

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA RENTAL MOBIL PADA PT. RAFA TRAVELINDO MANDIRI BANYUWANGI

Achmad Faisal Amir ¹
Achmad Zaini ²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
¹faisal Amir232323@gmail.com
²zeinpoltek@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Pelanggan memiliki pengaruh parsial maupun simultan dengan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa rental mobil PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan dua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan Pelanggan dan satu variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner online melalui Google Form dengan responden berjumlah 80 responden dengan menggunakan metode sampling Non Probability Sampling dengan teknik Sampling Purposive. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi dapat membentuk kepuasan pelanggan dengan cara selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan sehingga dapat bersaing dengan bisnis serupa.

Kata-kata kunci: *Kualitas Pelayanan; Penanganan Keluhan Pelanggan; Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This study aimed to analyze and find out whether the variable Quality of Service and Handling of Customer Complaints has a partial or simultaneous influence with customer satisfaction in car rental services PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi.

This research is a quantitative research with two free variables namely Service Quality), Customer Complaint Handling and one bound variable namely Customer Satisfaction. The data collection technique used is to use an online questionnaire through Google Form with 80 respondents using sampling method Non Probability Sampling with Sampling Purposive technique. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

From the results of this study, it can be concluded that the quality of service and handling of customer complaints both simultaneously and partially affect customer satisfaction. Thus, the company should maintain to provide better quality of service and continue to improve and build customer satisfaction through the handling of good customer complaints. In turn, it can compete with competitors who have similar services.

Keywords : Quality of Service; Handling customer complaints; Customer Satisfaction

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, pemasaran sangat penting karena pemasaran sebagai penentu berkembangnya usaha dalam bidang produk maupun jasa. Berbagai jenis produk dan jasa dengan ratusan merek membanjiri pasar Indonesia.

Perkembangan perekonomian masyarakat Indonesia saat ini juga semakin pesat dan semakin beraneka ragam produk atau jasa. Dalam menghadapi persaingan maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang

diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut dan berpengaruh baik pada kepuasan yang diperoleh konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah variable kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa rental mobil pada konsumen PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan

jasa rental mobil pada konsumen PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Adapun hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, penanganan keluhan pelanggan dan kepuasan pelanggan yaitu menurut Oktavian (2018) menunjukkan bahwa kualitas jasa dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada agen *Traveline Tour and Travel* sebesar 60%. Sunarsih dan Nurtjahjani (2018) menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sepatu *Invisible* Malang sebesar 80,3%.

Selanjutnya, menurut Eswika dan Istiati (2015) menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo sebesar 84,4%. Menurut Nurmaulidina dan Nikmah (2018) terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Salon Annisa Kota Malang sebesar 42%.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009) dalam Indrasari (2019:63), terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan yaitu: Berwujud (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*)

2.2.2. Penanganan Keluhan Pelanggan

Menurut Barnes (2003: 111) terdapat tiga indikator penanganan keluhan adalah sebagai berikut: 1) keadilan prosedural, 2) keadilan interaksional, dan 3) keadilan *distributive*.

2.2.3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014: 368), terdapat indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kepuasan general atau keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, ketersediaan untuk merekomendasikan, dan ketidakpuasan pelanggan.

2.3. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) dalam Lupiyoadi (2013:246) “Faktor utama penentu

kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, pelanggan akan memperoleh kenyamanan yang diharapkan”.

2.4. Hubungan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Sangadji & Sopiah (2013:332), “mengatakan bahwa suatu perusahaan yang melakukan penanganan keluhan dapat mengubah konsumen atau pelanggan yang mengeluh menjadi konsumen atau pelanggan yang merasa puas dan setia menggunakan jasa pelayanan perusahaan”.

2.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2007) yang dikutip dalam Lupiyoadi (2013:228), “Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan (penanganan keluhan)”.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian kuantitatif.

3.2. Populasi

Populasi dari penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian atau merasakan jasa dan pelayanan di PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi.

3.3. Sampel

Pada penelitian ini peneliti mengambil responden sebanyak 80 responden.

3.4. Teknik Sampling

Dari beberapa jenis teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Kualitas Pelayanan (X_1) menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009) dalam Indrasari (2019: 63) indikator pertama berwujud (*tangibles*) dengan item penampilan, kemampuan dan pelayanan. Indikator kedua keandalan (*reliability*) dengan item terpercaya, sesuai dengan harapan, waktu dan simpatik. Indikator ketiga ketanggapan (*responsiveness*) dengan item cepat, tepat dan informasi yang jelas. Indikator keempat jaminan dan kepastian (*assurance*) dengan item

pengetahuan, keamanan, dan sopan santun. Dan indikator kelima empati (*empathy*) dengan item perhatian dan memahami keinginan.

Penanganan Keluhan Pelanggan (X_2) menurut Barnes (2003: 111) indikator pertama keadilan prosedural dengan item akses, proses, penanganan, dan prosedur. Indikator kedua keadilan interaksional dengan item peduli, menyelesaikan, kejujuran dan ketersediaan. Indikator ketiga keadilan *distributive* dengan item solusi dan kompensasi.

Kepuasan Pelanggan (Y) menurut Tjiptono, (2014: 368) indikator pertama kepuasan general atau keseluruhan dengan item puas dan menilai. Indikator kedua dimensi kepuasan pelanggan dengan item fasilitas layanan dan keramahan. Indikator ketiga konfirmasi harapan dengan item kinerja dan harapan. Indikator keempat nilai beli ulang dengan item menanyakan dan menggunakan jasa perusahaan lagi. Indikator kelima ketersediaan untuk merekomendasikan dengan item rekomendasi kepada teman dan keluarga. Indikator keenam dengan item ketidakpuasan pelanggan dengan item complain dan garansi.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner, wawancara dan observasi.

3.6. Metode Analisa

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan persamaan $Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$.

3.7. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t, Uji F dan Asumsi Klasik

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) "Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut."

3.7.2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2018:45) mengemukakan bahwa "Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu."

3.7.3. Uji t

Jika t hitung $>$ t tabel dan t sig. \leq ($\alpha = 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebas (X) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y).

3.7.4. Uji F

Jika F hitung $>$ F tabel dan F sig. $<$ ($\alpha=0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel (X) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel (Y).

3.7.5. Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) mengemukakan bahwa "Uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas".

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel kualitas pelayanan, penanganan keluhan pelanggan dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

4.2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh $>$ 0,60, sehingga item-item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

4.3. Uji t

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan pelanggan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4. Uji F

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan pelanggan (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5. Uji Assumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar pada sekitar garis diagonal, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas, variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan memiliki nilai *tolerance* $0,637 > 0,10$ dan nilai VIF $1,570 < 10$. Maka, di antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik – titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi homoskedastisitas.

4.6. Bahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 80 responden maka diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 55,7% yang berarti variansi nilai variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan adalah sebesar 55,7% dan sisanya sebesar 44,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Hasil persamaan regresi adalah $Y' = 9,541 + 0,354X_1 + 0,455X_2 + e$

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat diketahui dari tabel uji F bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $50,648 > 3,12$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan pelanggan (X_2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisa dari distribusi frekuensi yang telah disajikan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Memperhatikan kualitas pelayanan dalam kecepatan memberikan tanggapan yang cepat terhadap keluhan pelanggan dan ketepatan pelayanan langsung kepada pelanggan. mampu menciptakan kepuasan pelanggan.
- 2) Dari segi penanganan keluhan pelanggan perusahaan harus mampu memberikan akses yang memudahkan pelanggan untuk menyampaikan keluhannya kepada perusahaan agar masalah yang terjadi pada

saat pelayanan mampu langsung diselesaikan dan pelanggan akan merasa puas.

- 3) Perusahaan harus mampu memberikan kepastian garansi yang pasti terhadap pelanggan agar pelanggan merasa pasti akan kualitas pelayanan dan penanganan terhadap keluhan pelanggan jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan atau komplain terhadap perusahaan.

6. Daftar Rujukan

- Barnes, J. G. (2003). *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Eswika, Nilasari dan Istiati. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*. ISSN: 1693-0827. Vol. 13, No. 01.
- Imam, Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurmaulidina dan Nikmah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Salon Annisa Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN: 2407-5523. Vol. 4 No.1.
- Oktavian, Ferdyan. Danu., & Samboro, Joko. (2018). Pengaruh Kualitas Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Agen Traveline Tour And Travel. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN: 2407-5523. Vol. 4, No.2.
- Sangadji, Mamang. Etta., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sunarsih, Dwi Ayu Putri dan Nurtjahjani, Fullchis. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pelanggan Di Toko Sepatu Invisible Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN: 2407-5523. Vol. 4 No.2.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.