

*The Effect Of Complaint Handling On Customer Loyalty And Its Impact On
Customer Satisfaction (Study On Consumers Of Pt Telkom Witel Kalbar*

WIKA NURUL HIDAYAH NUR FADILAH

B1023191028

ABSTRAK

Pada Era Digital yang mulai berdampingan hidup bersama manusia saat ini tak menutup kemungkinan bahwa telah banyak produk digital yang telah terbentuk. Era Digital membawa banyak perubahan pada hidup manusia salah satunya dalam bidang Telekomunikasi. Perusahaan telekomunikasi di Indonesia saat ini sudah semakin banyak, seperti PT. Telkom Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, PT. XL Axiata, Tbk dan sebagainya. PT. Telkom Indonesia, Tbk adalah perusahaan penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Di Kalimantan Barat sendiri PT. Telkom Indonesia adalah perusahaan yang sangat besar dan terkenal di kalangan kaum muda. Untuk itulah Telkom Indonesia selalu berusaha memberikan inovasi terbaru dan memberikan pelayanan terbaiknya untuk para pelanggan. Penanganan keluhan pelanggan memberikan dampak yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan dan menjamin citra yang baik bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *complaint handling* terhadap *customer loyalty* yang pada gilirannya akan berdampak pada *customer satisfaction* PT Telkom Indonesia. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah responden 205 orang melalui teknik purposive sampling. Teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat bantu AMOS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *complain handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *complain handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* mampu memediasi hubungan antara *complain handling* dan *customer satisfaction*.

Kata kunci: Keluhan pelanggan, kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan

*The Effect Of Complaint Handling On Customer Loyalty And Its Impact On
Customer Satisfaction (Study On Consumers Of Pt Telkom Witel Kalbar)*

WIKA NURUL HIDAYAH NUR FADILAH

B1023191028

ABSTRACT

Many digital products emerged during the digital era as humans began to coexist with them. Telecommunications is one of many changes in human life due to the development in the current era. There are numerous telecommunications companies in Indonesia today, including PT. Telkom Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, PT. XL Axiata, Tbk, and others. PT Telkom Indonesia is Indonesia's largest telecommunications and network service provider. It is a large and well-known company among young people in West Kalimantan. As a result, it strives to provide the most recent innovations and the best customer service. Customer Handling has a significant impact on Customer Satisfaction and ensures a positive image for the community. This study aimed to analyze the effect of Complaint Handling on Customer Loyalty which, in turn, would have an impact on Customer Satisfaction at PT Telkom Indonesia. To collect the data, researchers distributed a questionnaire to 205 respondents who were chosen using a purposive sampling technique. Subsequently, the obtained data were analyzed employing Structural Equation Modeling (SEM) via AMOS 26 statistical software. The findings indicated that 1) Complaint Handling had a positive and significant effect on Customer Loyalty, 2) Complaint Handling had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, 3) Customer Loyalty had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and 4) Customer Loyalty could mediate the relationship between Complaint Handling and Customer Satisfaction.

Keywords: Customer Complaint, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

***THE EFFECT OF COMPLAINT HANDLING ON CUSTOMER LOYALTY
AND ITS IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDY ON
CONSUMERS OF PT TELKOM WITEL OF WEST KALIMANTAN)***

RINGKASAN

1. Latar Belakang

Penyedia jasa internet di Indonesia sudah banyak dan beragam, namun untuk berada di hati masyarakat cukup lama tidak lah mudah sebab menjamin kualitas dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga pelanggan setia terhadap satu produk butuh usaha yang besar. PT. Telkom merupakan salah satu BUMN yang sahamnya saat ini dimiliki oleh pemegang saham mayoritas perusahaan adalah pemerintah Republik Indonesia sebesar 52,6% sedangkan sisanya dikuasai oleh publik sebesar 47,4%. Saham perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (“BEI”), *New York Stock Exchange* (“NYSE”), *London Stock Exchange* (“LSE”) dan *Public Offering Without Listing* (“POWL”) di Jepang. Semakin besarnya nama suatu produk semakin besar pula pengguna produk tersebut begitu pula masalah yang didapat menjadi resiko atas besarnya nama suatu produk. Kebanyakan orang menganggap bahwa semakin terkenal nya merek suatu produk menjamin kualitas dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun seterkenal nya merek suatu produk tak pernah luput dari yang nama nya keluhan dari pelanggan.

Keluhan dari pelanggan adalah hal yang pasti akan di temui dalam perusahaan yang menyediakan layanan jasa seperti telkom. Dalam membangun nama telkom sebesar sekarang pastilah banyak juga keluhan dari pelanggan yang masuk. Menurut keputusan UUD No. 52 tentang penyelenggaraan Telekomunikasi tahun 2000, sistem penyelenggaraan Telekomunikasi di Indonesia meliputi penyelenggaraan jaringan, jasa dan Telekomunikasi khusus. UUD No. 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik menjelaskan prinsip-prinsip pemerintahan yang baik merupakan efektivitas fungsi-fungsi pemerintahan itu sendiri, pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintahan atau korporasi yang efektif dapat memperkuat demokratis dan hak asasi manusia.

Pentingnya pelayanan pada kantor Telkom witel Kalimantan Barat, sangat perlu diperhatikan Kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen seperti umpan balik dari pihak produsen ke pihak konsumen yang cepat dalam mengatasi permasalahan. Menurut Lovelock (Duaji, 2013: 33), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyesuaian terhadap perincian-perincian yang dimana kualitas pelayanan dipandang sebagai suatu derajat keunggulan yang ingin dicapai dan melakukan kontrol secara terus menerus untuk mencapai suatu keunggulan tersebut dalam rangka memenuhi kebutuhan dari pengguna jasa.

Menurut Rangkuti (2013:7) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian, dimana alternative yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila keinginannya terwujud atau akan sangat puas jika keinginan pelanggan terlampaui. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa lainnya. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan saling menguntungkan apabila kepuasan terjadi.

2. Metode Penelitian

Causal research merupakan desain yang dipilih dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang dianggap memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Kuesioner menggunakan *skala likert* 5 point (1 = *strongly disagree*, 5 = *strongly agree*). Pelayanan yang diberikan diukur menggunakan enam item yang diadaptasi dari (Namkung & Jang, 2007; Jang & Namkung, 2009). Kualitas layanan diukur menggunakan empat item yang diadaptasi dari (Brady & Cronin, 2001; Jang & Namkung, 2009). Kepuasan pelanggan diukur menggunakan tiga item yang diadaptasi (Oliver, 1997; Ryu et al., 2008). Sedangkan *Behavioral Intention* diukur dengan menggunakan lima item yang diadaptasi dari (Zeithaml et al., 1996).

3. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *complain handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *complain handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* mampu memediasi hubungan antara *complain handling* dan *customer satisfaction*.

4. Kesimpulan Dan Saran

1) Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *complain handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *complain handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* mampu memediasi hubungan antara *complain handling* dan *customer satisfaction*.

2) Saran

Diharapkan untuk perusahaan lebih memaksimalkan pelayanan sehingga pelanggan merasa puas dan setia kepada perusahaan.