



Pengaruh Kualitas Layanan, *Complaint Handling* dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Mulyanto¹, Ika Susilowati²

1 STIE Putra Bangsa

E-mail: tatomulyanto08@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, penanganan kepatuhan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan yang terdapat pada PT. JNE cabang Cilacap. PT. JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang di Indonesia, baik pengiriman dalam negeri maupun luar negeri. Populasi yang digunakan dalam penelitian kali ini diambil dari 88 pelanggan di PT. JNE cabang Cilacap. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Alat pengolah data yang digunakan dalam penelitian adalah SPSS for windows versi 23.0. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Layanan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (2) Penanganan Keluhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (3) Citra Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: Uji; Pemasaran; Signifikan; Puas

The Effect of Service Quality, Complaint Handling and Company Image on Customer Loyalty

Abstract

This study aims to examine and analyze how the influence of service quality, compliance handling and corporate image on customer loyalty at PT. JNE Cilacap branch. PT. JNE is a company engaged in the delivery of goods in Indonesia, both domestically and abroad. The population used in this study was taken from 88 customers at PT. JNE Cilacap branch. The data collection technique used in this study was to distribute questionnaires to the respondents. The analysis used in this research is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test and coefficient of determination. The data processing tool used in this research is SPSS for windows version 23.0. The results of this study indicate that: (1) the company's service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, (2) complaint handling has a negative and insignificant effect on customer loyalty, (3) corporate image has a negative and insignificant effect on customer loyalty.

Keywords: Test; Marketing; Significant; Satisfied

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Berisi menjalankan bisnis suatu perusahaan tidak terlepas dari beberapa aspek pokok, antara lain: produksi, sumberdaya manusia, keuangan dan pemasaran. Salah satu aspek terpenting untuk keberlanjutan bisnis ke depan adalah pemasaran. Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Peran pemasaran dalam jalannya suatu perusahaan adalah untuk mencari laba atau keuntungan, karena pada dasarnya setiap perusahaan berorientasi terhadap laba (*profit oriented*).

Pemasaran menurut *American Marketing Association (AMA)* bahwasanya “*Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, capturing, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, client, partners, and society at large*” yang artinya “Pemasaran adalah kegiatan, mengatur lembaga, proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar persembahan yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, dan masyarakat pada umumnya” (Grewal, 2014).

Seiring dengan perubahan globalisasi saat ini dan dalam kondisi masyarakat sekarang, seringkali kita menemukan beberapa permasalahan yang menyebabkan sebuah instansi/perusahaan mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan, baik karena ketidak mampuan nya bersaing dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi pada saat ini maupun karena penjualan atau pemasaran produk maupun jasa yang terus menurun setiap harinya. Proses penurunan minat konsumen atau pembeli dikarenakan tidak adanya kesetiaan pelanggan atau loyalitas untuk tetap menggunakan produk / jasa yang ditawarkan.

Gramer dan Brown (dalam Irawan 2009: 3) memberikan definisi mengenai loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi yang disampaikan Gramer dan Brown, konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa.

PT JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang di Indonesia. PT JNE berdiri sejak tahun 1990. Tidak hanya melayani pengiriman barang dalam negeri, PT JNE juga menyediakan jasa pengiriman barang ke luar negeri. Jaringan PT JNE yang luas dan layanan yang profesional telah membantu dalam pendistribusian produk dan meningkatkan daya saing dalam pemasaran. Luasnya minat konsumen dan dalam rangka mengoptimalkan operasional perusahaan PT JNE membuka berbagai cabang disetiap kota yang ada di Indonesia. PT JNE Cabang Cilacap adalah salah satu cabang yang didirikan.

Kabupaten Cilacap adalah kota kabupaten yang terletak di sepanjang pesisir pantai selatan jawa. Di Kabupaten Cilacap JNE tidak menjadi satu-satunya perusahaan pengiriman barang, banyak perusahaan lain yang juga menawarkan jasa yang sama, oleh karena itu keunggulan dalam bersaing untuk mendapat minat dan loyalitas pelanggan menjadi semakin berat. Hasil observasi yang telah dilakukan pada JNE Cabang Cilacap bahwa terdapat ruang tunggu yang nyaman dan toilet yang bersih sehingga memberikan kenyamanan terhadap karyawan jne. Pelanggan dalam pengiriman barang selalu

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

mendata alamat pengirim dan alamat penerima secara tepat. Sehingga para pelanggan merasa puas karena barang yang diterima sesuai dengan kondisi saat pembelian.

Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa terhadap harapan pelanggan. Jika perusahaan melakukan hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas layanan yang baik. "Kualitas layanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa" (Wright, 2002).

Hasil wawancara terhadap beberapa konsumen yang melakukan komplain menyatakan bahwa pelanggan merasa terpuaskan oleh pelayanan yang dilakukan staff jne kepada pelanggan yang melakukan komplain. Adanya kemudahan bagi konsumen untuk melakukan komplain apabila barang yang diterima rusak atau keterlambat dalam penerimaan. Jne memberikan solusi kepada pelanggan agar barang yang diterima tidak rusak, agar barang dipacking dengan baik.

Sebuah perusahaan yang menanggapi keluhan-keluhan dengan baik sebenarnya memperluas kesempatan kedua untuk memuaskan konsumennya (Wahjono, 2010). Tjiptono (2007) berpendapat bahwa setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer – oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

Komplain berdampak strategis terhadap perusahaan (Wahjono, 2010). Senada dengan pendapat yang lain, menurut Timm (2005) keluhan adalah kesempatan mempererat hubungan dan menciptakan loyalitas. Schanaars dalam Hasan (2008) berpendapat kalau strategi penanganan keluhan itu efisien, maka strategi ini dapat mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Hal ini diperkuat dengan pendapat dari Mudie & Cottam dalam Tjiptono (2007), bahwa penanganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk / jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi). Pelayanan terhadap konsumen juga berguna untuk menjaga atau mempertahankan citra perusahaan yang positif.

Berdasarkan hasil pengamatan pada rangking expedisi jne menduduki peringkat pertama di indonesia. Terbukti dari banyaknya pelanggan yang percaya dan terpuaskan menggunakan expedisi jne untuk mengirimkan paketnya. Banyaknya counter jne dari pusat kota sampai pelosok desa yang memudahkan pelanggan dalam mengirimkan paket.

Citra perusahaan dianggap sebagai penilaian keseluruhan perusahaan dalam pikiran orang-orang (Aydin, 2005). Citra perusahaan merupakan hasil dari suatu proses. Proses ini berasal dari ide-ide, perasaan, dan pengalaman konsumen Jasa yang diterima dari perusahaan yang ide-ide ini, perasaan dan pengalaman yang diperoleh dari mereka memori dan bentuk citra mental tentang perusahaan (Aydin, 2005). Citra perusahaan adalah gambar ide, pikiran dan tayangan dari posisi dan menunjukkan bahwa citra perusahaan adalah persepsi perusahaan. Citra perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dibentuk dalam memori konsumen. Dengan demikian peneliti tertarik untuk menulis judul dalam penelitian ini "Pengaruh Kualitas Layanan, *Complaint*

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Handling Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT JNE Cabang Cilacap”.

Metode Penelitian

Obyek penelitian ini adalah loyalitas pelanggan PT JNE Cabang Cilacap yang dipengaruhi oleh variabel Kualitas layanan, *complaint handling* dan Citra Perusahaan. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT JNE Cabang Cilacap dengan jumlah 88 responden dari bulan januari sampai september 2019.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek dan obyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono., 2009). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa pengiriman PT JNE Cabang Cilacap.

Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data yang digunakan adalah *SPSS for windows* versi 23.0.

Hasil Dan Pembahasan

Analisa Deskriptif

Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 88 orang, yaitu Pelanggan PT JNE Cabang Cilacap. Gambaran Umum Responden mengenai jenis kelamin, usia, status, dan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	32	36,37%
2	Perempuan	56	63,63%
Jumlah		88	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20 – 25	32	36,36%
2	25 – 30	25	28,40%
3	30 – 35	16	18,18%
4	35 – 40	8	9,11%
5	> 40	7	7,95%
Jumlah		88	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Status	Jumlah	Presentase
1	Menikah	38	43,19%
2	Belum	50	56,81%
Jumlah		88	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SMA	25	28,40%
2	D3	30	34,10%
3	S1	33	37,5%
Jumlah		88	100%

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X1.1	0,824	0,3120	0,000	VALID
X1.2	0,778	0,3120	0,000	VALID
X1.3	0,754	0,3120	0,000	VALID
X1.4	0,724	0,3120	0,000	VALID
X1.5	0,412	0,3120	0,000	VALID

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Complaint Handling

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X2.1	0,824	0,3120	0,000	VALID
X2.2	0,852	0,3120	0,000	VALID
X2.3	0,837	0,3120	0,000	VALID
X2.4	0,675	0,3120	0,000	VALID

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 7. Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X3.1	0,591	0,3120	0,000	VALID
X3.2	0,666	0,3120	0,000	VALID
X3.3	0,671	0,3120	0,000	VALID
X3.4	0,563	0,3120	0,000	VALID
X3.5	0,679	0,3120	0,000	VALID
X3.6	0,438	0,3120	0,000	VALID
X3.7	0,661	0,3120	0,000	VALID
X3.8	0,704	0,3120	0,000	VALID

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 8. Loyalitas Pelanggan

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Y1.1	0,760	0,3120	0,000	VALID
Y1.2	0,777	0,3120	0,000	VALID
Y1.3	0,833	0,3120	0,000	VALID
Y1.4	0,646	0,3120	0,000	VALID
Y1.5	0,622	0,3120	0,000	VALID
Y1.6	0,632	0,3120	0,000	VALID

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 9. Uji Reliabilitas

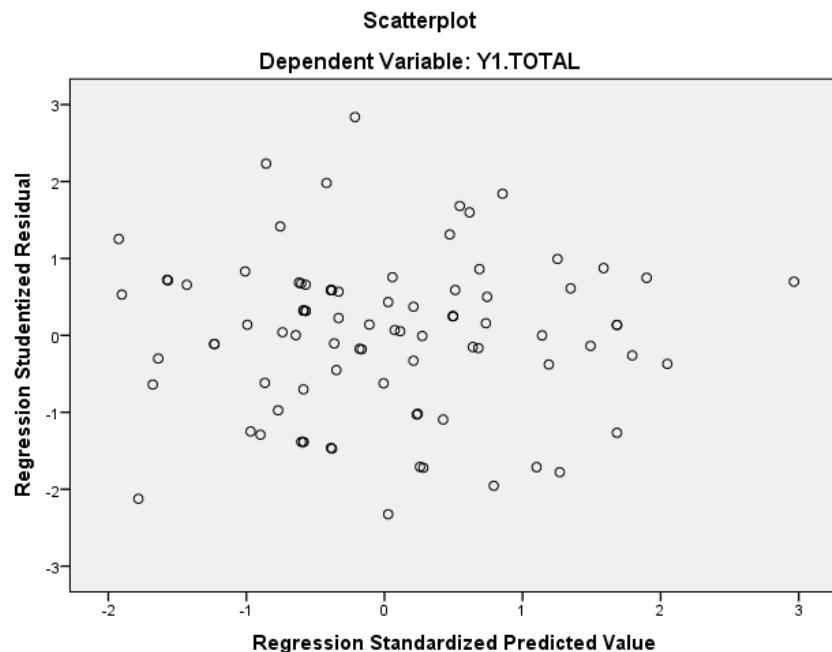
Item Variabel	Nilai Cronbach Alpha Minimum	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,60	0,744	RELIABEL
Complaint Handling (X2)	0,60	0,812	RELIABEL
Citra Perusahaan (X3)	0,60	0,772	RELIABEL
Loyalitas Pelanggan (Y1)	0,60	0,804	RELIABEL

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 10. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Layanan (X1)	0,322	3,108
Complaint Handling (X2)	0,683	1,463
Citra Perusahaan (X3)	0,313	3,198

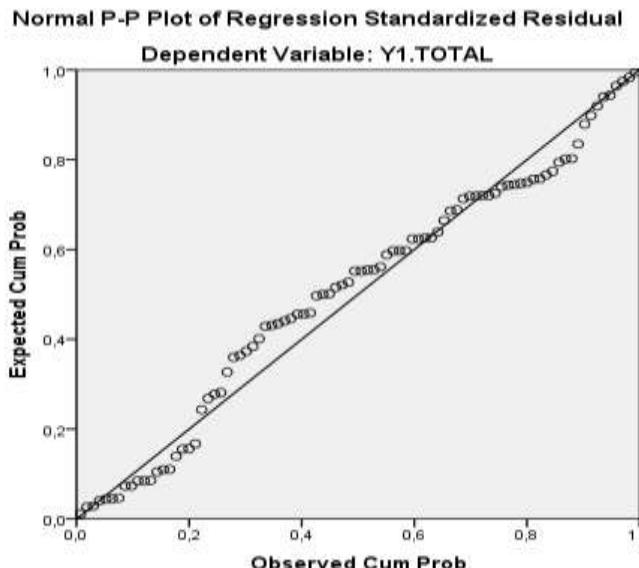
Sumber : Data Primer Diolah, 2020



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, (2020)

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar IV diatas terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 11. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,087	2,303		6,117	,000
X1.TOTA	,727	,237	,550	3,069	,003
L					
X2.TOTA	,207	,163	,156	1,269	,208
L					
X3.TOTA	-,476	,167	-,519	-2,852	,005
L					

a. Dependent Variable: Y1.TOTAL

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

$$Y = 14,087 + 0,727X_1 + 0,207X_2 - 0,476X_3 + e$$

Model Regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Jika Variabel Kualitas Layanan, *Complaint Handling* dan Citra Perusahaan = 0 maka Loyalitas Pelanggan diperkirakan akan mengalami Kenaikan sebesar 14,087
2. $b_1 = 0,727$
Artinya jika *Complaint Handling* (X2), Citra Perusahaan (X3) dianggap tetap, setiap penurunan variabel Kualitas (X1), maka Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan PT JNE Cabang Cilacap akan menurun.

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

3. $b_2 = 0,207$

Artinya jika Kualitas Layanan (X1), Citra Perusahaan (X3) dianggap tetap, setiap kenaikan variabel *Complaint Handling* (X2) naik, maka *Loyalitas Pelanggan* pada Pelanggan PT JNE Cabang Cilacap akan meningkat juga.

4. $b_2 = -0,476$

Artinya jika Kualitas Layanan (X1) menurun, *Complaint Handling* (X2) meningkat, setiap kenaikan variabel Citra Perusahaan (X3), maka Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan PT JNE Cabang Cilacap akan menurun.

Tabel 12. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	14,087	2,303		6,117	,000
X1.TOTAL	,727	,237	,550	3,069	,003
X2.TOTAL	,207	,163	,156	1,269	,208
X3.TOTAL	-,476	,167	-,519	-	,005
				2,852	

a. Dependent Variable: Y1.TOTAL

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 13. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	110,538	3	36,846	4,232	,008 ^b
Residual	731,359	84	8,707		
Total	841,898	87			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, *Complaint Handling*, Kualitas Layanan

Sumber : Data Diolah Primer, 2020

Berdasarkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh F_{hitung} sebesar 4,232 karena nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($4,232 > 2,860$). Konsekuensinya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Kualitas Layanan, Complaint Handling, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan PT JNE Cabang Cilacap.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,362 ^a	,131	,100	2,95070

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, *Complaint Handling*, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini didukung oleh Koefisien regresi Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,727 dan Uji t yang menyatakan $t_{hitung} (3,069) > t_{tabel} (1,68709)$ berarti pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah signifikan.
2. *Complaint Handling* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini didukung oleh Koefisien regresi *Complaint Handling* (X2) sebesar 0,207 dan Uji t yang menyatakan $t_{hitung} (1,269) > t_{tabel} (1,68709)$ berarti pengaruh *Complaint Handling* terhadap Loyalitas Pelanggan adalah tidak signifikan.
3. Citra Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini didukung oleh Koefisien regresi Citra Perusahaan (X3) sebesar -0,476 dan Uji t yang menyatakan $t_{hitung} (2,852) > t_{tabel} (1,68709)$ berarti pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah signifikan.
4. Kualitas Layanan, *Complaint Handling* dan Citra Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini didukung oleh Koefisien Determinasi R^2 sebesar 0,100, artinya 10% variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan, *Complaint Handling* dan Citra Perusahaan.
5. Sedangkan sisanya 90% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini dan Uji F yang menyatakan F_{hitung} diperoleh sebesar 4,232 karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (4,232 > 2,860)$. Konsekuensinya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Kualitas Layanan, *Complaint Handling*, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan PT JNE Cabang Cilacap.

Simpulan

Berisi Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. *Complaint Handling* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Citra Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
4. Kualitas Layanan, *Complaint Handling* dan Citra Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Daftar Pustaka

- Aydin, S. a. (2005). The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market. *European Journal of Marketing*, Vol. 39 No. 7/8 pp. 910-25.
- Grewal, D. a. (2014). *Marketing, Fourth Edition*. The McGraw-Hill, New York.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan ,dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint Handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Wahijono, S. I. (2010). *Perilaku Organisasi Sentot Imam Wahijono*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wright, L. a. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*. Prentice Hall.