Analisis uji hipotesis dilakukan untuk menganalisis data yang diperoleh dengan menggunakan angket dan dokumen berupa data responden untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel X dan Y di perusahaan PT. Indowira Putra. Untuk uji hipotesis ini peneliti menghitungnya menggunakan aplikasi IBM SPSS.

b. Uji t

Menurut Slamet Santoso (2013) menjelaskan bahwa uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji ini dilaksanakan dengan Langkah membandingkan t hitung dengan t tabel (Farida & Pransiska, 2019:48). Dengan ketentuan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  ( $\alpha : 5\%$ ) maka

variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Mengadakan pengujian bahwa hipotesa yang diajukan diterima atau ditolak maka digunakan t hitung sebagai berikut:

$$t = \frac{b}{sb}$$

Keterangan : t = t<sub>hitung</sub>

b = koefisien regresi

Sb = Standar error dari variabel independent

Jika t<sub>hitung</sub> < tabel, maka H<sub>0</sub> diterima

t<sub>hitung</sub> > tabel, maka H<sub>1</sub> ditolak

c. Uji f (Uji Serempak )

Menurut Slamet Santoso (2013) menjelaskan bahwa uji F digunakan dalam menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independent secara serempak terhadap variabel dependen (Farida & Pransiska, 2019:48). Jika f hitung > f tabel dan nilai < 0,05 (α = 5%), maka variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis untuk uji f secara manual menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan : R<sup>2</sup> : Koefisien Determinasi

K : Banyak Variabel Dependenn  
: Jumlah data (sampel)

Jika : F<sub>hitung</sub> < f tabel, maka H<sub>0</sub> diterima  
H<sub>1</sub> ditolak  
F<sub>hitung</sub> > f tabel, maka H<sub>0</sub> ditolak  
H<sub>1</sub> diterima.

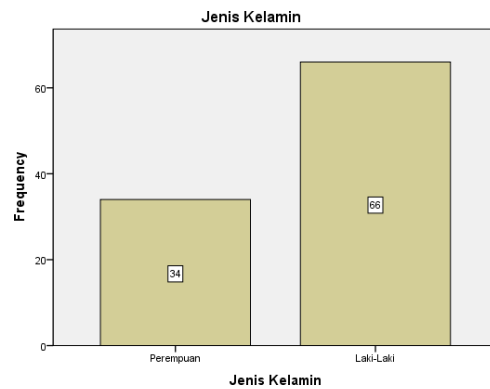
## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik respon merupakan ragam latar belakang yang dimiliki oleh responden. Dengan adanya data responden yaitu untuk bisa melihat *background* responden yang difokuskan oleh pertanyaan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Hasil yang didapat adalah:

#### a. Karakteristik Jenis Kelamin

Berikut adanya jenis kelamin yang didapat dari kuesioner yaitu:



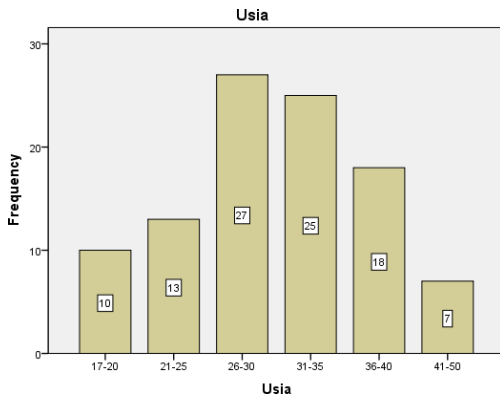
Gambar 1. Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin

Sumber: Data Olahan, 2021

Jumlah responden sebanyak 100 sampel pelanggan dari PT. Indowira Putra, dilihat dari segi jenis kelamin secara keseluruhan sampel berjenis kelamin laki-laki sebanyak 66% dan perempuan sebanyak 34% ini menunjukkan dikalangan pelanggan PT. Indowira Putra lebih banyak oleh laki-laki.

#### b. Karakteristik Usia

Berikut adanya diagram usia pelanggan yang di dapat dari kuesioner yaitu:

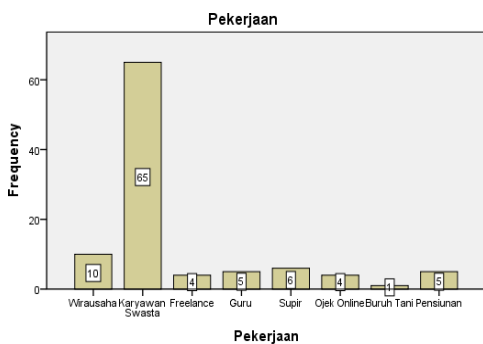


Gambar 2. Penguujian Karakteristik Usia  
Sumber : Data Olahan, 2021

Hasil analisis ini memberikan gambaran bahwa dari sampel sebanyak 100 responden pada pelanggan PT. Indowira Putra terdapat 6 kelompok dan yang lebih banyak terambil pada usia 26-30 tahun yaitu sebanyak 27% kemudian untuk umur 17-20 tahun sebanyak 10%, lalu untuk usia 21-25 tahun sebanyak 13%, untuk 31-35 tahun sebanyak 25% untuk usia 35-40 tahun sebanyak 18% dan untuk usia 41-50 tahun sebanyak 7%.

c. Karakteristik Pekerjaan

Berikut adanya diagram pekerjaan pelanggan yang didapat dari Kuesioner yaitu:



Gambar 3. Pekerjaan Pelanggan  
Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil di atas pekerjaan memberikan gambaran *background* bahwa dari sampel yang terambil sebanyak 100 responden pada pelanggan PT. Indowira Putra terdapat 8 kelompok dan yang lebih banyak terambil pada pekerjaan dibidang karyawan swasta.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Dalam uji validitas ini dapat digunakan bertujuan mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner yang dibuat oleh peneliti. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Penanganan

Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan Pelanggan			
Variabel X	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keputusan
X1	.852	0,195	VALID
X2	.851	0,195	VALID
X3	.763	0,195	VALID
X4	.794	0,195	VALID
X5	.798	0,195	VALID
X6	.734	0,195	VALID

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Loyalitas

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan			
Variabel X	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keputusan
Y1	.802	0,195	VALID
Y2	.828	0,195	VALID
Y3	.846	0,195	VALID
Y4	.831	0,195	VALID
Y5	.749	0,195	VALID
Y6	.733	0,195	VALID

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021



Berdasarkan Tabel 3 dan 4 di atas menunjukkan hasil pengujian yang dilakukan bahwa koefisien *person correlation* untuk setiap skor total variabel minimalnya  $>0,05$  dan ada satu variabel sistem pengukuran kinerja secara interaktif yang skornya minimal  $<0,05$  artinya item pertanyaan variabel valid.

b. Uji Realibilitas Data

Uji realibilitas yang semakin nilai alpanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya untuk masing-masing variabel.

Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	13

Sumber: Data dioutput SPSS19

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dari variabel-variabel tersebut  $>0,70$  dengan mengacu pada tabel diatas maka semua pertanyaan dalam variabel penelitian ini adalah handal, sehingga disetiap pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas data ini dengan uji *kolmogorof-Smirnov Test*, dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Apalagi signifikan terhitung  $>0,5$  maka data tersebut bisa dikatakan berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas yaitu:

Tabel 6. Tabel Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Mean	,0000000
Std. Deviation	2,54992666
Absolute Positive	,122
Negative	-,122
Kolmogorov Smirnov Z	1,220
Asymp. Sig (tailed)	,102

Sumber : Data diolah dengan SPSS19

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data untuk masing-masing model yang digunakan dalam penelitian ini  $>0,06$  maka penelitian ini berdistribusi normal.

d. Analisis Deskripsi Hasil Penelitian Pengetahuan Keluhan Pelanggan di PT. Indowira Putra.

Dari hasil deskriptif dapat diketahui secara keseluruhan sebesar 84,5% maka dalam hal ini untuk menentukan kriteria interpretasi skor adalah untuk jumlah kumulatifnya sebesar  $5 \times 100 = 500$ , untuk jumlah kumulatif terkecilnya adalah  $1 \times 100 = 100$ , maka menentukan presentase terkecilnya adalah  $100/500 \times 100\% = 20\%$  dan untuk mengetahui nilai rentangnya adalah  $100\% - 20\% = 80\%$  jika pengukuran jaraknya adalah  $80\% : 5 = 16\%$ .

Berikut adalah tabel kriteria interpretasi skor.

Tabel 7. Kriteria Interpretasi

Persentase	Kategori
20% -32%	Sangat Rendah
33% - 49%	Rendah
50% - 66%	Cukup
67% - 83%	Tinggi
84% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber : diolah peneliti, 2021

Dari tanggapan 100 orang responden dan 13 it3m pertanyaan adalah 20% nilai prestasi terkecil dan dari perhitungan nilai diperoleh 84,5% dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tanggapan responden, pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan termasuk dalam kategori “Sangat Tinggi”

e. Uji Regresi Linier Sederhana

Berikut hasil dari tabel regresi Linier Sederhana.

Tabel 8. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 <sup>a</sup>	.722	.719	2.27001

a. Predictors: (Constant), Keluhan Pelanggan

Sumber : Data diolah Output SPSS19

Nilai R merupakan symbol dari koefisien. Pada tabel diatas nilai korelasi adalah terdapat nilai R korelasi 0,849 artinya terdapat hubungan dengan antara variabel X terhadap variabel Y untuk Nilai R Square sebesar 0,722 artinya terdapat pengaruh antara variabel x terhadap variabel y 72,2%. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel X memiliki pengaruh kontribusibesar terhadap variabel Y.

Tabel 9. Uji Nilai Signifikan

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1308,801	1	1308,801	253,990	,000
Residual	504,989	98	5,153		
Total	1813,790	99			

Sumber: Data diolah Output SPSS19

Tabel uji signifikan di atas, digunakan untuk menentukan taraf signifikan atau linieritas dari regresi. Kriteia dapat ditentukan berdasarkan uji nilai signifikan (sig), dengan ketentuan jika nilai Sig <0,000. Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai sig. =0,00 berarti sig < dari kriteria signifikan (0,005). Dengan emikian model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan, atau model persamaan regresi memenuhi kriteria.

f. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan tabelnya.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.644	1.428		1.852	.067
Penanganan Keluhan Pelanggan	.752	.047	.849	15.937	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Tabel 10. Hipotesis**

Sumber : Data diolah Output SPSS19  
Berdasarkan tabel 10 di atas dapat diketahui nilai thitung sebesar 15,937 dengan nilai sigma sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel 1.983 dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari pada 0,05.dengan demikian H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak. Artinya variabel penanganan keluhan pelanggan.

g. Uji f

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1308.801	1	1308.801	253.990	.000 <sup>a</sup>
Residual	504.989	98	5.153		
Total	1813.790	99			

Sumber : Data Output SPSS19

$$Df = K-1 = 2-11$$

$$n-k = 100-2$$

$$= 98$$

Berdasarkan tabel 15 di atas memperoleh nilai Fhitung sebesar 253,990 dengan nilai sig sebesar 0,000. Maka hal ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel 3,938 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak. Artinya penanganan keluhan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## 2. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada pelanggan PT. Indowira Putra, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Penanganan Keluhan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat.

rhitung lebih besar daritabel maka dapat diartikan bahwa dengan ini hipotesis (H<sub>0</sub>) yaitu tidak adanya pengaruh keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Indowira Putra yaitu ditolak, dan untuk hipotesis H<sub>1</sub> yaitu ada pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Indowira Putra diterima, dengan koefisien 72,2% maka berpengaruh positif, maknanya jika

semakin tinggi pelanggan melakukan keluhan maka akan terjadi juga pada loyalitas pada pelanggan pun tinggi. Sedangkan 28% adalah faktor di luar yang diteliti yang dapat terjadi mempengaruhi variabel Y (loyalitas Pelanggan).

Dalam hasil uji t diketahui adanya pengaruh yang signifikan pada variabel (X) penanganan keluhan pelanggan dan variabel (Y) loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan adanya hasil dari perhitungan uji t sebesar 15.937 sedangkan pada tabel adalah 1.983 pada taraf 5% maka  $H_0$  diterima yaitu ada pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat. Adapun persamaan regresi linier yaitu  $Y=2.644+0,752X$ .

Dalam hasil uji hipotesis berdasarkan data di atas bahwa  $H_0$  terdapat pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, untuk  $H_1$  terdapat tidak pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil dimensi penanganan keluhan pelanggan yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas pada kuesioner yaitu unsur empati dan kemudahan, dalam hal ini perusahaan bisamningkatkan rasa empati dan kemudahan untuk pelanggan yang memiliki keluhan agar tingkat loyalitas bisa dipertahankan dan ditingkatkan.

b. Cara mengatasi penanganan keluhan pelanggan menurut pelanggan pada PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat.

Cara mengatasi penanganan keluhan pelanggan menurut pelanggan PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat, adalah yang pertama empati terhadap pelanggan yang marah artinya perusahaan harus bisa memahami keinginan dari keluhan pelanggan agar pelanggan tidak marah lagi atau perusahaan harus bisa mendengarkan keluhan yang diinginkan pelanggan dan perusahaan bisa meredakan situasinya.

Lalu yang kedua kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan artinya pelanggan menginginkan bahwa pelanggan bisa menghubungi perusahaan kapan saja pada saat jam kerja dengan begitu pelanggan bisa menyampaikan saran dan kritik secara leluasa kepada perusahaan. Lalu yang ketiga kewajaran dan keadilan dalam memecahkan masalah artinya pelanggan menginginkan keadilan bahwasannya perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan harus sesuai dengan yang terlebih dahulu lapor keluhan atau sesuai dengan urutan. Dan terakhir kecepatan dalam penanganan keluhan artinya pelanggan menginginkan kepada perusahaan bahwa penanganannya harus lebih cepat mengatasinya dan bisa memastikannya agar pelanggan kembali puas dan tidak terjadi berulang kali dalam masalah keluhan yang sama.

## **E. KESIMPULAN**

### **1. Kesimpulan**

Berikut kesimpulan dari penelitian ini:

a. Pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat secara keseluruhan dimensi, dengan dimensi yang paling berpengaruh, yaitu: empati terhadap pelanggan yang marah, dan kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan yang paling berpengaruh.

b. Cara mengatasi penanganan keluhan pelanggan menurut pelanggan pada PT. Indowira Putra Cimahi Jawa Barat yang paling tepat dengan urutan: empati terhadap pelanggan yang marah, Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan, Kewajaran dan keadilan dalam memecahkan masalah, dan Kecepatan dalam penanganan keluhan.

### **2. Saran**

Berikut beberapa saran untuk PT. Indowira Putra adalah:

a. mengingat bahwa empati terhadap pelanggan yang marah dan kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi

perusahaan, maka disarankan pihak PT. Indowira Putra melakukan peningkatan kualitas dalam masalah empati dan kemudahan dalam menyampaikan keluhan, seperti memberi pelatihan *customer care* sehingga kualitas penanganan keluhan pelanggan bisa ditingkatkan, agar pelanggan tetap loyal kepada perusahaan.

b. Meningkatkan bahwa yang diinginkan oleh pelanggan adalah empati terhadap pelanggan yang marah, kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan, Kewajaran dan keadilan dalam memecahkan masalah, dan Kecepatan dalam penanganan keluhan, maka disarankan pihak PT. Indowira Putra melakukan peningkatan kualitas penanganan keluhan dan memastikan bahwa pelanggan tetap loyal kepada perusahaan PT. Indowira Putra.

a. Berdasarkan dari hasil penelitian pada variabel e-service quality diketahui bahwa semua dimensi dikategorikan sangat baik maka artinya lebih baik lagi jika e-service quality yang diberikan oleh PT.Shopee dapat lebih ditingkatkan lagi.

b. Berdasarkan hasil uji pada variabel kepuasan pelanggan dikategorikan cukup baik maka akan lebih baik lagi apabila perusahaan lebih memperhatikan kembali pelanggannya agar merasa sangat puas.

## F. REFERENSI

- Astuti, A., Pinasti, E., & Bramasto, A. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt. Inti (Persero). *Jurnal Riset Akuntansi*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.34010/jra.v11i1.1938>
- Brigitta Priscilla DivinaRianti, & Rikumahu, B. (2020). Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology Linkaja Dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 951–966. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i6.407>
- Candra, D. S. & N. (2020). *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi UNIBBA* 55. 11(April), 55–64.
- Dwiya, K. G. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan: Studi Kasus Pada Honda Astra Motor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 75–87. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2110>
- Erawati, S. H. (2016). *Faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada bisnis e-commerce*. 17(2).
- Farida, U., & Pransiska, W. B. (2019). Peran Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan di RSUD Muhammadiyah Ponorogo. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i1.5263>
- Henny, landa & I. (2020). *PENGARUH BRAND TRUST DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK SABUN MANDI CAIR LIFEBUOY DI BANDUNG PENDAHULUAN Peningkatan persaingan sabun kesehatan saat ini membuat kepercayaan konsumen pada sabun mandi Lifebuoy berkurang . Konsum*. 19(2), 115–129.
- Kusnadi, Y. dan M. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Jurnal Paradigma*, XVIII(2), 89–101.

- <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/download/183/986>
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Mindari, E. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Pelangi Sekayu*. 12, 13–26.
- Nurjanah, M. siti. (2018). pengertian Pelanggan : Empati, Kecepatan Penanganan, Keadilan dan Kewajaran, Kemudahan. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 8(1), 49–57.
- Oscar, B., & Ulfiani, H. (2019). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Volume 9 , Nomor 2 , September 2019 ISSN : 2087-3077 PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT . KIBLAT PENGUSAHA INDONESIA* Bheben Oscar , SE ., MM Hikma Ulfiani Email : [bheben.oscar@gmail.com](mailto:bheben.oscar@gmail.com) Email : [hikma.u](mailto:hikma.u). 9(September), 79–87.
- Astuti, A., Pinasti, E., & Bramasto, A. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt. Inti (Persero). *Jurnal Riset Akuntansi*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.34010/jra.v11i1.1938>
- Brigitta Priscilla DivinaRianti, & Rikumahu, B. (2020). Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology Linkaja Dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 951–966. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i6.407>
- Candra, D. S. & N. (2020). *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi UNIBBA* 55. 11(April), 55–64.
- Dwiya, K. G. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan: Studi Kasus Pada Honda Astra Motor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 75–87. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2110>
- Erawati, S. H. (2016). *Faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada bisnis e-commerce*. 17(2).
- Farida, U., & Pransiska, W. B. (2019). Peran Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan di RSUD Muhammadiyah Ponorogo. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i1.5263>
- Henny, landa & I. (2020). *PENGARUH BRAND TRUST DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK SABUN MANDI CAIR LIFEBUOY DI BANDUNG PENDAHULUAN* Peningkatan persaingan sabun kesehatan saat ini membuat kepercayaan konsumen pada sabun mandi Lifebuoy berkurang . *Konsum*. 19(2), 115–129.
- Kusnadi, Y. dan M. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Jurnal Paradigma*, XVIII(2), 89–101. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/download/183/986>
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Mindari, E. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Pelangi Sekayu*. 12, 13–26.

- Nurjanah, M. siti. (2018). pengertian Pelanggan : Empati, Kecepatan Penanganan, Keadilan dan Kewajaran, Kemudahan. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 8(1), 49–57.
- Oscar, B., & Ulfiani, H. (2019). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Volume 9 , Nomor 2 , September 2019 ISSN : 2087-3077 PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT . KIBLAT PENGUSAHA INDONESIA Bheben Oscar , SE ., MM Hikma Ulfiani Email : bheben.oscar@gmail.com Email : hikma.u. 9(September), 79–87.*
- Pelayanan, K., Kepuasan, D. A. N., Pada, S., Bri, B., Hidayat, D., Suroso, A., & Banani, A. (2019). *STRATEGI BANK DALAM MENCAPAI LOYALITAS NASABAH MELALUI PENGARUH. 21.*
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). Among Makarti, 10(1), 70–90.*  
<https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Ria ratna, soekrisno, D. (2016). Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Enterpreneur Academy Indonesia Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2).  
<https://doi.org/10.34010/jra.v8i2.525>
- Wirakanda, G. G., & Putri, I. S. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Di Kantor Pos Bandung 40000). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* , 10(2), 1–11.