

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. First Media Di Sidoarjo

Wahyu Jatmiko¹⁾, Isro'ani Widayati²⁾

^{1) 2)} Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya
Email: wahyujatmiko96@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan komplain terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif kausal. Penelitian kausal digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel. Analisis data menggunakan analisis linear berganda, serta menggunakan uji statistik seluruh pernyataan yang ada di dalam kuesioner adalah valid karena nilai dari r Hitung $>$ r Tabel dan bahwa bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner dalam penelitian ini yaitu reliabel karena alfa cronbach $>$ dari 0,60. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dan penanganan komplain tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil uji yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai dari Durbin - Watson sebesar 1,825 yang berarti bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi karena nilai Durbin-Watson berada diantara -2 sampai dengan 2. Hasil uji simultan menunjukkan berdasarkan hasil Software SPSS di dapatkan bahwa F hitung 15,289 $>$ F tabel 3,16. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai R square sebesar 0,349 dan nilai adjusted R square sebesar 0,326. Dari hasil tersebut didapat bahwa proporsi dari variabel kualitas pelayanan dan penanganan komplain terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian kali ini sebesar 34,9% dan sisanya yaitu 65,1% (100% - 34,9%) dijelaskan dengan variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model, rumus atau kesalahan eksperimental. Maka dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan penanganan komplain memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan untuk uji dominan tidak bisa dilakukan pengujian karena salah satu dari variabel penelitian tidak memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality and complaint handling on customer loyalty. The research was conducted using causal quantitative research methods. Causal research is used to prove the relationship between cause and effect of several variables. Data analysis using multiple linear analysis, and using statistical tests all statements in the questionnaire are valid because the value of r Count $>$ r Table and that all questionnaire statements in this study are reliable because Cronbach's alpha $>$ of 0.60. The results show that service quality has a partial effect on customer loyalty and complaint handling does not partially affect customer loyalty.

The results of the tests carried out, it can be seen that the value of Durbin - Watson is 1.825 which means that in this study there is no autocorrelation because the Durbin-Watson value is between -2 to 2. 15.289 $>$ F table 3.16. Based on the results shown in the table above, it can be seen that the R square value is 0.349 and the adjusted R square value is 0.326. From these results it was found that the proportion of service quality and complaint handling variables on customer loyalty in this study was 34.9% and the remaining 65.1% (100% - 34.9%) was explained by other variables that were not included in the analysis. Experimental model, formula or error. So it can be interpreted that H_a is accepted and H_0 is rejected so that it can be concluded that service quality and complaint handling have a significant effect on customer loyalty. Service quality and complaint handling have a joint influence on customer loyalty, while the dominant test cannot be tested because one of the research variables has no effect on the customer loyalty variable.

Keywords: Quality of Service, Handling complaints and Customer Loyalty.

A. PENDAHULUAN

Industri telekomunikasi di Indonesia semakin berkembang dan membuat lahirnya banyak perusahaan yang menyediakan layanan internet, hal ini karena sekarang jasa internet sudah menjadi hal wajib bagi masyarakat. Namun penikmat internet di Indonesia belum merata secara adil, pengguna internet terbanyak berada di pulau Jawa, banyak perusahaan yang berpusat di pulau Jawa dan menyediakan layanan paket internet dengan variasi harga yang berbeda-beda dan kualitas layanan yang berbeda juga dengan pilihan paket yang dipilih. Menurut Kotler (2000:25) menyatakan bahwa kualitas pelayanan ialah seperangkat karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang terlihat jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Perusahaan penyedia jasa layanan internet wifi harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumen, dengan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan di awal, konsumen akan merasa puas dan akan mendatangkan konsumen-konsumen berikutnya yang suatu saat menjadi pelanggan yang loyal kepada perusahaan. Di satu sisi, perusahaan juga menyediakan bagian untuk menangani keluhan jikalau suatu saat ada komplain atau keluhan yang dialami konsumen terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar loyalitas pelanggan tetap terjaga kepada perusahaan. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) “komplain” atau “keluhan” adalah sesuatu yang diungkapkan berdasarkan perasaan kesusahan. Perasaan kesusahan ini mengacu pada perasaan tidak puas yang

disebabkan oleh pembelian terhadap suatu barang atau jasa tertentu. Sebagai contoh dalam hal ini adalah First Media di Sidoarjo yang bergerak di bidang jasa yang memberikan pelayanan jasa berupa internet wifi dan tv kabel.

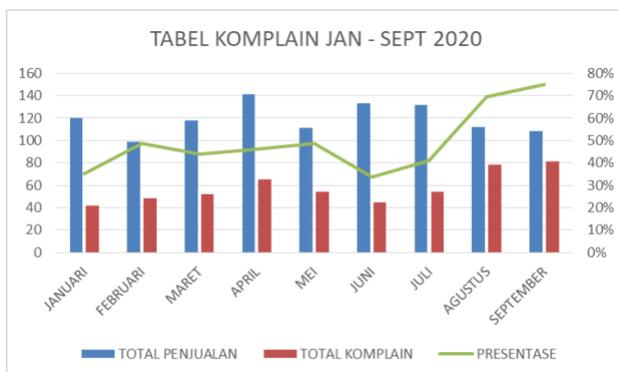
Penanganan komplain menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan. Penanganan komplain yang baik juga memberikan kontribusi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan dan bisa meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan, menghindari citra negatif terhadap perusahaan dan memberikan masukan yang positif bagi perusahaan agar lebih tanggap dalam menangani keluhan atau komplain dan juga untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara tepat dan efektif. Komplain terjadi karena ketidakpuasan terhadap kualitas layanan yang diterima, baik itu komplain secara tertulis ataupun secara lisan. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengetahui komplain apa yang diajukan oleh konsumen, setelah itu perusahaan harus mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi masalah layanan yang dialami oleh konsumen. Komplain dari konsumen tidak selalu negatif, karena komplain dari konsumen merupakan perhatian terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Dengan penanganan komplain yang baik, akan terbentuk sebuah ikatan antara konsumen dan perusahaan yang dinamakan loyalitas. “Loyalitas merupakan kesetiaan customer terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Supriyatmini (2005: 41)”. Loyalitas konsumen merupakan alat penting dan juga menguntungkan bagi perusahaan, mempertahankan konsumen yang ada akan lebih menguntungkan karena memberikan informasi atau rekomendasi positif ke orang lain, melakukan tindakan persuasif kepada orang lain, melakukan pembelaan dan memiliki kekebalan terhadap penawaran dari

perusahaan lain. Loyalitas konsumen berawal dari penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima berdasarkan harapan yang sudah diharapkan sebelumnya, konsumen akan merasa puas jika kualitas layanan yang didapatkan sesuai dengan keinginannya ataupun melebihi harapannya. Efek dari loyalitas pelanggan bersifat jangka panjang, semakin lama konsumen tersebut menggunakan produk atau jasa maka semakin besar kemungkinan perusahaan meraih keuntungan.

Setelah memperhatikan dan mengetahui adanya permasalahan mengenai komplain yang berdampak dengan kualitas layanan pelayanan perusahaan jasa provider internet, peneliti mengambil kasus di First Media di Sidoarjo, perusahaan yang menyediakan jasa internet wifi, dimana beberapa konsumen yang melakukan komplain terkait dengan pelayanan wifi dan tv kabel mereka, cara penanganan komplain juga bervariasi ada yang cepat dan ada yang bisa sampai berhari-hari, dan juga terkadang setelah pengajuan komplain masih saja sering terjadi masalah yang sama seperti sebelumnya. Berikut dibawah adalah tabel komplain pelanggan selama kurun waktu Januari sampai September:

Tabel 1. Tabel Komplain



Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata penjualan selama kurun waktu 9 bulan dari bulan Januari sampai dengan September 2020 adalah 119, dengan rata-rata komplain

sebesar 58, sehingga dapat diambil presentase rata-rata komplain di angka 50%. Ini menandakan bahwa masih banyak komplain pada produk first media diantaranya internet wifi dan layanan tv kabel. Dari penjelasan latar belakang diatas yang telah dikemukakan, peneliti ingin mengetahui “pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan komplain terhadap loyalitas pelanggan wifi first media di Sidoarjo”.

Sehingga pada penelitian ini dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan wifi first media di Sidoarjo ?
2. Apakah penanganan komplain berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan wifi first media di Sidoarjo ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan wifi first media di Sidoarjo ?
4. Manakah diantara kualitas pelayanan dan penanganan komplain yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan first media di Sidoarjo ?

B. LANDASAN TEORI

1. Defenisi Kualitas Pelayanan dan Ciri-ciri Kualitas Pelayanan

- a) Kualitas Pelayanan adalah apa yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. (Zeithaml et. Al 2014:19), kasmir (2005:39) membagi ciri-ciri kualitas pelayanan yaitu:
- b) Bertanggung jawab kepada para pelanggan dari awal sampai selesai.
- c) Mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.
- d) Mampu berkomunikasi dengan baik.
- e) Mampu memberikan jaminan rahasiadari setiap transaksi yang dilakukan pelanggan.

- f) Mempunyai pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- g) Berusaha memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- h) Mampu memberikan kepercayaan kepada para pelanggan.

2. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Atep Adya Barata (2003:31) sebagai berikut:

- a) *Attitude* (Sikap), adalah perilaku yang ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan, sikap sendiri meliputi penampilan yang sopan, berpikir yang positif, tutur kata yang baik dan sikap yang saling menghargai satu sama lain.
- b) *Attention* (Perhatian), adalah bentuk kepedulian terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian yang dibutuhkan dan perhatian yang diinginkan pelanggan maupun penjelasan tentang saran dan kritik. Bentuk perhatian sendiri yaitu mendengarkan dan memahami apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan, menghargai perilaku pelanggan dan memberikan perhatian penuh kepada pelanggan.
- c) *Action* (Tindakan), adalah aktivitas nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan, baik itu mencatat setiap pesanan, mencatat apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, menjelaskan kembali kebutuhan pelanggan, dan menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan akan kembali lagi.
- d) *Appearance* (Penampilan), meliputi tampilan fisik dan non-fisik, karyawan yang mampu merefleksikan kepercayaan diri.
- e) *Accountability* (Tanggung Jawab), adalah suatu bentuk keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu bentuk kepedulian untuk meminimalisir

kerugian atau menghindari dari ketidakpuasan pelanggan.

3. Defenisi Penanganan Komplain

Secara umum penanganan keluhan adalah solusi atau jalan keluar dari perusahaan atas permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan setelah mendengar keluhan dari pelanggan dan memahami dengan baik masalah apa yang sedang dihadapi dan jenis permasalahan apa yang sedang di alami oleh pelanggan.

4. Indikator Penanganan Komplain

Fandy Tjiptono (2017:46) mengatakan setidaknya terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting, diantaranya:

- a) Empati terhadap pelanggan yang marah, sikap empati paling dibutuhkan sewaktu berhubungan dengan pelanggan yang marah. Staf harus mampu menanyakan persoalan secara rinci agar mendapatkan gambaran jelas tentang apa yang benar-benar terjadi.
- b) Kecepatan dalam penanganan keluhan, perusahaan harus mampu memberikan penyelesaian masalah yang cepat dan tepat untuk menolong pelanggan yang mengajukan keluhan atau komplain. Dengan kecepatan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan akan mampu membuat pelanggan yang marah akan senang karena pelayanan komplain yang dilakukan ditanggapi dengan baik dan tanggap.
- c) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan, perusahaan harus bisa memberikan jalan keluar yang wajar dan adil kepada para pelanggan dalam menyelesaikan permasalahan keluhan yang dilakukan oleh para pelanggannya, karena tingkat kewajaran dan keadilan yang dilakukan oleh perusahaan akan bernilai positif di mata pelanggan karena

para pelanggan akan tahu permasalahan apa yang sedang dihadapi.

- d) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan, komplain sebenarnya adalah peluang untuk memuaskan pelanggan dan memperbaiki kesalahan atau masalah yang berpotensi menciptakan *silent complainers*. Kelompok *silent complainers* adalah pelanggan yang tidak puas dan tidak menyampaikan komplain ke perusahaan, tetapi mereka memutuskan untuk tidak menggunakan layanan perusahaan. Perusahaan harus menemukan cara untuk memfasilitasi pelanggan dalam mengeskpresikan komplain mereka, misalnya dengan menyediakan konsultasi, saluran telepon bebas pulsa, website, social media. Dengan begitu, masalah bias teratasi sebelum menjadi besar dan merusak reputasi perusahaan.

5. Definisi Loyalitas Pelanggan

Loyalitas konsumen pada umumnya dapat ditafsirkan kesetiaan seseorang dalam suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen adalah manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam penggunaan struktur dan jasa pelayanan yang disediakan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.

Defenisi loyalitas menurut Gremler dan Brown (1997:49). Loyalitas konsumen adalah konsumen yang tidak hanya akan membeli ulang suatu barang dan jasa tetapi juga mempunyai sikap positif terhadap penyedia jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

6. Indikator Loyalitas Pelanggan

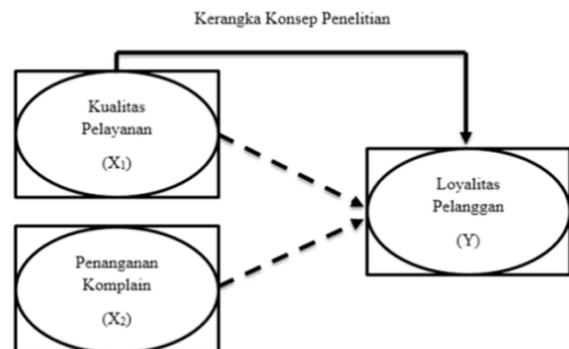
Menurut Dick & Basu (1994) dalam buku Tjiptono (2014:467) menyatakan bahwa model variabel indikator yang menandakan loyalitas pelanggan yaitu;

- a) Melakukan Pembelaan. Pelanggan akan membela perusahaan dari orang yang mencoba untuk menjelek-jelekkan layanan yang diberikan oleh perusahaan, dan berusaha untuk mengajak orang tersebut untuk mencoba menggunakan layanan yang diberikan oleh perusahaan.
- b) Memberikan informasi atau rekomendasi positif kepada orang lain. Secara tidak langsung, konsumen atau pelanggan telah melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen lain kepada perusahaan.
- c) Melakukan tindakan persuasif kepada orang lain. Pelanggan yang loyal akan mengajak atau membujuk orang lain untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.
- d) Memiliki kekebalan terhadap penawaran dari produk lain. Pelanggan menunjukkan sikap kebal terhadap produk lain dan tidak terpengaruh untuk menggunakan jasa dari produk lain.

7. Kerangka Konsep

Berdasarkan uraian diatas dan penelitian terdahulu yang telah di jelaskan sebelumnya, maka dapat digambarkan model penelitian yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1



Sumber: Data diolah oleh peneliti.

Dari kerangka konsep diatas, dapat diketahui bahwa pada peneliti ini menggunakan dua variabel X yaitu kualitas pelayanan (X1) dan penanganan komplain (X2). Sedangkan pada variabel Y dijelaskan dengan menggunakan variabel loyalitas

pelanggan (Y). Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh masing-masing variabel X yaitu kualitas pelayanan dan penanganan komplain secara parsial terhadap variabel Y loyalitas pelanggan yang ditandai dengan tanda panah putus-putus dan pengaruh seluruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan yang ditandai dengan tanda panah tebal.

C. METODE

Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif kausal. Penelitian kausal digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel. Penelitian kausal biasanya menggunakan metode asosiatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:119) populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari obyek/subyek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini berjumlah adalah seluruh pelanggan first media yang ada di kabupaten sidarjo khususnya kecamatan sukodono yang berjumlah 70 orang responden.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristiknya. jika kelompoknya besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua isi dalam kelompok, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel kelompok (Sugiyono 2017:120). Sampel dalam penelitian kali ini menggunakan teknik *purpose sampling*, yaitu jenis sampel yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus terhadap sampel, terutama orang-orang yang dianggap ahli. Maka besar sampel yang digunakan menurut Slovin dalam buku Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannag (2005:136) menjelaskan bahwa:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

E = batas toleransi error

Dari penjelasan rumus diatas, maka peneliti bisa menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, yaitu:

$$n = \frac{70}{1 + 70.0,05^2}$$

$$n = \frac{70}{1 + 70.0,0025}$$

$$n = \frac{70}{1 + 0,175}$$

$$n = \frac{70}{1,175} n = 59,57$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas besar jumlah sampel yang di dapat adalah 59,57 dan dibulatkan menjadi 60 responden.

3. Metode Analisis

a) Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang secara akurat, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang (Sugiyono 2017:168) dengan taraf signifikansi 5%, yakni apabila nilai r hitung > r tabel maka dikatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Oleh karena itu, walaupun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan (Sugiyono 2017:169). Dimana metode ini digunakan untuk menentukan reliabilitas setiap butir pertanyaan. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila *alfa cronbach* > dari 0,60

c) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Danang Sunyoto (2009:103) menjelaskan bahwa uji normalitas

dilakukan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov, yaitu dengan ketentuan jika nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka memiliki data distribusi normal. Sedangkan jika hasilnya menunjukkan nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini diterapkan untuk menganalisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas (D. Sunyoto, 2009:97), dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/ pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien (r). Dimana jika 1) Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika: nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 dan sebaliknya.

c) Uji Heteroskedastisitas

Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Sedangkan Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar, maupun bergelombang-gelombang.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2018:111). Untuk menguji autokorelasi peneliti menggunakan rumus Durbin Watson dimana syarat-syarat yang harus

terpenuhi yaitu jika nilai D-W berada diantara -2 dan 2 maka tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah pengukuran pengaruh antar variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas (X1, X2). Dikatakan linear karena setiap estimasi atas nilai yang diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus. Persamaan estimasi regresi linear berganda, yaitu:

$$Y = \alpha + B1X1 + B2X2 + e$$

Dimana:

Y	= Loyalitas Pelanggan
α	= Nilai Konstanta
B1 – B2	= Koefesien Regresi
X1	= Kualitas Pelayanan
X2	= Penanganan Komplain
e	= Error

5. Uji Hipotesis

a) Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial atau masing-masing terhadap variabel terikatnya dengan syarat: Jika nilai t hitung > t tabel maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikatnya. dan jika nilai t hitung < t tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikatnya.

b) Uji F (Simultan)

Uji simultan atau Uji-F yaitu pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat dengan syarat: jika nilai F hitung > F tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya, dan jika nilai F hitung < F tabel maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya.

c) Uji Dominan

Uji Dominan dilakukan untuk mencari variabel bebas mana yang paling berpengaruh dominan terhadap variabel terikatnya. Untuk mengetahui mana variabel bebas yang paling berpengaruh secara dominan dapat dilihat dari hasil koefisien beta pada hasil perhitungan SPSS.

6. Koefisien Determinan

Koefisien determinasi R Square atau R kuadrat (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = (TSS - SSE) / TSS = SSR / TSS$$

Rumus diatas menunjukkan proporsi total jumlah kuadrat (TSS) yang diterangkan oleh variabel independen dalam model. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model, rumus yang keliru, dan kesalahan eksperimental (Mendenhall et al, 1989:587). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

D. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

1. Uji Analisis

a. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,530	0,214	Valid
2	X1.2	0,742	0,214	Valid
3	X1.3	0,612	0,214	Valid
4	X1.4	0,662	0,214	Valid
5	X1.5	0,697	0,214	Valid
6	X1.6	0,530	0,214	Valid
7	X1.7	0,618	0,214	Valid
8	X1.8	0,712	0,214	Valid
9	X2.1	0,530	0,214	Valid
10	X2.2	0,614	0,214	Valid

11	X2.3	0,602	0,214	Valid
12	X2.4	0,639	0,214	Valid
13	X2.5	0,559	0,214	Valid
14	X2.6	0,441	0,214	Valid
15	X2.7	0,588	0,214	Valid
16	X2.8	0,534	0,214	Valid
17	Y1	0,501	0,214	Valid
18	Y2	0,332	0,214	Valid
19	Y3	0,434	0,214	Valid
20	Y4	0,548	0,214	Valid
21	Y5	0,589	0,214	Valid
22	Y6	0,641	0,214	Valid
23	Y7	0,695	0,214	Valid
24	Y8	0,768	0,214	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel yang ditunjukkan di atas, dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan yang ada di dalam kuesioner adalah valid karena nilai dari r Hitung > r Tabel.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Signifikan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,786	0,6	Reliabel
Penanganan Komplain	0,689	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,709	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner dalam penelitian ini yaitu reliabel karena *alfa cronbach* > dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13208594
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.048
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari hasil pengujian di atas, bisa dilihat hasil yang menunjukkan bahwa besaran dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki data yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

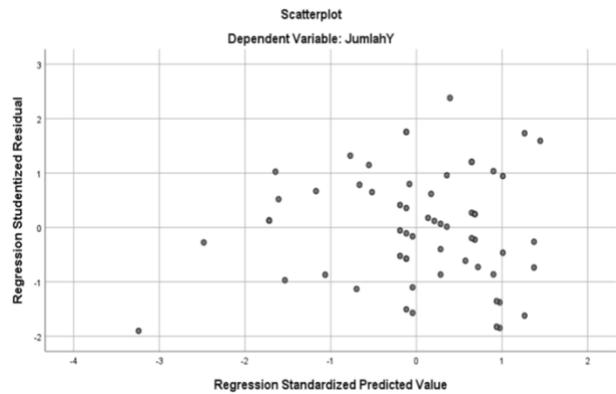
Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan (X1)	,953	1,050	Bebas Multikolinieritas
Penanganan Komplain (X2)	,953	1,050	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari hasil pengujian SPSS diatas, dapat dilihat bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan penanganan komplain memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah 10, sedangkan untuk nilai *Tolerance* berada di atas 0,1. Maka dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa model uji multikolinieritas tidak terjadi masalah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah peneliti

Dari hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang terbentuk. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa pada penelitian kali ini variabel kualitas pelayanan (X₁) dan penanganan komplain (X₂) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error	Durbin-Watson
				of the Estimate	
1	.592 ^a	.351	.328	2.003	1,825

a. Predictors: (Constant), Penanganan Komplain, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai dari Durbin - Watson sebesar 1,825 yang berarti bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi karena nilai Durbin-Watson berada diantara -2 sampai dengan 2.

3. Uji Regresi Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	11.782		
	Kualitas Pelayanan	.567	.107	.578	5.280	.000
	Penanganan Komplain	.057	.125	.050	.456	.650

Sumber: Data diolah peneliti

Dari hasil uji diatas dapat diketahui persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 11,782 + 0,567 (X_1) + 0,057 (X_2)$$

Nilai konstanta = 11,782 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan komplain jika bernilai 0 maka loyalitas pelanggan bernilai 11,782.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	11.782		
	Kualitas Pelayanan	.567	.107	.578	5.280	.000
	Penanganan Komplain	.057	.125	.050	.456	.650

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari hasil tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) Berdasarkan hasil yang ditunjukkan dari tabel SPSS diatas dan juga dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$), dapat ditarik kesimpulan bahwa t hitung (5,280) > t tabel (1,672) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap

loyalitas pelanggan.

- 2) Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel diatas yang dilakukan oleh peneliti dan dengan tingkat signifikansi yang sudah ditentukan sebesar 5% ($\alpha=0,5$), peneliti dapat mengambil kesimpulan, bahwa t hitung (0,456) < t tabel (1,672) maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Berarti penanganan komplain tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

b. Uji Simultan

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.357	2	71.679	15.289	.000 ^b
	Residual	267.226	57	4.688		
	Total	410.583	59			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Penanganan Komplain, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah Peneliti

Kesimpulan yang dapat disimpulkan berdasarkan hasil *Software* SPSS di dapatkan bahwa F hitung 15,289 > F tabel 3,16. Maka dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

c. Uji Dominan

Berdasarkan hasil uji parsial yang sudah dilakukan sebelumnya, di dapatkan hasil bahwa variabel X_1 yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y yaitu loyalitas pelanggan dan variabel X_2 yaitu penanganan komplain tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y yaitu loyalitas pelanggan. Dengan hasil tersebut, maka tidak dapat dilakukan uji dominan karena salah satu dari ke 2 variabel X dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y nya.

5. Koefisien Determinan (R²)

Tabel 11
 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591 ^a	.349	.326	2.165

a. Predictors: (Constant), Penanganan Komplain, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai R square sebesar 0,349 dan nilai adjusted R square sebesar 0,326. Dari hasil tersebut didapat bahwa proporsi dari variabel kualitas pelayanan dan penanganan komplain terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian kali ini sebesar 34,9% dan sisanya yaitu 65,1% (100% - 34,9%) dijelaskan dengan variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model, rumus atau kesalahan eksperimental.

E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

- Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan wifi First Media di Sidoarjo karena hasil yang dilakukan peneliti dengan menggunakan SPSS menunjukkan hasil nilai dari t hitung > t tabel sebesar 5,280 > 1,672. Hal ini menandakan bahwa loyalitas pelanggan first media ditentukan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan.
- Penanganan komplain tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan wifi First Media di Sidoarjo. Hasil ini di dapatkan berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan SPSS yang hasilnya menunjukkan bahwa nilai dari t hitung < t tabel yang mana nilai nya adalah ,0456 < 1,672.
- Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan terbukti dengan hasil yang ditunjukkan setelah peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan

SPSS. Di dapat hasil nilai bahwa dari F hitung 15,289 > F tabel 3,16.

- Dari hasil pengujian yang sudah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa uji dominan tidak dapat dilakukan karena salah 1 variabel X yaitu penanganan komplain tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y dalam penelitian ini.

2. Rekomendasi

- Bagi perusahaan First Media jika ingin meningkatkan presentase loyalitas pelanggan maka perusahaan harus bisa menjaga standar atau bahkan menaikkan kualitas pelayanan dan penanganan komplain agar pelanggan merasa puas dengan apa yang di dapat dan hal tersebut akan menjaga hubungan baik dan menjadi langkah awal untuk menjaga atau meningkatkan loyalitas pelanggan.
- Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih bisa mengembangkan penelitian tentang loyalitas pelanggan. Karena dalam penelitian ini proporsi dari variabel kualitas pelayanan dan penanganan komplain terhadap loyalitas pelanggan hanya sebesar 34,9% dan sisanya yaitu 65,1% (100% - 34,9%) dijelaskan dengan variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model, rumus atau kesalahan eksperimental sehingga masih banyak variabel-variabel lain yang bisa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap suatu merk baik barang ataupun jasa.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Atep Adya Barata. (2003). Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah (2005), Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi Pertama, PT. Grafindo Persada.
- Buchari Alma (2006), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung,
- Christoper Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry (2010), Pemasaran Jasa, Edisi ke 7, Erlangga.
- Danang Sunyoto (2009), Uji KHI Kuadrat &

SARR – Vol. 1 No. 2. Tahun 2022

Regresi Untuk Penelitian, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Fajar Laksana (2008), Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis), Edisi Pertama, Cetakan ke 9, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono (2002), Strategi Bisnis, Edisi 1, Andi, Yogyakarta, Markenis.

_____, (2009), Service Marketing, Esensi & Aplikasi, Edisi Pertama, Yogyakarta

_____, (2014), Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian, Edisi Pertama, Andi, Yogyakarta.

_____, (2004) Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, AndiOffset

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012). Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.

Kamaruddin Sellang, Jamaluddin, Ahmad Mustanir (2019), Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik: Dimensi, Konsep, Indikator, Dan Implementasinya, Qiara Media, Surabaya.

Kasmir (2005) Pemasaran Jasa. Jakarta: Graya Grafindo Persada Lusiah (2018), Loyalitas Pelanggan, Cetakan Pertama, Deepublish.

Muhtosim Arief (2006), Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Bayumedia Publishing, Malang.

Philip Kotler (2000) Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo

Sugiyono (2017), Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Edisi cetakan ke 9, Alfabeta Bandung.