

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN
KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO) MEDAN
CABANG BELAWAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Program Studi Manajemen*



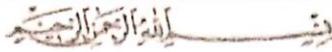
Oleh:

DIFFA ASHILLAH PUTRI
NPM : 1505161189

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Ujian Strata-I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 08 Mei 2019, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

: **DIPTA ASHILLAH PUTRI**

: 1526161489

di MANAJEMEN

pekerjaan : **PENCARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN
KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO) MEDAN
CABANG BELAWAN**

hasil : **(A) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk
mendapatkan Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Tim Penguji

Pengaji I

(Dr. JURIZEN, S.E., M.Si)

Pengaji II

(MURVIANA KOTO, S.E., M.Si)

Pembimbing

UMSU

(Dr. FAJAR PASARIBU, S.E., M.Si)

Panitia Ujian

Ketua

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

Sekretaris



(ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : DIFFA ASHILLAH PUTRI
N.P.M : 1505161189
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA I
(PERSERO) MEDAN CABANG BELAWAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan skripsi.

Medan, Oktober 2019

Pembimbing Skripsi


Dr. FAJAR PASARIBU, SE, M.Si

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


JASMAN SARIPUDDIN HSB, SE., M.Si


H. JANURI, SE., MM., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : DIFFA ASHILLAH PUTRI
N.P.M : 1505161189
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN
KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO) MEDAN CABANG
BELAWAN

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
27/09-2019	judul Penelitian Harus disesuaikan dengan proses yang dilalui selama penelitian.		
28/9-2019	Sampel Penelitian Harus Menggunakan Rums dari Saponin. - Teknik Pengumpulan data, Harus dijelaskan cara dengan menggunakan apa?		
30/9-2019	uji t dan uji F Harus diuraikan Masing-Masing. - Tabel jenis Kelamin Pada Penelitian Harus Jelas dan tabel Responden Berdasarkan Pendidikan		
1/10-2019	Pembahasan Harus disesuaikan Hubungan antar Hubungan Masing-Masing Variabel - Kesimpulan Harus di buat Inti Sari dari Kesimpulan Sehingga Membedakan Pembaca Mudah Mengetahui.		
2/10-2019	ACC Meju Sidang Meja Hijau		

Medan, Oktober 2019

Diketahui /Disetujui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing Skripsi

Dr. FAJAR PASARIBU, SE, M.Si

JASMAN SARIPUDDIN HSB, SE, M.Si

ABSTRAK

DIFFA ASHILLAH PUTRI. NPM 1505161189. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Loyalitas pelanggan adalah individu atau organisasi yang membeli produk atau menggunakan jasa sebuah perusahaan secara teratur, berulang-ulang dan selalu mencoba produk atau fitur terbaru yang diluncurkan perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan termasuk diantaranya adalah Kualitas Pelayanan dan sistem Penanganan Keluhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan, serta pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan baik secara parsial maupun simultan pada Terminal Bandar Deli milik PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif dengan penyajian data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 147 pelanggan aktif Terminal Bandar Deli, sedangkan sampel yang memenuhi kriteria penarikan dalam pengamatan yang dilakukan berjumlah 60 orang dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket yang diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Pengujian Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, namun Penanganan Keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara simultan Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan,
Penanganan Keluhan**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah bil'alam, puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Skripsi ini ditulis dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan”**.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Ayahanda tercinta Dede Hendi Kosdiana dan Ibunda Rosmawati serta bude, nenek dan kedua adik laki-laki saya, Musyaffa Al-Farras dan Humaam Arrashaad. Berkat dukungan dan kasih sayangnya kepada penulis berupa perhatian, pengorbanan, bimbingan dan do'a yang tulus sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Fajar Pasaribu, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang sabar, tegas, selalu memberikan arahan dan sanggup meluangkan waktu untuk membantu penulis agar proses penyelesaian skripsi ini selesai tepat pada waktu yang telah ditentukan.

3. Bapak Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Januri, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Jasman Sarifuddin Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Jufrizen, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Radiman, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas J- Manajemen Pagi stambuk 2015.
10. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis serta pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Keluarga besar PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan terutama staf Terminal Penumpang Bandar Deli yang telah memberikan dukungan berupa bimbingan, arahan dan informasi yang sangat berguna bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktu yang telah ditentukan.
12. Sahabat saya Annisa Eryanti, Radinal Laksamana Ardy, Ricky Aprillah Batubara, Nur Fadillah, Nurul Insan Nasution, Raisha Ghadati Raudina,

Dian Dwi Putri, Yuli Assari Butarbutar dan Adja Fitri Kamila Imani yang telah memberikan dukungan mental, do'a dan tiada hentinya menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Teman-teman seperjuangan di kelas J-Manajemen Pagi dan kelas Konsentrasi Pemasaran stambuk 2015, terimakasih atas dukungan dan do'anya.
14. Teman-teman *roleplayer* saya, terutama Keluarga Lim (Radit, Ica, Cala), Kiki, Kaylos Aiden, Jonathan Alviano Kendrick, Ben Catastrophe, Ardell, Keluarga CIG, dan Felicia Hung yang telah memberikan dukungan luar biasa dan tiada hentinya memotivasi saya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini, semoga dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya penulis sendiri dan semoga Allah SWT senantiasa meridhoi segala usaha yang penulis lakukan. *Aamiin.*

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Medan, Oktober 2019

Penulis,

DIFFA ASHILLAH PUTRI
1505161189

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah	6
1. Batasan Masalah	6
2. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Uraian Teoritis	9
1. Loyalitas Pelanggan	9
a. Pengertian Loyalitas Pelanggan	9
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	10
c. Manfaat Loyalitas Pelanggan	12
d. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	13
2. Kualitas Pelayanan	14
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	15
c. Manfaat dan Tujuan Kualitas Pelayanan.....	17
d. Indikator Kualitas Pelayanan.....	17
3. Penanganan Keluhan	19
a. Pengertian Penanganan Keluhan	19
b. Aspek Penanganan Keluhan.....	21
c. Prosedur <i>Standard Operational Procedure</i> (SOP) Penanganan Keluhan.....	22
d. Manfaat dan Tujuan Penanganan Keluhan	24
e. Indikator Penanganan Keluhan	25
B. Kerangka Konseptual	27
C. Hipotesis	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian.....	32
B. Definisi Operasional.....	32
C. Tempat dan Waktu Penelitian	33
1. Tempat Penelitian	33
2. Waktu Penelitian.....	34
D. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
1. Studi Dokumentasi.....	36
2. Wawancara (<i>Interview</i>).....	36
3. Angket/Kuesioner	36
F. Teknik Analisis Data.....	42
1. Analisis Regresi Linier Berganda	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Uji Hipotesis.....	44
4. Koefisien Determinasi.....	47
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 48
A. Hasil Penelitian	48
1. Deskriptif Hasil Penelitian.....	48
a. Identitas Responden.....	48
b. Analisis Variabel Penelitian.....	52
2. Uji Asumsi Klasik	66
a. Uji Normalitas	67
b. Uji Heterokedastisitas.....	68
c. Uji Multikolinearitas.....	69
3. Regresi Linear Berganda	70
4. Uji Hipotesis	72
a. Uji Parsial (uji t).....	72
b. Uji Simultan (Uji F).....	75
5. Koefisien Determinasi	77
B. Pembahasan.....	78
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Niai Loyalitas Pelanggan Terminal Arus Penumpang di Tiap Cabang Pelabuhan pada Tahun 2017 4
Tabel III.1	Variabel Operasional 32
Tabel III.2	Waktu Penelitian 34
Tabel III.3	Skala Likert 37
Tabel III.4	Hasil Uji Validitas 39
Tabel III.5	Hasil Uji Reliabilitas..... 41
Tabel IV.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 48
Tabel IV.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia 49
Tabel IV.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 50
Tabel IV.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan 51
Tabel IV.5	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan 52
Tabel IV.6	Skala Likert 53
Tabel IV.7	Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan 53
Tabel IV.8	Hasil Jawaban Responden Penanganan Keluhan 58
Tabel IV.9	Hasil Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan 62
Tabel IV.10	Hasil Uji Multikolinieritas 70
Tabel IV.11	Regresi Linier Berganda 71
Tabel IV.12	Hasil Uji t (parsial) 72
Tabel IV.13	Hasil Uji F (simultan) 75
Tabel IV.14	Hasil Koefisien Determinasi 77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Konseptual Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
Gambar II.2 Kerangka Konseptual Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
Gambar II.3 Paradigma Penelitian	31
Gambar III.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t.....	45
Gambar III.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F	46
Gambar IV.1 Uji Normalitas	67
Gambar IV.2 Histogram Uji Normalitas	68
Gambar IV.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
Gambar IV.4 Kriteria Pengujian Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	74
Gambar IV.5 Kriteria Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan	75
Gambar IV.6 Kriteria Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin meningkat. Hal ini dapat diperhatikan dengan maraknya persaingan antar perusahaan yang semakin berkompeten dan selektif. Kondisi tersebut mengakibatkan perusahaan untuk berpikir dan bekerjasama mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan dan memperoleh laba optimal dalam memperkuat posisi untuk menghadapi perusahaan pesaing dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas juga dari usaha pemasaran yang harus didiskusikan, direncanakan, dievaluasi lalu diimplementasi. Melalui kegiatan pemasaran perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk meraih nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Hal ini berhubungan dengan peran pemasar dan manajer untuk menjalankan roda struktur organisasi dalam kajian pemasaran.

Agar dapat melakukan perubahan-perubahan ke arah yang semakin positif, maka dibutuhkan pula peningkatan aspek pemasaran untuk lebih mendekatkan diri pada pelanggan. Berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuan ini bergantung pada kemampuan manajer dalam memberikan fasilitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya, hal ini menentukan tingkat loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam melakukan retensi pelanggan ini adalah, pertama karena semakin mahalnya biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang

sedemikian ketat, kedua adalah adanya kenyataan bahwa tingkat kemampuan laba perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dan pelanggan secara permanen. (Stauss. 2010, hal. 127).

Loyalitas didefinisikan sebagai pembelian non-acak yang ditunjukkan dari waktu ke waktu berdasarkan unit pengambilan keputusan. Berdasarkan definisi tersebut terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan. (Griffin R. W., 2005)

Loyalitas pelanggan terhadap perusahaan jasa didukung dengan elemen utama berupa kualitas pelayanan yang baik. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono. 2001).

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar mengimbangi harapan pada perusahaan jasa antara lain kenyamanan dan keamanan. Dimana para pelanggan dapat melakukan kontak secara berkala dengan pihak perusahaan. Penerapan layanan pengaduan dan penanganan keluhan yang baik menjadi kunci agar pelanggan dapat menyuarakan pemikirannya kepada perusahaan agar lebih baik. Pengaduan dan keluhan pelanggan membuka kesempatan bagi perusahaan/instansi untuk memperbaiki masalah dengan segera yang ditimbulkan dari pengaduan/keluhan masyarakat. Dengan demikian, perusahaan/instansi bisa

membangun ide-ide inovasi produk, bauran pemasaran yang baik, meningkatkan pelayanan dan membangun produk/jasa. (Suchaeri, 2012).

PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kepelabuhan yang menyediakan sarana dan prasarana kepelabuhan, salah satunya memiliki fasilitas jasa dermaga kapal penumpang yang bernama Terminal Penumpang Bandar Deli. Berada di Jalan Pelabuhan Lama No. 1, Belawan 1, Medan Kota Belawan, Sumatera Utara. Sebagai maskapai transportasi laut terbesar di Sumatera Utara yang menangani pelayanan terminal arus penumpang, perusahaan yang berorientasi pada kepelabuhanan ini diharapkan mampu menunjang kelancaran, ketertiban arus naik-turun penumpang kapal, serta mendorong perekonomian nasional dan daerah dengan tetap memperhatikan tata ruang wilayah sesuai peraturan perundang-undangan.

Sistem administrasi berkas arus naik-turun penumpang dan data pelanggan milik Terminal Penumpang Bandar Deli diolah oleh perusahaan cabang milik Pelindo yaitu PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan. Disamping itu, berdasarkan pengamatan melalui studi dokumentasi yang dilakukan oleh penulis terdapat penurunan nilai loyalitas pelanggan Terminal Arus Penumpang Bandar Deli yang berlokasi di pelabuhan Belawan.

Tabel I.1
Nilai Loyalitas Pelanggan Terminal Arus Penumpang di Tiap Cabang
Pelabuhan pada Tahun 2017

Terminal	Nilai dalam Format Persentase (%)	Nilai dalam Format Skala (1-5)
Belawan	84,81	4,24
Dumai	86,01	4,30
Pekanbaru	-	-
Tanjung Pinang	77,22	3,86

Sumber: Laporan Akhir Survei Kepuasan Pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan

Pada fenomena di atas, dapat dilihat bahwa pelabuhan Belawan (84,81%) memiliki nilai loyalitas yang lebih besar dari pelabuhan Tanjung Pinang (77,22%) namun berada di bawah nilai pelabuhan Dumai (86,01%). Penurunan angka tersebut dikarenakan Terminal Penumpang Bandar Deli di Belawan yang terkenal di kalangan masyarakat kota Medan memiliki penurunan popularitas bagi penggunaannya sehingga nilainya berada di bawah terminal arus penumpang milik pelabuhan Dumai. Penurunan angka loyalitas yang terjadi pada tahun 2017 di Terminal Penumpang Bandar Deli milik PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) ini disebabkan oleh area parkir yang kurang luas sehingga mampu menyebabkan kemacetan untuk pengguna badan jalan saat jadwal penumpang untuk naik atau turun kapal tiba, penyediaan fasilitas fisik berupa mesin ATM yang tidak tersedia, jaringan Wi-Fi yang tidak bisa diakses para penumpang, masih kurangnya jumlah pendingin ruangan sehingga ruangan terasa sesak jika arus penumpang yang naik ke kapal membludak, belum tersedianya *automatic gate* sehingga pelanggan maupun pengguna jasa terminal yang membawa barang-barang berat harus membuka pintu secara manual terlebih dahulu, dan sarana penampung keluhan

Pelanggan yang masih belum bisa diatasi dengan baik oleh pihak penanganan keluhan (*costumer service*) karena keterbatasan kemampuan karyawan perusahaan. Tentunya permasalahan ini menjadi hambatan bagi perusahaan dan hal ini menjadi penting untuk diteliti agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan perusahaan saat ini di tahun 2019.

Di dalam kondisi persaingan seperti ini, setiap perusahaan tentunya harus dapat memperbaiki kualitas fasilitas demi kenyamanan dan keamanan pengguna jasa baik konsumen maupun pelanggan. Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan”**.

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

2. Masih terdapat beberapa atribut kualitas pelayanan yang belum tercukupi seperti area parkir yang kurang luas sehingga mampu menyebabkan kemacetan untuk pengguna badan jalan saat jadwal penumpang untuk naik atau turun kapal sudah ada, penyediaan fasilitas fisik berupa mesin ATM yang tidak tersedia, WiFi yang tidak diperuntukkan untuk para penumpang, masih kurangnya jumlah pendingin ruangan sehingga ruangan terasa sesak jika arus penumpang yang naik ke kapal membludak, belum tersedianya *automatic gate* sehingga pelanggan maupun pengguna jasa terminal yang membawa barang-barang berat harus membuka pintu secara manual terlebih dahulu, dan sarana

penampung keluhan pelanggan yang masih belum bisa diatasi dengan baik oleh pihak penanganan keluhan (*costumer service*).

3. Ketersediaan divisi *costumer service* belum mampu menangani dengan baik keluhan-keluhan yang diberikan oleh pelanggan maupun pengguna jasa terminal.
4. Nilai loyalitas pelanggan Terminal Penumpang Bandar Deli memiliki persentase yang berada di bawah Terminal Arus Penumpang milik pelabuhan Dumai. Hal ini disebabkan karena penurunan popularitas Terminal Penumpang Bandar Deli terkait sistem kualitas pelayanan yang masih belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta sarana penampung keluhan yang belum diimplementasikan dengan baik.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan dan memperkecil penelitian sehingga tidak menyimpang dari kegiatan penelitian yang diinginkan mengingat keterbatasan waktu dan pengetahuan maka penulis membatasi masalah yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Namun dalam penelitian ini, penulis hanya fokus pada variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan pada Terminal Penumpang Bandar Deli.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan?

- b. Apakah penanganan keluhan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada umumnya untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah yang ada. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pada pengembangan ilmu yang terkait dengan loyalitas pelanggan, ilmu

yang terkait dengan kualitas pelayanan dan ilmu yang terkait dengan penanganan keluhan serta menambah wawasan pengetahuan penulis.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini berguna sebagai masukan kepada pihak manajemen terminal arus penumpang Bandar Deli dalam menyusun rencana strategis dan pengembangan yang lebih baik, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menentukan langkah-langkah kebijakan di masa mendatang dan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan angka loyalitas pelanggan terminal arus penumpang Bandar Deli.

c. Manfaat Lainnya

Penelitian ini berguna sebagai dasar dan referensi pengembangan penelitian tentang kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan bagi perusahaan maupun penulis yang lain di masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teori

1. Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Gremler dan Brown dalam Hasan (2008, hal. 31) berpendapat bahwa loyalitas adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Sudarmanto (2018, hal. 31) menyatakan bahwa loyalitas berasal dari pemenuhan harapan atau harapan konsumen, sedangkan ekspektasi sendiri berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, janji atau informasi dari pemasar atau pesaing.

Menurut Tjiptono dalam Lili Suryati (2015, hal. 93) mengemukakan bahwa, loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Menurut Hasan (2008, hal. 83), loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Menurut Mutholib (2016), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu perilaku konsumen untuk memilih alternatif penyedia produk/jasa yang terbaik dan menetapkan komitmen mereka secara mendalam dan positif ditunjukkan dengan pembelian berulang dari salah satu penyedia produk/jasa dalam jangka panjang.

Dengan adanya pendapat para ahli di atas mengenai loyalitas pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah individu atau organisasi yang membeli produk atau menggunakan jasa secara teratur, berulang-ulang dan selalu mencoba produk atau fitur terbaru yang diluncurkan perusahaan.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Zikmund dalam Vanessa (2007, hal. 72) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu:

- 1) *Satisfaction* (Kepuasan)

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

2) *Emotional bonding* (Ikatan emosi)

Dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama. Selain itu, penanganan keluhan (*complaint handling*) yang baik mampu mempererat hubungan antara pelanggan dengan perusahaan secara emosional dimana pelanggan merasa saran maupun kritik yang diberikan mampu didengar dan diterapkan oleh perusahaan sehingga pelanggan merasa keinginan dan harapannya terpenuhi.

3) *Trust* (Kepercayaan)

Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan jasa atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

4) *Choice reduction and habit* (Kemudahan)

Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek maupun jasa kemudian terdapat situasi dimana mereka harus melakukan transaksi, maka sistem transaksi harus memberikan kemudahan.

5) *History with company* (Pengalaman dengan perusahaan)

Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita pada

perusahaan tersebut karena kualitas pelayanan atau kualitas produk adalah elemen utama terciptanya loyalitas.

Menurut Lupiyoadi (2006, hal. 232), faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan biasanya berfokus pada :

1) Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009, hal. 138) secara umum kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

2) Hambatan pindah (*switching barrier*)

Mengasuh pada tingkat kesulitan untuk pindah atau beralih ke penyedia barang/jasa yang dihadapi pelanggan yang tidak puas dengan jasa yang diterima atau mengacu pada kendala finansial, sosial dan psikologis yang dirasakan seorang pelanggan ketika pindah ke penyedia baru.

c. Manfaat Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler, Hayes dan Bloom (dalam Alma, 2005, hal. 275), berikut ini adalah enam alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumennya, antara lain:

- 1) Pelanggan yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan.
- 2) Biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru.
- 3) Pelanggan yang percaya kepada suatu lembaga dalam suatu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain.
- 4) Jika sebuah perusahaan lama memiliki banyak pelanggan, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan karena adanya

- efisiensi. Pelanggan lama sudah tentu akan banyak lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka.
- 5) Pelanggan lama tentunya telah banyak memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi.
 - 6) Pelanggan lama akan berusaha membela perusahaan, dan mereferensikan perusahaan tersebut kepada teman-teman maupun lingkungannya.

Menurut Tjiptono (2005, hal. 127), bagi organisasi terdapat empat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan, diantaranya:

- 1) Loyalitas meningkatkan pembelian pelanggan, memperlihatkan bahwa pelanggan cenderung berbelanja lebih setiap tahunnya dari satu provider yang memiliki hubungan khusus dengan para pelanggan itu.
- 2) Loyalitas pelanggan menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani pelanggan.
- 3) Loyalitas pelanggan meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut.
- 4) Mempertahankan ketersediaan karyawan (retensi karyawan) karena perusahaan yang menunjukkan pelanggan dengan loyalitas tinggi cenderung memiliki tingkat pergantian karyawan yang lebih rendah.

d. Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012, hal. 57), terdapat beberapa indikator dalam loyalitas pelanggan, yaitu:

- 1) *Repeat purchase* (Kesetiaan terhadap pembelian produk)
Repeat purchase berarti pembelian sebuah produk atau penggunaan jasa oleh konsumen dari merek yang sama dan sebelumnya pernah dibeli atau digunakan pada kesempatan lain.
- 2) *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)

Retensi pelanggan merujuk pada kegiatan dan tindakan perusahaan dan organisasi untuk mengurangi jumlah pengurangan pelanggan.

3) *Referall* (Mereferensikan secara totalistensi perusahaan)

Referensi pelanggan merupakan salah satu yang paling kuat dalam alat pemasaran. *Referall* adalah metode untuk mempromosikan produk atau jasa kepada pelanggan baru melalui rujukan, biasanya *Word of Mouth*.

Menurut Griffin (2010), ada empat karakteristik loyalitas pelanggan yang dapat dijadikan pengukuran, yaitu:

- 1) Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*)
- 2) Membeli di luar lini produk/jasa perusahaan (*Purchases across product and services lines*)
- 3) Merekomendasi produk lain (*Refers other*)
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis milik pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*)

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu (Kotler dan Keller dalam Sudardso, 2012, hal. 55). Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Kotler, 2013, hal. 99).

Kualitas pelayanan adalah manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya. (Zeithaml dalam Sudarso, hal. 57).

Menurut Tjiptono (2007, hal. 82), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen maupun pelanggan yang dimiliki perusahaan tersebut.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Parasuraman, 2015, hal. 14), yaitu:

1) *Reliability* (Kehandalan)

Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.

2) *Responsiveness* (Responsif)

Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan.

3) *Assurance* (Jaminan)

Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggannya.

4) *Emphaty* (Empati)

Kesediaan perusahaan jasa untuk memberikan perhatian secara individual atau perorangan kepada pelanggannya.

5) *Tangibles* (Berwujud)

Peralatan atau mesin-mesin yang digunakan dalam melakukan pelayanan cukup modern dan dapat diandalkan

Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono (2011, hal. 178), faktor-faktor kualitas pelayanan diidentifikasi menjadi delapan kategori unsur layanan pelengkap pada setiap penawaran produk yang disebutnya “*The flower of services*”, diantaranya:

1) Informasi

Misalnya jalan atau arah menuju tempat produsen, jadwal atau skedul penyampaian produk, harga, instruksi mengenai cara menggunakan produk inti atau layanan pelengkap.

2) Konsultasi

Seperti pemberian saran atau keluhan, *auditing*, konseling pribadi dan konsultasi manajemen.

3) *Order taking*

Meliputi aplikasi, jasa langganan, jasa berbasis kualifikasi, *order entry* dan reservasi (tempat duduk, meja, ruangan, dan lain-lain).

4) *Hospitality*

Sambutan bagi pengguna, *food and beverages*, toilet dan kamar kecil, fasilitas menunggu, transportasi dan jasa keamanan.

5) *Caretaking*

Terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa.

6) *Exception*

Meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani keluhan/saran/pujian, menyelesaikan masalah dan garansi atas kegagalan produk atau jasa.

7) *Billing*

Berupa laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual, pembayaran yang mudah, dan lain-lain.

c. Manfaat dan Tujuan Kualitas Pelayanan

Manfaat kualitas pelayanan adalah memaksimalkan nilai seumur hidup pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan serta pelanggan yang menguntungkan adalah orang, rumah tangga, atau perusahaan yang sepanjang waktu menghasilkan aliran pendapatan yang melebihi aliran biaya. Dengan kualitas pelayanan yang terbaik akan dapat menghasilkan profitabilitas kepada pelanggan ataupun perusahaan. Tujuan dari kualitas pelayanan adalah semata-mata untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan membangun relasi serta mendapat aliran laba masa depan yang diharapkan sepanjang pembelian seumur hidup pelanggan (Kotler dan Keller, 2009, hal. 145).

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (*Service*

Quality). SERVQUAL ini merupakan skala multi-item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi (Zeithaml dalam Sudarso, hal. 58), yaitu:

- 1) *Tangible* (bukti langsung)
- 2) *Reliability* (kehandalan)
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap)
- 4) *Assurance* (jaminan)
- 5) *Emphaty* (empati)

Sedangkan menurut Tjiptono (2008, hal. 25) Terdapat delapan indikator penting untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Kinerja (*Performance*)

Karakteristik operasi dasar dari suatu produk misalnya kecepatan pengiriman paket serta kebersihan tempat sebuah restoran yang dapat membuat konsumen merasa nyaman.

- 2) Ciri-ciri (*Features*)

Berupa karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman pemakaian produk.

- 3) Keandalan (*Reliability*)

Artinya probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakasan maka semakin handal fungsi produk tersebut.

- 4) Kesesuaian (*Conformance*)

Yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan

kapal penumpang dan kesesuaian antara ukuran kapasitas penumpang dengan standar yang berlaku.

5) Daya tahan (*Durability*)

Artinya jumlah pemakaian produk sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan semakin besar pula daya tahan produk.

6) Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

Artinya kecepatan dan kemudahan untuuk diresapi serta kompetensi keramah-tamahan pelayanan staf.

7) Estetika (*Aesthetic*)

Hal ini menyangkut penampilan produk maupun desain atau fitur jasa yang bisa dinilai dengan panca indera.

8) Persepsi (*Perseption*)

Persepsi disini merupakan pemikiran dasar terhadap kualitas artinya kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual.

3. Penanganan Keluhan

a. Pengertian Penanganan Keluhan

Keluhan merupakan suatu peluang untuk memperkuat loyalitas pelanggan. Menurut Tjiptono (2005) pengertian keluhan adalah ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, saluran telepon khusus, *website*, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *costumer exit surveys*. Situasi ini dikenal dengan istilah “*Recovery Paradox*”.

Frans Royan (2011, hal. 123) mengemukakan pengertian keluhan pelanggan adalah suatu saran dan kritik yang membuat perusahaan agar tetap eksis. Mengetahui hal ini tentunya seorang entrepreneur akan mengusahakan agar keluhan yang diajukan konsumen dapat ditangani dengan baik.

Sedangkan menurut Thomas Kaihatu (2015, hal. 232), keluhan pelanggan adalah segala jenis kritik, saran atau masukan dari para pelanggan atau pengguna produk yang disampaikan dalam bentuk lisan maupun tulisan mengenai kinerja dari perusahaan ataupun mengenai jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan berbagai riset psikologi konsumen yang dilakukan Leboeuf (1992, hal. 176), keluhan bisa dibedakan menjadi dua tipe yaitu, *instrumental complaints* dan *non-instrumental complaints*. *Instrumental complaints* merupakan keluhan yang diungkapkan dengan tujuan mengubah situasi atau keadaan yang tidak diinginkan. Pelanggan yang mengeluh bisa menjadi tambang emas keberhasilan akan tetapi bisa juga dikatakan sebagai awal dari malapetaka di masa mendatang. Hal ini sangat bergantung dari bagaimana perusahaan menghargai saat melakukan kontak dengan pelanggan.

Menurut Leboeuf (1992, hal. 174-175), ada tiga alasan utama yang menyebabkan program keluhan pelanggan memberikan keuntungan yang besar:

- a. Keluhan memperlihatkan bidang-bidang yang membutuhkan perbaikan.
- b. Keluhan merupakan kesempatan kedua untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan yang kecewa.
- c. Keluhan merupakan suatu peluang untuk memperkuat loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pendapat para ahli tentang pengertian penanganan keluhan maka dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan adalah suatu kondisi dimana perusahaan menerima kritik atau saran dan perusahaan sebagai pihak yang dikritik mampu mengatasi permasalahan tersebut. Keluhan dapat berupa positif dan negatif, dengan adanya keluhan pelanggan, perusahaan diharapkan bisa membuka diri dan berinovasi sesuai dengan kemampuannya dan mampu melampaui harapan pelanggan.

b. Aspek Penanganan Keluhan

Tjiptono dan Chandra (2011, hal. 362) menentukan bahwa ada empat aspek dalam penanganan keluhan. Model dari Tjiptono ini merupakan rangkuman dari model-model penanganan keluhan seperti Stauss, Boshoff dan Tax Brown. Berikut ini adalah aspek penanganan keluhan menurut Tjiptono, antara lain:

- 1) Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, *staff* layanan pelanggan harus berkepala dingin dan bersikap empati. Jika hal itu tidak dilaksanakan maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi memiliki kejelasan sehingga ditemukan solusi yang optimal.

- 2) Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka

rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan tersebut ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinan ia akan menjadi kembali menjadi pelanggan perusahaan tersebut.

- 3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan
Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi *win-win* yang berarti adil, realistis dan proporsional. Hal ini membuat pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan.
- 4) Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan
Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluh-kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan saluran telepon bebas pulsa (*hot line service*) dan/atau *website* untuk menampung keluhan pelanggan.

c. Prosedur *Standard Operation Procedure* (SOP) Penanganan Keluhan

Mengelola komplain adalah suatu cara bagaimana perusahaan eksis di dalam ranah masyarakat. Philip Kotler dalam Frans Royan (2011, hal. 123) menyatakan bahwa konsumen yang kecewa akan mengatakan kekecewaannya kepada belasan orang, sedangkan yang mendengar ketidakpuasan ini akan

menyebarkan ketidakpuasannya kepada orang lainnya lagi sehingga semakin banyak calon konsumen yang mendengar hal buruk mengenai perusahaan. Hal ini adalah hal yang umum terjadi dan setiap perusahaan hendaknya sudah memiliki persiapan dalam menghadapi keluhan dari para pelanggan. Salah satu bentuk antisipasi yang bisa dilakukan adalah dengan membuat SOP atau *Standard Operation Procedure* penanganan keluhan pelanggan. Untuk itu SOP penanganan keluhan pelanggan jasa yang perlu diterapkan menurut Didin F. (2019, hal. 232) terdiri dari:

1) Tujuan

Mengatur tata cara menerima dan menangani berbagai bentuk keluhan dari para pelanggan baik dalam bentuk lisan dan tulisan untuk bisa mencapai perbaikan kinerja, kualitas pelayanan dan kualitas jasa yang ditawarkan.

2) Ruang lingkup

Meliputi segala tindakan yang dimulai dari penerimaan keluhan, identifikasi keluhan, pencarian berbagai solusi, pemilihan solusi atau jalan keluar dan penerapan solusi untuk menjawab keluhan pelanggan.

3) Definisi

Keluhan adalah segala jenis kritik, saran atau masukan dari para pelanggan atau pengguna produk yang disampaikan dalam bentuk lisan maupun tulisan mengenai kinerja dari perusahaan ataupun mengenai jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan.

4) Tolak ukur

Kemampuan untuk bisa menyelesaikan keluhan dari pelanggan sehingga tidak merembet menjadi masalah yang jauh lebih besar dalam waktu secepat-cepatnya.

5) Rincian prosedur

Rincian prosedur penanganan keluhan pada tiap perusahaan berbeda-beda. Prosedur penanganan tersebut biasanya dibuat, diberlakukan dan ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan keluhan yang diterima dari pelanggan dan dijalankan sesuai aturan dan deskripsi kerja yang berlaku.

6) Sumber-sumber yang tersedia bagi konsumen untuk memberikan keluhan. Terdapat empat kemungkinan respon yang akan dibesikan konsumen. Pertama, konsumen akan berhenti menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kedua, konsumen akan menyampaikan *words of mouth* yang negatif kepada keluarga maupun orang terdekat lainnya. Ketiga, konsumen mengadu melalui media massa, lembaga konsumen ataupun instansi pemerintah yang terkait. Keempat, menuntut produsen atau penyedia jasa melalui jalur hukum.**d. Manfaat dan Tujuan Penanganan Keluhan**

Menurut Frans M. Royan (2011, hal. 126-127), Penanganan keluhan yang cukup baik dan mampu dicatat dengan baik dapat memberikan gambaran perjalanan pelayanan sebuah perusahaan kepada pelanggan dari waktu ke waktu. Keluhan yang ditangani dengan baik tentunya akan memunculkan suatu kondisi dimana usaha semakin unggul. Manfaat

penanganan keluhan yaitu konsumen ataupun pelanggan mampu menjelaskan dengan rinci permasalahan dan kesalahan pihak perusahaan sehingga tidak ada kesalahpahaman antara pelanggan dengan perusahaan. Keluhan yang ditangani dengan baik juga akan menjadi cara bertahan perusahaan terhadap persaingan. Kemudian penanganan komplain yang baik akan mempertahankan citra perusahaan. Tujuan penanganan keluhan antara lain mencegah menyebarnya isu negatif yang dibawa oleh pelanggan serta membantu perusahaan untuk dapat berinovasi dengan adanya masukan-masukan mengenai produk/layanan yang sedang dipasarkan/diterapkan.

e. Indikator Penanganan Keluhan

Setiap konsumen yang merasa tidak puas terhadap kinerja produk/jasa terhadap perusahaan tertentu akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda-beda, ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakukan komplain. Cara menangani keluhan ini diukur dari kemampuan dan kemauan perusahaan untuk melakukan penanganan secara cepat atas setiap komplain yang masuk dari pelanggan. Indikator penanganan keluhan diadopsi dari Krismanto (2009), yaitu:

- 1) Kecepatan penanganan keluhan
- 2) Penyelesaian masalah secara memuaskan
- 3) Kemudahan prosedur pengajuan komplain

Sedangkan menurut Tjiptono (2007, hal. 240), terdapat empat dimensi penanganan keluhan yang diharuskan sebuah perusahaan dalam menangani permasalahan keluhan-keluhan pelanggan, yaitu:

1) Empati terhadap pelanggan yang marah

Adanya ikatan emosi berupa rasa pengertian dan pemahaman ketika pelanggan menjelaskan keluhan berupa kritik terkait kualitas pelayanan yang tidak baik.

2) Kecepatan dalam penanganan keluhan

Layanan keluhan pelanggan yang cepat dan tanggap dalam menangani permasalahan menjadikan pelanggan merasa dihargai dan dihormati.

3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan keluhan

Masalah yang cenderung dihadapkan pada perusahaan biasanya tidak mudah dilakukan secara langsung. Artinya perusahaan harus memberikan jaminan agar pelanggan tidak merasa tersinggung dengan kualitas pelayanan yang tidak memadai. Pemecahan masalah harus adil, dimana pihak perusahaan dan pelanggan merasa nyaman dengan penanganan masalah yang dilakukan.

4) Kemudahan bagi konsumen atau pelanggan untuk menghubungi perusahaan

Ikatan emosi (*Emotional bonding*) salah satunya adalah komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan. Kemudahan ini dapat membantu pelanggan dalam mendapatkan informasi dan perusahaan juga mudah menerima informasi dari setiap pelanggannya.

B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini merupakan suatu hubungan atau ketertarikan antara konsep yang satu dengan yang lainnya dari adanya masalah yang akan penulis teliti.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pernyataan Dadang Munandar (2016, hal. 84) yakni salah satu hal yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperoleh kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa nyaman dan puas sehingga kesetiaan akan tercipta dengan sendirinya. Kualitas layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa. Kualitas layanan dalam perusahaan jasa sering dikondisikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima secara nyata.

Hasil penelitian terdahulu oleh Radiman, dkk (2018) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kepuasan dan loyalitas mahasiswa di beberapa universitas islam di kota Medan. Penelitian oleh Anindhyta (2011) menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Ferdyan dan Yessy (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Nganjuk.



Gambar II. 1
Kerangka Konseptual Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

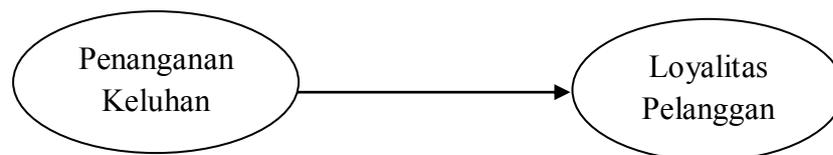
2. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Suatu perusahaan yang melakukan penanganan keluhan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang setia. Adanya penanganan keluhan yang bersifat adil menghasilkan kepercayaan dan komitmen dari konsumen atas perusahaan yang pada akhirnya konsumen akan menjadi setia. Tujuan penanganan keluhan adalah mengubah seorang konsumen yang tidak puas menjadi konsumen setia. Keluhan yang diberikan oleh pelanggan dalam pemakaian produk atau jasa merupakan suatu umpan balik dari kualitas layanan yang diberikan. Semakin banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan membutuhkan adanya perhatian ekstra bagi setiap perusahaan yang menerima keluhan untuk memperbaiki dalam pembuatan produk atau penerapan jasa.

Penanganan keluhan merupakan kesempatan mempererat hubungan dan menciptakan loyalitas. Penanganan pengaduan yang efektif dapat mengonversi pelanggan yang dirugikan menjadi puas dan loyal. Freddy Rangkuti (2002, hal. 92). Tanpa adanya penanganan keluhan maka konsumen maupun pelanggan merasa ragu untuk menggunakan jasa yang diberikan perusahaan dan kekecewaan mereka tidak akan terbayar dengan sesuatu yang

akan terjadi. Ibaratnya, penanganan keluhan merupakan asuransi tidak resmi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk fasilitas kualitas jasanya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anindhyta (2011) menyatakan variabel penanganan keluhan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Yessy dan Lestari (2011) menyatakan terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kemudian penelitian oleh Juan Soleman dkk (2015) menyatakan bahwa penanganan keluhan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Otomoto Manado. Penelitian yang dilakukan oleh Ferdyan dan Yessy (2013) menyatakan bahwa penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Nganjuk



Gambar II. 2
Kerangka Konseptual Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan

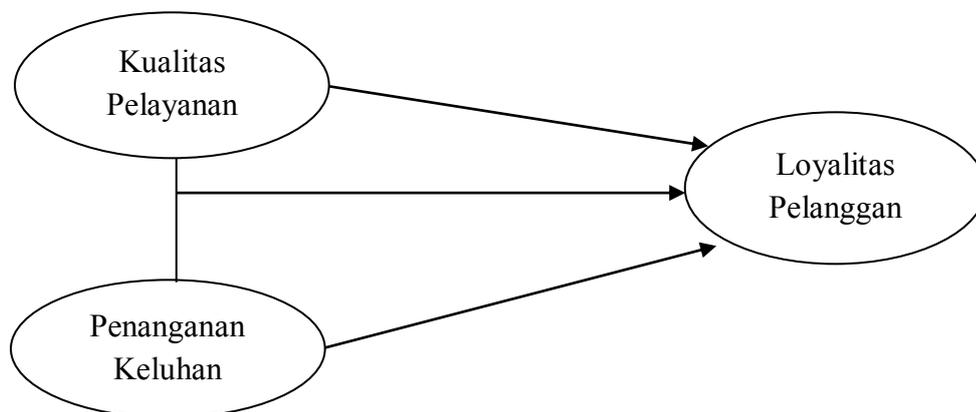
Kualitas pelayanan menjadi suatu kewajiban yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan

agar mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Berry dan Zeithaml dalam Lupiyoadi (2006, hal. 181) berpendapat bahwa “keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman”. Wyckof dalam Wisnamawati (2005, hal. 155) berpendapat bahwa “kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Untuk itu peningkatan kualitas pelayanan didukung penuh oleh penanganan keluhan yang diterapkan oleh perusahaan. Penanganan keluhan merupakan jembatan penting antara perusahaan dengan konsumen atau pelanggan yang mengajukan komplain. Dimana penanganan keluhan mampu memberikan solusi yang dapat merangkul pelanggan untuk tetap setia pada perusahaan. Menurut Timothy R.V. Foster dalam Widodo (2006, hal. 84), mengemukakan bahwa *complaint* berarti keluhan atau pengaduan konsumen kepada produsen. Keluhan itu sendiri bisa bersifat destruktif dan bisa juga konstruktif. Dengan adanya komplain, hal itu bisa memotivasi karyawan agar bekerja lebih baik lagi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anindhyta (2011) menyimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada nasabah Bank Syariah di Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Ferdyan dan Yessy (2013) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan menunjukkan

pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), Tbk. Cabang Nganjuk.



Gambar II. 3
Paradigma Penelitian

C. Hipotesis

Menurut Sugiono (2006, hal. 59) mengemukakan bahwa “hipotesis adalah sebuah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam kalimat pernyataan. Berdasarkan batasan masalah, rumusan masalah dan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis penelitian yang dirumuskan, antara lain:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.
2. Penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.
3. Kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2006, hal. 11) mengemukakan bahwa “pendekatan asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tertinggi bila dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komperatif.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur dan mengetahui baik buruknya pengakuan dalam suatu penelitian.

Tabel III.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain. (Kotler dan Keller, 2012, hal. 207)	1. <i>Repeat Purchase</i> (Pembelian berulang) 2. <i>Retention</i> (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan) 3. <i>Referalls</i> (Mereferensikan secara total esistensi perusahaan) Sumber: Kotler dan Keller (2012, hal. 57)	Skala Likert

<p>Kualitas Pelayanan</p> <p>(X₁)</p>	<p>Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (<i>excellence</i>) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. (Tjiptono, 2007, hal. 82)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Ciri-ciri (<i>Features</i>) 3. Keandalan (<i>Reliability</i>) 4. Kesesuaian (<i>Conformance</i>) 5. Daya tahan (<i>Durability</i>) 6. Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>) 7. Estetika (<i>Aesthetic</i>) 8. Persepsi (<i>Perseption</i>) <p>Sumber: Fandy Tjiptono (2008, hal. 25)</p>	<p>Skala Likert</p>
<p>Penanganan Keluhan</p> <p>(X₂)</p>	<p>Keluhan adalah ungkapan ketidakpuasan seseorang atau kekecewaan. Maka penanganan keluhan berarti suatu cara yang dihadapi perusahaan dalam menghadapi dan menangani keluhan yang berasal dari konsumen maupun pelanggan. Situasi ini dikenal dengan istilah “<i>Recovery Paradox</i>”. (Tjiptono, 2005)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empati terhadap pelanggan yang marah. 2. Kecepatan dalam penanganan keluhan. 3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan keluhan. 4. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan <p>Sumber: Tjiptono (2007, hal. 240)</p>	<p>Skala Likert</p>

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan yang berada di Jalan Sumatera No. 1, Belawan 1,

Belawan, Kota Medan, Sumatera Utara dan Terminal Penumpang Bandar Deli yang berlokasi di Jalan Pelabuhan Lama No. 1, Belawan 1, Belawan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai bulan Juli 2019 sampai dengan selesai bulan Agustus 2019. Untuk lebih jelasnya jadwal kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel III.2
Jadwal Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan																
		Juli-19				Agustus-19				Sept-19				Okt-19				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Riset Pendahuluan	■	■															
2.	Pengajuan Judul Skripsi			■														
3.	Analisa Dokumentasi Perusahaan				■	■	■											
4.	Pembagian Kuesioner dan Wawancara					■	■	■										
5.	Pengolahan Data								■	■								
6.	Penyusunan Skripsi									■	■	■						
7.	Bimbingan Skripsi												■	■	■			
8.	Sidang Meja Hijau															■		

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012, hal. 116) menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan aktif pengguna jasa Terminal Penumpang Bandar Deli milik PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero).

2. Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2012, hal. 116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh seluruh pelanggan aktif pengguna jasa Terminal Penumpang Bandar Deli milik PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) sebanyak 60 responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : Slovin (dalam Sugiyono, 2012, hal. 117)

Dimana :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = Tarif kesalahan (error) sebesar 0,10 (10%)

Berdasarkan dengan rumus di atas, maka sampel yang diperlukan yaitu berjumlah:

$$N = \frac{147}{1 + 147 (0,10)^2}$$

$$N = \frac{147}{1 + 147 (0,01)}$$

$$N = \frac{147}{1 + 1,47}$$

$$N = \frac{147}{2,47}$$

$$N = 59,5 = 60$$

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2012, hal. 162) menyatakan, *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini memiliki kriteria berusia ≥ 20 tahun dan lama menjadi pelanggan selama lebih dari 2 tahun. Berdasarkan rumus Slovin di atas, dengan jumlah pelanggan sebanyak 147 orang, maka telah didapatkan hasil perhitungan untuk sampel penelitian ini yaitu sebanyak 60 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian merupakan cara untuk mengumpulkan data-data yang relevan bagi peneliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan dengan cara:

1. Studi Dokumentasi

Peneliti menggunakan data yang berasal dari laporan perkembangan dan pencapaian perusahaan agar dapat menilai dan meneliti data-data histori pada tahun sebelumnya.

2. Wawancara (*Interview*)

Metode yang dilakukan dengan cara melakukan sesi tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden untuk mengetahui sesuatu secara mendalam mengenai variabel yang diteliti.

3. Angket/kuesioner

Peneliti memberikan daftar pertanyaan (*questioner*) kepada responden. Daftar pertanyaan atau *questioner* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis yang berkaitan tentang kualitas pelayanan dan penanganan keluhan kepada responden untuk nantinya dijawab dengan menggunakan *skala likert* dalam bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai lima opsi yaitu :

Tabel III.3
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 132)

Skala likert dirancang oleh Likert yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Skala pengukuran dengan opsi pilihan jawaban sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju bertujuan untuk menunjukkan keakraban, intensitas atau frekuensi atas jawaban responden dari pertanyaan atau pernyataan melalui variabel yang diteliti, sehingga dengan adanya opsi di atas maka penulis dapat mengukur bagaimana penilaian loyalitas pelanggan Terminal Penumpang Bandar Deli pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.

Agar hasil *questioner* ini dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data, maka harus melewati uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrumen benar atau *valid* maka hasil pengukuran kemungkinan adalah benar.

Dalam ilmu eksakta, alat ukur seperti neraca adalah alat untuk mengukur berat, sedangkan termometer adalah alat untuk mengukur suhu. Dalam ilmu sosial, sulit untuk mencari alat ukur standar seperti alat ukur ilmu eksakta tersebut. Maka peneliti merancang sendiri alat ukur instrumen berupa pertanyaan yang berhubungan dengan persepsi responden. Poin pertanyaan disusun dengan berdasarkan pada kriteria yang dirujuk dari teori, sehingga dapat menghasilkan instrumen yang benar dan rasional.

Apabila instrumen sudah disusun, kemudian instrumen tersebut disebarkan kepada responden. Setelah instrumen dikembalikan, maka dapat dilakukan pengujian validitas secara statistik yang dapat digunakan adalah korelasi. Rumus korelasi yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 284)

Dimana :

r = Korelasi

n = Banyaknya pasangan pengamatan

$(\sum x_i)$ = Jumlah pengamatan variabel x

$(\sum y_i)$ = Jumlah pengamatan variabel y

$(\sum x_i^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel x

$(\sum y_i^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel y

$(\sum x_i)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel x

$(\sum y_i)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel y

$\sum x_i y_i$ = Jumlah hasil kali variabel x dan y

Kriteria Uji Validitas :

- a. Jika nilai $\text{sig} < \alpha 0,05$, maka suatu instrumen yang di uji korelasinya adalah *valid*.
- b. Jika nilai $\text{sig} > \alpha 0,05$, maka suatu instrumen yang di uji korelasinya adalah tidak *valid*.

Tabel III.4
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y), Kualitas Pelayanan (X₁), dan Penanganan Keluhan (X₂)

Variabel	Item Pernyataan	Nilai Korelasi	r-tabel	Signifikansi	Keterangan
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1	0,667	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	Y2	0,399	0,254	0,002 < 0,05	Valid
	Y3	0,663	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	Y4	0,780	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	Y5	0,580	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	Y6	0,869	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	Y7	0,916	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	Y8	0,413	0,254	0,001 < 0,05	Valid
	Y9	0,842	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	Y10	0,291	0,254	0,024 < 0,05	Valid
Kualitas Pelayanan X ₁	X1	0,771	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X2	0,712	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X3	0,691	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X4	0,803	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X5	0,925	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X6	0,903	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X7	0,894	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X8	0,712	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X9	0,868	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X10	0,910	0,254	0,000 < 0,05	Valid
Penanganan Keluhan X ₂	X1	0,852	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X2	0,835	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X3	0,779	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X4	0,710	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X5	0,517	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X6	0,736	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X7	0,864	0,254	0,000 < 0,05	Valid

	X8	0,884	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X9	0,807	0,254	0,000 < 0,05	Valid
	X10	0,816	0,254	0,000 < 0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas data dengan menggunakan SPSS versi 21.00, maka dapat dilihat bahwa angka korelasi bernilai positif dan nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pernyataan dalam penelitian ini adalah valid dan layak digunakan sebagai penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti keterpercayaan dan kehandalan atau kestabilan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian tersebut merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya, maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Untuk menghitung reliabilitas *questioner* ini, digunakan rumus *Croanbach Alpha*, yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Sumber : Azuar Juliandi dan Irfan (2015, hal. 86)

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas yang dicapai

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah *varians* butir

σ^2 = *Varians* total

Dalam menetapkan reliabilitas atau tidaknya butir pernyataan, didasarkan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) $> 0,6$ maka instrumen dinyatakan *reliabel* (terpercaya).
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) $< 0,6$ maka instrumen tidak *reliabel* (tidak terpercaya).

Tabel III.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan dan Loyalitas Pelanggan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,944	10	Reliabel
Penanganan Keluhan	0,930	10	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,857	10	Reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Berdasarkan tabel di atas, hasil *outout* SPSS diketahui variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,944 > 0,6$ kemudian variabel Penanganan Keluhan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,930 > 0,6$ dan variabel Loyalitas Pelanggan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,857 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang diajukan dikatakan reliabel dan layak digunakan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Metode penelitian kuantitatif asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih dan menguji hubungan beberapa variabel serta menganalisis data dengan perhitungan angka-angka. Kesimpulan dari pengujian tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan rumus-rumus yang terdapat di bawah ini:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linier antar beberapa variabel yang biasa disebut X_1 , X_2 , X_3 dan seterusnya dengan variabel terikat yang disebut Y . Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 +$$

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 217)

Dimana :

Y = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Penanganan Keluhan

b_1 dan b_2 adalah besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ikhsan, dkk (2014, hal. 185) untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan dalam melakukan analisis terjadi penyimpangan klasik, maka digunakan tiga model klasik untuk mendeteksi data ada tidaknya penyimpangan klasik tersebut. Adapun diantara ketiga model yang diuraikan di atas adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel *dependent* dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antara variabel bebas, maka terjadi multikolinieritas, demikian juga sebaliknya. Dalam penelitian ini multikolinieritas menggunakan *tolerance* dan VIF (*Varians Information Factor*).

Kriteria pengujian yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai VIF disekitar angka 1 atau memiliki toleransi mendekati 1 maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.
- 2) Jika koefisien antara variabel bebas kurang dari 0,10 maka menunjukkan adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaknyamanan variasi dari sisa (*residual*) pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap. Jika variasi *residual* dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika variasi *residual* berbeda, maka disebut heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik (poin-poin) menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi

Heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis t ini adalah :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Sumber: Sugiyono (2012, hal. 250)

Dimana :

t = Nilai t_{hitung} , yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

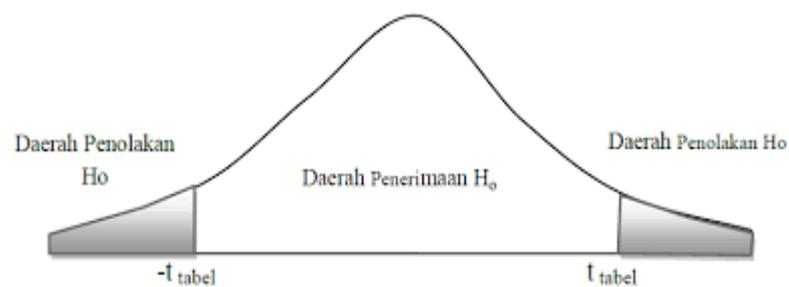
r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Kriteria penarikan kesimpulan secara manual adalah :

- 1) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan kriteria pengujian hipotesis uji t, yaitu sebagai berikut :



Gambar III. 1
Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

b. Uji F (Simultan)

Untuk menguji signifikan koefisien korelasi berganda, digunakan uji F dengan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 257)

Dimana :

F_h = Nilai F_{hitung}

R = Koefisien korelasi berganda

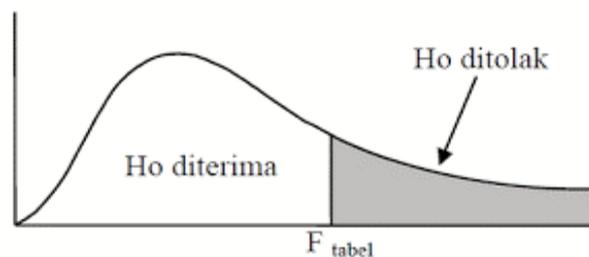
K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria penarikan kesimpulan secara manual adalah :

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan menggunakan kriteria pengujian hipotesis uji F sebagai berikut :



Gambar III. 2
Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai atau garis regresi dengan data sampel. Koefisien determinasi adalah kemampuan variabel (X_1 dan X_2) terhadap variabel (Y). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y . Dalam hal ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 264)

Dimana :

D = Koefisien determinasi

R = Koefisien variabel kualitas pelayanan, penanganan keluhan dan loyalitas pelanggan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah kuesioner dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1), 10 pernyataan untuk variabel Penanganan Keluhan (X_2), dan 10 pernyataan untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Kuesioner tersebut diberikan kepada 60 pelanggan aktif yang menggunakan jasa Terminal Bandar Deli dengan kriteria khusus yang sesuai untuk data penelitian.

a. Identitas Responden

Identitas responden yang dapat dideskripsikan dalam bagian ini adalah tentang jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan lama menjadi pelanggan, adalah sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	28	46,7	46,7	46,7
Perempuan	32	53,3	53,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang atau 46,7% dari 60 orang responden, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 32 orang atau 53,3% dari 60 orang responden. Hal ini memperlihatkan pelanggan atau penumpang yang sesuai dengan kriteria penelitian didominasi oleh perempuan.

2) Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.2
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29 tahun	18	30,0	30,0	30,0
	30-39 tahun	21	35,0	35,0	65,0
	40-49 tahun	12	20,0	20,0	85,0
	> 50 tahun	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden dengan usia 30-39 tahun sebanyak 21 orang atau 35% dari 60 orang responden, responden dengan usia 20-29 tahun sebanyak 18 orang atau 30% dari 60 responden, responden dengan usia 40-49 tahun sebanyak 12 orang atau 20% dari 60 responden dan responden dengan usia > 50 tahun sebanyak 9 orang atau 15% dari total 60 responden. Hal ini menunjukkan pelanggan Terminal Bandar Deli yang sesuai dengan kriteria data penelitian didominasi oleh usia 30-39 tahun.

3) Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	22	36,7	36,7	36,7
	Diploma	11	18,3	18,3	55,0
	Sarjana	15	25,0	25,0	80,0
	Lainnya	12	20,0	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden dengan pendidikan SMA/SMK sebanyak 22 orang atau 36,7% dari 60 responden, responden dengan pendidikan Sarjana sebanyak 15 orang atau 25% dari 60 orang, kemudian responden dengan pendidikan terakhir Diploma sebanyak 11 orang atau 18,3% dari total 60 responden dan responden dengan pendidikan lainnya sebanyak 12 orang atau 20% dari 60 responden. Hal ini menunjukkan pelanggan Terminal Bandar Deli yang sesuai dengan kriteria data penelitian didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK.

4) Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.4

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	20	33,3	33,3	33,3
	PNS	4	6,7	6,7	40,0
	Karyawan	11	18,3	18,3	58,3
	Mahasiswa	12	20,0	20,0	78,3
	Lainnya	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan profesi sebagai Wiraswasta sebanyak 20 orang atau 33,3% dari 60 orang responden, responden dengan profesi Lainnya berjumlah 13 orang atau 21,7% dari 60 orang responden, responden dengan profesi sebagai Mahasiswa sebanyak 12 orang atau 20% dari 60 orang responden, dan responden dengan profesi Karyawan sebanyak 11 orang atau 18,3% dari 60 orang responden. Hal ini menunjukkan pelanggan Terminal Bandar Deli yang sesuai dengan kriteria data penelitian didominasi oleh responden dengan pekerjaan Wiraswasta.

5) Berdasarkan Lama Berlangganan

Karakteristik responden berdasarkan lama waktu menjadi pelanggan Terminal Bandar Deli dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.5
Distribusi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan
Lama Berlangganan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 tahun	17	28,3	28,3	28,3
	3-4 tahun	37	61,7	61,7	90,0
	> 5 tahun	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan waktu berlangganan 3-4 tahun sebanyak 37 orang atau 61,7% dari 60 responden, kemudian responden yang sudah berlangganan selama 2 tahun sebanyak 17 orang atau 28,3% dan responden yang berlangganan selama lebih dari 5 tahun (>5 tahun) sebanyak 6 orang atau 10%. Hal ini menunjukkan pelanggan Terminal Bandar Deli yang sesuai dengan kriteria data penelitian didominasi oleh responden dengan 3-4 tahun berlangganan.

b. Analisis Variabel Penelitian

Kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner pilihan, dimana setiap item pernyataan disediakan 5 (lima) pilihan jawaban terkait pernyataan *favorable* dan pernyataan *unfavorable* di Terminal Penumpang Bandar Deli. Dalam penelitian ini jawaban yang diberikan oleh responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala likert dalam bentuk *checklist*.

Tabel IV.6
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 132)

Berikut ini adalah hasil jawaban responden mengenai variabel-variabel pernyataan yang menjadi bahan penelitian:

a) Kualitas Pelayanan

Tabel IV.7
Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan

No. Item	Jawaban										Jumlah	
	SS		S		KS		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	6	10	31	51,7	18	30	2	3,3	3	5	60	100
2	5	8,3	6	10	8	13,3	19	31,7	22	36,7	60	100
3	5	8,3	37	61,7	13	21,7	2	3,3	3	5	60	100
4	4	6,7	42	70	5	8,3	2	3,3	3	5	60	100
5	7	11,7	29	48,3	14	23,3	3	5	7	11,7	60	100
6	6	10	34	56,7	11	18,3	2	3,3	7	11,7	60	100
7	6	10	35	58,3	8	13,3	3	5	8	13,3	60	100
8	5	8,3	5	8,3	9	15	19	31,7	22	36,7	60	100
9	4	6,7	35	58,3	11	18,3	2	3,3	8	13,3	60	100
10	7	11,7	32	53,3	13	21,7	1	1,7	7	11,7	60	100

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa jawaban responden atas pernyataan variabel Kualitas Pelayanan Terminal Bandar Deli cukup bervariasi. Berikut penjelasan secara rinci mengenai data pada tabel di atas:

- 1) Untuk jawaban pernyataan kurang tanggapnya petugas keamanan baik di luar maupun di dalam Terminal Penumpang Bandar Deli, responden

yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 18 orang (30%), yang menjawab Setuju sebanyak 31 orang (51,7%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%) dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 6 orang (10%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 31 orang (51,7%) dari 60 responden.

- 2) Untuk jawaban pernyataan petugas ataupun staf kurang ramah terhadap penumpang dan kurang memperhatikan keinginan serta kebutuhan penumpang, responden yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 8 orang (13,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 19 orang (31,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 6 orang (10%), yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 5 orang (8,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 22 orang (36,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden yang memilih jawaban Sangat Tidak Setuju sebanyak 22 orang (36,7%) dari 60 responden.
- 3) Untuk jawaban pernyataan fasilitas ATM belum tersedia sehingga penumpang kesulitan melakukan tarik tunai dan jaringan Wi-Fi untuk penumpang belum tersedia, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Setuju sebanyak 37 orang (61,7%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 37 orang (61,7%) dari 60 responden.

- 4) Untuk jawaban pernyataan luas terminal, fasilitas interior dan ruangan yang di desain khusus *non-smoking* membuat penumpang merasa nyaman, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 42 orang (70%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%), mayoritas responden yang memilih jawaban Setuju sebanyak 42 orang (70%) dari 60 responden.
- 5) Untuk jawaban pernyataan keberadaan stop kontak yang terbatas dan berjauhan dari kursi ruang tunggu penumpang membuat penumpang kesulitan mengisi daya baterai *gadget* yang dibawa, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 7 orang (11,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 29 orang (48,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 14 orang (23,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (11,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Sangat Setuju sebanyak 29 orang (48,3%) dari 60 responden.
- 6) Untuk jawaban pernyataan akses jalan umum menuju Terminal Bandar Deli yang terbatas dan area parkir yang kurang luas membuat suasana keberangkatan dan kedatangan penumpang kurang kondusif, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 6 orang (10%), yang menjawab Setuju sebanyak 34 orang (56,7%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 11 orang (18,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%), dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 6

orang (11,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 34 orang (56,7%) dari 60 responden.

- 7) Untuk jawaban pernyataan kurangnya informasi yang dimiliki petugas atau karyawan membuat penumpang sulit mendapat jawaban pasti terkait segala hal yang menyangkut Terminal Bandar Deli, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 6 orang (10%), yang menjawab Setuju sebanyak 35 orang (58,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 8 orang (13,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (13,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 35 orang (58,3%) dari 60 responden.
- 8) Untuk jawaban pernyataan kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu penumpang membuat penumpang merasa nyaman, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 9 orang (15%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 19 orang (31,7%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 22 orang (36,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Sangat Tidak Setuju sebanyak 22 orang (36,7%) dari 60 responden.
- 9) Untuk jawaban pernyataan belum tersedianya *automatic gate* membuat penumpang kesulitan untuk membuka pintu masuk ketika membawa banyak barang, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 35 orang (58,3%) dan yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 11 orang (18,3%), yang menjawab Tidak

Setuju sebanyak 1 orang (1,7%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (13,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 35 orang (58,3%) dari 60 responden

- 10) Untuk jawaban pernyataan pihak Terminal Bandar Deli selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 7 orang (11,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 32 orang (53,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 13 orang (21,7%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 orang (1,7%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (11,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 32 orang (53,5%) dari 60 responden.

Berdasarkan seluruh hasil jawaban responden diatas, terdapat 7 butir pernyataan yang memiliki jawaban Setuju, 2 butir pernyataan Sangat Tidak Setuju dan 1 butir pernyataan Sangat Setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab Setuju pada butir pernyataan yang mendukung dan pernyataan yang tidak mendukung mengenai Kualitas Pelayanan yang diterapkan pihak Terminal Bandar Deli untuk menjaga loyalitas pelanggannya.

Tabel IV.8
Hasil Jawaban Responden Penanganan Keluhan

No. Item	Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	5	18	30	30	50	3	5	6	10	60	100
2	4	6,7	24	40	24	40	2	3,3	6	10	60	100
3	4	6,7	24	40	22	36,7	2	3,3	8	13,3	60	100
4	0	0	13	21,7	35	58,3	5	8,3	7	11,7	60	100
5	0	0	4	6,7	9	15	25	41,7	22	36,7	60	100
6	0	0	21	35	24	40	7	11,7	8	13,3	60	100
7	4	6,7	34	56,7	10	16,7	5	8,3	7	11,7	60	100
8	4	6,7	21	35	23	38,3	6	10	6	10	60	100
9	4	6,7	28	46,7	20	33,3	4	6,7	4	6,7	60	100
10	5	8,3	27	45	19	31,7	5	8,3	4	6,7	60	100

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

- a) Untuk jawaban pernyataan pihak terminal menjalankan peran *costumer service* dengan sangat baik dan efektif, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 3 orang (5%), yang menjawab Setuju sebanyak 18 orang (30%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 30 orang (50%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 orang (10%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Kurang Setuju sebanyak 30 orang (50%) dari 60 responden.
- b) Untuk jawaban pernyataan layanan interaktif *costumer service* (baik *online* maupun *offline*) untuk keluhan pelanggan selalu ditanggapi dengan cepat, ramah dan bijak, yang menjawab Setuju dan Kurang Setuju sebanyak 24 orang (40%), yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 orang (10%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih

jawaban Setuju dan Kurang Setuju sebanyak 24 orang (40%) dari 60 responden.

- c) Untuk jawaban pernyataan pihak terminal tidak memberikan solusi yang membingungkan ketika penumpang mengeluh mengenai kinerja staf dan fasilitas yang kurang nyaman, yang menjawab Setuju sebanyak 24 orang (40%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 22 orang (36,7%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (13,3%), yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (6,7%) dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 24 orang (40%) dari 60 responden.
- d) Untuk jawaban pernyataan pelanggan merasa senang dengan penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak terminal terkait masalah fasilitas ruangan terminal maupun sistem keamanannya, yang menjawab Setuju sebanyak 13 orang (21,7%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 35 orang (58,3%), yang Tidak Setuju sebanyak 5 orang (8,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (11,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Kurang Setuju sebanyak 35 orang (58,3%) dari 60 responden.
- e) Untuk jawaban pernyataan pihak layanan keluhan pelanggan segera menangani keluhan penumpang dan menyelesaikannya dengan cepat, yang menjawab Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 9 orang (15%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 25 orang (41,7%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju

sebanyak 22 orang (36,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Tidak Setuju sebanyak 25 orang (41,7%) dari 60 responden.

- f) Untuk jawaban pernyataan pihak terminal meminta maaf terlebih dahulu ketika pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan yang kurang memuaskan, yang menjawab Setuju sebanyak 21 orang (35%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 24 orang (40%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 7 orang (11,7%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (13,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Kurang Setuju sebanyak 24 orang (40%) dari 60 responden.
- g) Untuk jawaban pernyataan pemecahan masalah yang ditanggapi secara adil dan bijaksana oleh pihak terminal membuat penumpang merasa lebih baik, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 34 orang (56,7%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 10 orang (16,7%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 5 orang (8,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (11,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 34 orang (56,7%) dari 60 responden.
- h) Untuk jawaban pernyataan pihak terminal merasa bertanggung jawab dengan keluhan yang dib oleh penumpang, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 21 orang (35%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 23

orang (38,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 6 orang (10%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 orang (10%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Kurang Setuju sebanyak 23 orang (38,3%) dari 60 responden.

- i) Untuk jawaban pernyataan keluhan yang diberikan penumpang telah didengar, ditangani dan diterapkan dengan baik, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 20 orang (33,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 4 orang (6,7%), yang menjawab Setuju sebanyak 28 orang (46,7%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang (6,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 28 orang (46,7%) dari 60 responden.
- j) Untuk jawaban pernyataan pihak terminal mencatat beberapa keluhan yang diberikan penumpang agar menjadi pertimbangan kebijakan perusahaan selanjutnya, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Setuju sebanyak 27 orang (45%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 19 orang (31,7%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 5 orang (8,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang (6,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 27 orang (45%) dari 60 responden.

Berdasarkan seluruh hasil jawaban responden diatas, dapat dilihat berbagai penilaian yang variatif dari 60 responden. Terdapat 5 butir pernyataan yang memiliki jawaban Setuju, 3 butir pernyataan Kurang Setuju

dan 2 butir pernyataan Tidak Setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab Setuju pada butir pernyataan yang mendukung dan pernyataan yang tidak mendukung mengenai Penanganan Keluhan yang diterapkan pihak Terminal Bandar Deli untuk menjaga loyalitas pelanggannya.

Tabel IV.9
Hasil Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan

Jawaban												
No. Item	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	29	48,3	26	43,3	2	3,3	3	5	60	100
2	0	0	11	18,3	7	11,7	32	53,3	10	16,7	60	100
3	0	0	36	60	19	31,7	2	3,3	3	5	60	100
4	0	0	43	71,7	7	11,7	2	3,3	8	13,3	60	100
5	0	0	2	3,3	14	23,3	36	60	8	13,3	60	100
6	0	0	34	56,7	17	28,3	2	3,3	7	11,7	60	100
7	0	0	44	73,3	5	8,3	3	5	8	13,3	60	100
8	0	0	0	0	6	10	25	41,7	29	48,3	60	100
9	0	0	39	65	10	16,7	2	3,3	9	15	60	100
10	0	0	0	0	3	5	23	38,3	34	56,7	60	100

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

- a) Untuk jawaban pernyataan kesetiaan pelanggan menggunakan transportasi laut karena pelayanan Terminal Bandar Deli sangat baik daripada penyedia jasa maskapai transportasi lain, yang menjawab Setuju sebanyak 29 orang (48,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 26 orang (43,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 29 orang (48,3%) dari 60 responden.
- b) Untuk jawaban pernyataan pelanggan selalu memilih menggunakan transportasi laut karena Terminal Bandar Deli memiliki kualitas pelayanan

dan kinerja staf yang baik, yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 32 orang (53,3%), yang menjawab Setuju sebanyak 11 orang (18,3%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 10 orang (16,7%), dan yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 7 orang (11,7%) dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 6 orang (10%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Tidak Setuju sebanyak 32 orang (53,3%) dari 60 responden.

- c) Untuk jawaban pernyataan pelanggan merasa senang karena kualitas pelayanan dan sistem penanganan keluhan yang disarankan dapat diterapkan untuk kemajuan Terminal Bandar Deli yang lebih baik lagi, yang menjawab Setuju sebanyak 36 orang (60%), yang menjawab Sangat Setuju dan Kurang Setuju sebanyak 19 orang (31,7%) dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 36 orang (60%) dari 60 responden.
- d) Untuk jawaban pernyataan semua petugas Terminal Bandar Deli memberikan perhatian sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan, yang menjawab Setuju sebanyak 43 orang (71,7%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (13,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 7 orang (11,7%) dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 43 orang (71,7%) dari 60 responden.

- e) Untuk jawaban pernyataan pelanggan tidak ingin beralih menggunakan jasa maskapai transportasi lain, yang menjawab Setuju sebanyak 2 orang (3,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 14 orang (23,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 36 orang (60%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (11,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Tidak Setuju sebanyak 36 orang (60%) dari 60 responden.
- f) Untuk jawaban pernyataan pihak terminal memberikan solusi dan kompensasi jika pelanggan merasa dirugikan, yang menjawab Setuju sebanyak 34 orang (56,7%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (11,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 34 orang (56,7%) dari 60 responden.
- g) Untuk jawaban pernyataan Terminal Bandar Deli memperlakukan para pelanggannya secara istimewa, yang menjawab Setuju sebanyak 44 orang (73,3%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 5 orang (8,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (13,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 44 orang (73,3%) dari 60 responden.
- h) Untuk jawaban pernyataan keluhan dan pertanyaan yang disampaikan pelanggan selalu ditanggapi dengan cepat sehingga pelanggan

menganggap Terminal Bandar Deli adalah jasa maskapai transportasi terbaik, yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 6 orang (10%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 25 orang (41,7%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 29 orang (48,3%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Sangat Tidak Setuju sebanyak 29 orang (48,3%) dari 60 responden.

- i) Untuk jawaban pernyataan pelanggan mempertimbangkan pilihan untuk menggunakan jasa transportasi lain, yang menjawab Setuju sebanyak 39 orang (65%), yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 10 orang (16,7%) dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 9 orang (15%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Setuju sebanyak 39 orang (65%) dari 60 responden.

- j) Untuk jawaban pernyataan pelanggan merekomendasikan Terminal Penumpang Bandar Deli sebagai maskapai pelayanan transportasi laut terbaik di Sumatera Utara, yang menjawab Kurang Setuju sebanyak 3 orang (5%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 23 orang (38,3%), yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 23 orang (38,3%) dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 34 orang (56,7%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memilih jawaban Sangat Tidak Setuju sebanyak 34 orang (56,7%) dari 60 responden.

Berdasarkan seluruh hasil jawaban responden diatas, dapat dilihat berbagai penilaian yang variatif dari 60 responden. Terdapat 6 butir

pernyataan yang memiliki jawaban Setuju, 2 butir pernyataan Tidak Setuju dan 2 butir pernyataan Sangat Tidak Setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab Setuju pada butir pernyataan yang mendukung dan pernyataan yang tidak mendukung mengenai Loyalitas Pelanggan Terminal Penumpang Bandar Deli.

2. Uji Asumsi Klasik

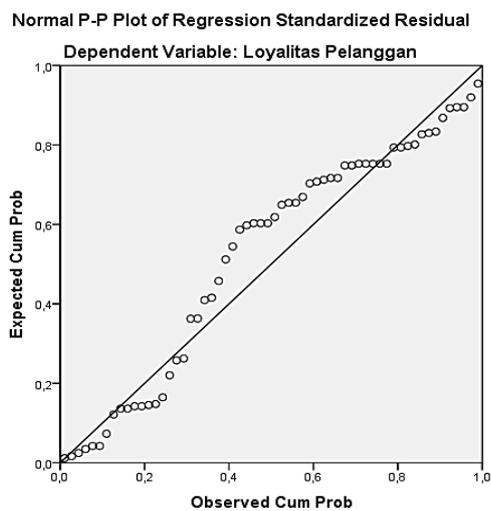
Uji asumsi klasik bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik. Jika model adalah model yang baik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis (Juliandi A. , 2015, hal. 160). Ada beberapa pengujian asumsi klasik yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Uji Normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu apabila mengikuti garis diagonal dan menyebar di sekitar garis normal tersebut. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

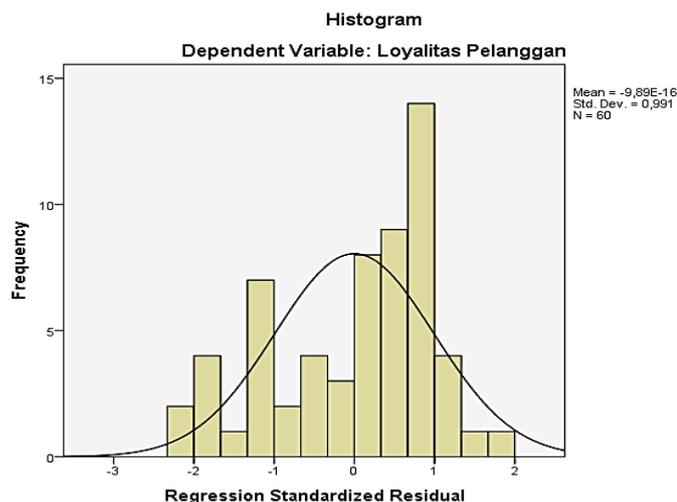
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Gambar IV.1
Uji Normalitas

Dari gambar hasil uji *P-P Plot of Regression Standardized Residual* di atas dapat dilihat bahwa model regresi bersifat normal dengan data mengikuti garis diagonal dan menyebar di sekitar titik garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Gambar IV.2
Histogram Uji Normalitas

Hasil pengujian data histogram di atas menunjukkan bahwa data telah berdistribusi secara normal dimana gambar histogram memiliki garis kurva membentuk lonceng dengan grafik seimbang yang berada di tengah

b. Uji Heteroskedastisitas

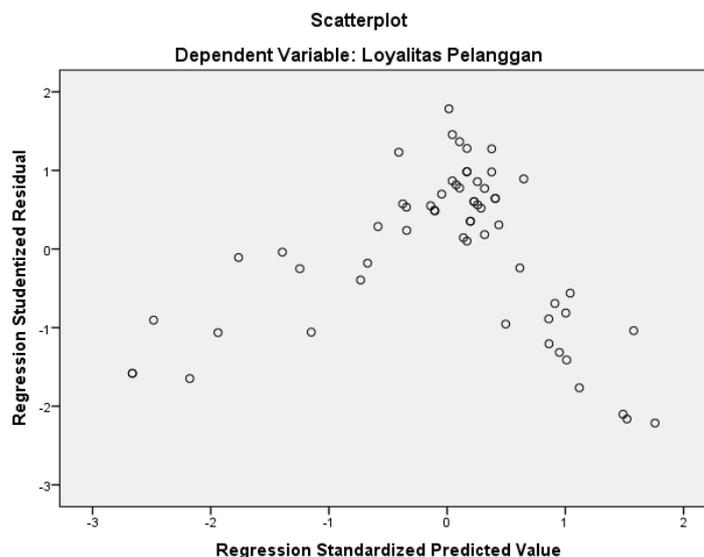
Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada kumpulan titik-titik yang membentuk pola tertentu yang beraturan (bergelombang, lurus, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat melalui gambar berikut.



Sumber: Pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Gambar IV.3
Uji Heteroskedastisitas

Gambar *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, artinya variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi yang kuat antara variabel independen, dimana antara variabel independen tidak boleh saling berkorelasi secara kuat atau tidak terjadi multikolinearitas.

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 dan nilai *tolerance* $< 0,1$, maka terjadi masalah multikolinearitas.
- 2) Jika VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	9,210	1,884		,000		
	Kualitas Pelayanan	,433	,070	,668	,000	,494	2,024
	Penanganan Keluhan	,147	,081	,196	,075	,494	2,024

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Berdasarkan tabel Uji Multikolinieritas di atas dapat dilihat bahwa angka *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 antara lain yaitu variabel Kualitas Pelayanan $2,024 < 10$ dan Penanganan Keluhan $2,024 < 10$. Kemudian nilai *Tolerance* Kualitas Pelayanan $0,494 > 0,1$ dan Penanganan Keluhan $0,494 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terbebas dari multikolinearitas.

3. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda memerlukan pengujian secara serentak dengan menggunakan F hitung. Signifikansi ditentukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel atau melihat signifikansi pada *output* SPSS.

Teknik analisis data pada analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan rumus persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Tabel IV.11
Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,210	1,884		4,890	,000
	Kualitas Pelayanan	,433	,070	,668	6,176	,000
	Penanganan Keluhan	,147	,081	,196	1,813	,075

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Persamaan regresi linier diperoleh $Y = 9,210 + 0,433X_1 + 0,147X_2$.

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah:

- a. Nilai $a = 9,21$ menunjukkan apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan bernilai nol, maka Loyalitas Pelanggan sebesar 9,21 atau dapat dikatakan bahwa Loyalitas Pelanggan tetap bernilai 9,21 apabila tidak dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan.

- b. Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,433 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan maka akan diikuti oleh kenaikan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,433 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- c. Penanganan Keluhan (X_2) sebesar 0,147 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan Penanganan Keluhan maka akan diikuti oleh kenaikan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,147 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	9,210	1,884		4,890	,000
	Kualitas Pelayanan	,433	,070	,668	6,176	,000
	Penanganan Keluhan	,147	,081	,196	1,813	,075

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$ dengan nilai t_{tabel} $n-k = 60-2 = 58$ adalah 2,002 Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat uji hipotesis dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan pengolahan data pada tabel di atas diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} : 6,176$$

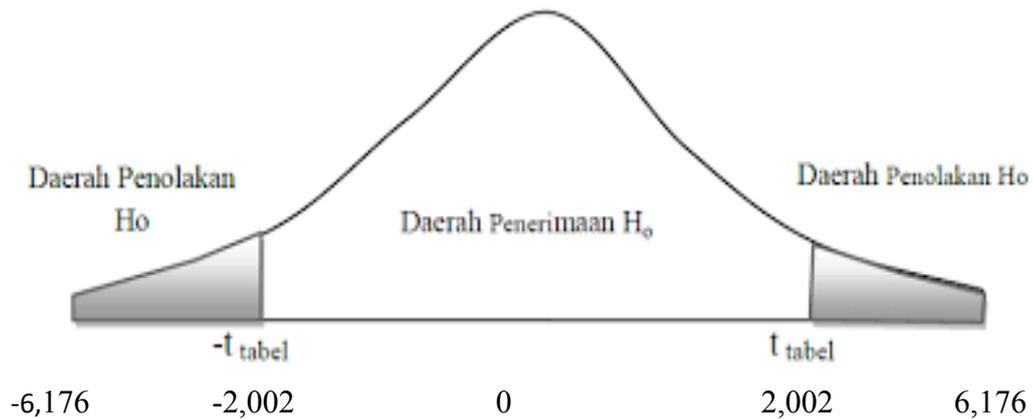
$$t_{tabel} : 2,002$$

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika : $-2,002 \leq t_{hitung} \leq 2,002$ pada $\alpha = 5\%$ dan $df = 58$

H_0 ditolak jika : $t_{hitung} > 2,002$ atau $-t_{hitung} < -2,002$

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai $t_{hitung} 6,176 > t_{tabel} 2,002$ dan mempunyai angka signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan.



Sumber : Data Diolah SPSS 21.00 (2019)

Gambar IV.4

Kriteria Pengujian Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

2) Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel Penanganan Keluhan secara parsial mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan pengolahan data pada tabel di atas diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} : 1,813$$

$$t_{tabel} : 2,002$$

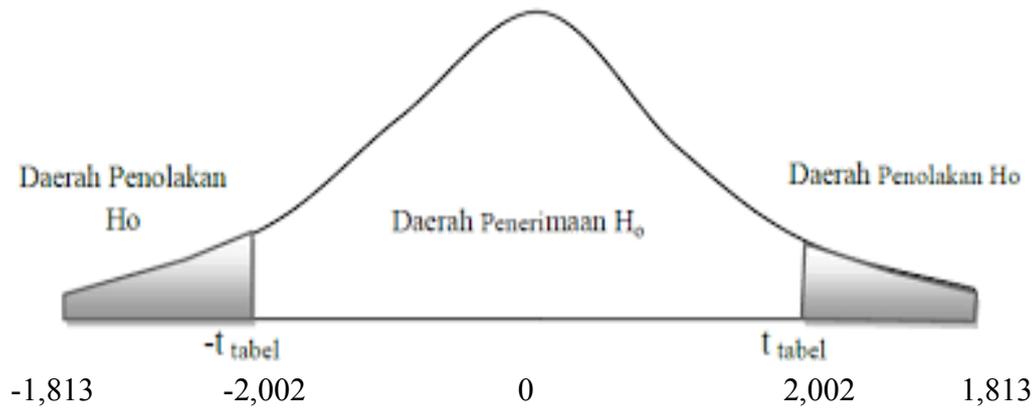
Kriteria pengambilan keputusan:

$$H_0 \text{ diterima jika : } -2,002 \leq t_{hitung} \leq 2,002 \text{ pada } \alpha = 5\% \text{ dan } df = 58$$

$$H_0 \text{ ditolak jika : } t_{hitung} > 2,002 \text{ atau } -t_{hitung} < -2,002$$

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai $t_{hitung} 1,813 < t_{tabel} 2,002$ dan mempunyai angka signifikan $0,075 > 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara

Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.



Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22.00 (2019)

Gambar IV.5
Kriteria Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian menggunakan *confidence interval* atau level pengujian hipotesis 5%. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1370,740	2	685,370	58,055	,000 ^b
	Residual	672,910	57	11,805		
	Total	2043,650	59			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

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

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Dari hasil pengolahan data pada tabel tersebut, maka diperoleh data sebagai berikut:

$$F_{hitung} : 58,055$$

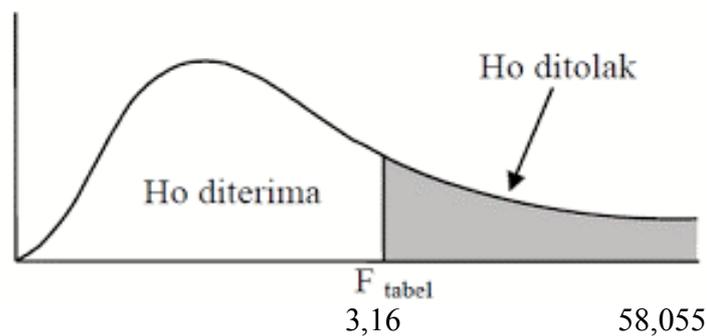
$$F_{tabel} : 3,16$$

Kriteria pengambilan keputusan:

$$H_0 \text{ ditolak jika : } F_{hitung} > 3,16 \text{ atau } -F_{hitung} < -3,16$$

$$H_0 \text{ diterima jika : } -3,16 \leq t_{hitung} \leq 3,16 \text{ pada } \alpha = 5\% \text{ dan } df = 57$$

Berdasarkan hasil uji F pada tabel IV.15 maka nilai F_{hitung} 58,055 sementara nilai F_{tabel} 3,16 berdasarkan $dk = n-k-1 = 57$ ($dk = 60-2-1 = 57$) dengan tingkat signifikan sebesar 5% adalah 3,16. Jadi $F_{hitung} 58,055 > F_{tabel} 3,16$. Kemudian dilihat dengan hasil nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil perhitungan SPSS di atas menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Gambar IV.6

Kriteria Pengujian Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui jumlah besaran persentase dari variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat nilai dari koefisien determinasi ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.14
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,671	,659	3,43590

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21.00 (2019)

Berdasarkan hasil output SPSS dapat diketahui hasil koefisien yang diperoleh sebesar 0,671 atau 67,1%. Dari nilai *R square* tersebut dapat disimpulkan sekitar 67,1% variabel loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan (X_2). Sisanya 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian yang dilakukan secara individual (parsial) dengan menggunakan uji-t, maka pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan diperoleh nilai $t_{hitung} 6,176 > t_{tabel} 2,002$ dan angka signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Terminal Penumpang Bandar Deli pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.

Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pihak terminal penumpang maka nilai loyalitas yang diperoleh akan lebih tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002), yakni loyalitas pelanggan terhadap perusahaan jasa didukung dengan elemen utama berupa kualitas pelayanan yang baik.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Radiman, dkk (2018) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kepuasan dan loyalitas mahasiswa di beberapa universitas islam di kota Medan. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anindhya (2011) yang menyatakan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdyan dan Yessy (2013) yang

menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Nganjuk.

2. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara individual (parsial), maka pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai $t_{hitung} 1,813 < t_{tabel} 2,002$ dan angka signifikan yaitu $0,075 > 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan tetapi terdapat hubungan yang positif antara variabel Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.

Hal ini menunjukkan sebaik apapun penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak terminal belum tentu membuat nasabah menjadi loyal, penyebabnya karena pertimbangan lain bagi pelanggan untuk menggunakan transportasi laut, Terminal Penumpang Bandar Deli sudah memiliki citra yang baik dan pelanggan yang memakai jasa terminal hanya bisa menggunakan transportasi laut sebagai transportasi antar pulau dikarenakan faktor tertentu. Menurut kajian teori, jika penanganan keluhan yang efektif dilakukan, hal itu membuat pelanggan semakin percaya kepada perusahaan dan variabel penanganan keluhan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti yang dikemukakan Zikmund dalam Vanessa (2007, hal. 72) bahwa penanganan keluhan (*complaint handling*) yang baik mampu mempererat hubungan antara pelanggan dengan perusahaan secara emosional dimana pelanggan merasa saran maupun kritik

yang diberikan mampu didengar dan diterapkan oleh perusahaan sehingga pelanggan merasa keinginan dan harapannya terpenuhi.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Juan Soleman dkk (2015) yang mengemukakan bahwa penanganan keluhan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Otomoto Manado. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdyan dan Yessy (2013) yang menyatakan penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Nganjuk. Namun hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yessy dan Lestari (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anindhyta (2011) yang menyatakan variabel penanganan keluhan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan, maka pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai $F_{hitung} 58,055 > F_{tabel} 3,16$ dan angka signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia I

(Persero) Medan Cabang Belawan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Heri Suchaeri (2012) bahwa pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar mengimbangi harapan pada perusahaan jasa antara lain kenyamanan dan keamanan. Dimana para pelanggan dapat melakukan kontak secara berkala dengan pihak perusahaan. Penerapan layanan pengaduan dan penanganan keluhan yang baik menjadi kunci agar pelanggan dapat menyuarakan pemikirannya kepada perusahaan agar lebih baik. Pengaduan dan keluhan pelanggan membuka kesempatan bagi perusahaan/instansi untuk memperbaiki masalah dengan segera yang ditimbulkan dari pengaduan/keluhan masyarakat. Dengan demikian, perusahaan/instansi bisa membangun ide-ide inovasi produk, bauran pemasaran yang baik, meningkatkan pelayanan dan membangun produk/jasa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anindhyta (2011) bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada nasabah Bank Syariah di Surabaya. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdyan dan Yessy (2013) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan menunjukkan pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), Tbk. Cabang Nganjuk.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terkait kualitas pelayanan dan penanganan keluhan yang mempengaruhi nilai loyalitas pelanggan. Data histori yang penulis ambil adalah tahun 2017. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.
2. Secara parsial dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara variabel Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan.
3. Secara simultan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Terminal Penumpang Bandar Deli tampak sudah memperbaiki sistem kualitas pelayanan dengan baik dalam waktu 2 tahun. Hal ini terbukti dari kuisisioner yang telah dibagikan kepada 60 responden yang mendominasi jawaban positif terhadap kualitas pelayanan Terminal Penumpang Bandar Deli. Namun penulis menyarankan agar seluruh staf peka terhadap lingkungan sehingga tidak membiarkan sampah tergenang di atas air laut sekitar dermaga yang mencemari ekosistem laut karena dapat mengganggu estetika Terminal Penumpang Bandar Deli. Perlu dipertimbangkan lagi beberapa atribut fasilitas seperti keberadaan *automatic gate* yang sebaiknya dipasang pada pintu *lobby*, kemudian ketersediaan mesin ATM dan penambahan pendingin ruangan, ketersediaan jaringan WiFi untuk penumpang serta pertimbangan fasilitas pengisian daya baterai *gadget*.
2. Sistem penanganan keluhan di tahun 2019 sudah baik namun saran dari penulis sebaiknya pihak Terminal Bandar Deli lebih aktif untuk selalu mengikuti hal-hal terkini berupa pendekatan secara emosional kepada pelanggan melalui layanan interaktif *costumer service* dan mempertimbangkan lagi keluhan pelanggan yang kesulitan mencari mesin ATM.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan Cabang Belawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Artanti, Y., & Lestari, N. (2011). Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya). *Jurnal Dosen Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 71-85.
- Aryanti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Salon Seven O'three Hair Studio & Day Spa Bontang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(4), 1435-1446.
- Azhar, E. M., Jufrizen, Prayogi, A. M., & Sari, M. (2018). *The Role of Marketing Mix and Service Quality on Tourist Satisfaction and Loyalty at Samosir*. *Expert Journal of Marketing*, 15(2), 124-137.
- Budiarti, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya. *Jurnal Ekuitas*, 15(2), 210-231.
- Chrisna, F. C., & Artanti, Y. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Nganjuk). *Jurnal Ilmiah Universitas Negeri Surabaya*, 1(4), 1105-1116.
- Daulay, R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12 (1), 1-15.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Griffin, R. W. (2005). *Management Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 21-33.
- Haryono, B. (2013). *How to Manage Customer Voice*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hayu, R., & Wadji, F. (2015). Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr. R.M. Soedjawardi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 233-249.

- Indriyani, S., & Mardiana, S. (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan Pelanggan (*Complaint Handling*) Terhadap Kepercayaan dan Komitmen Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya* 2(1), 9-18.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU PRESS.
- Kaihatu, T. (2019). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kaihatu, T., Daengs, A., & Indrianto, A. L., (2015). *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laili, N. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware. *Jurnal Dosen Universitas Diponegoro*, 2(1), 46-55.
- Laporan Akhir Survei Kepuasan Pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Tahun 2017 diakses pada tanggal 14 Juni 2019.
- Larasati, Y., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 10(19), 65-79.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke Empat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maudy, I., & Heppy, M. (2014). Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XL AXIATA Tbk di DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi Bisnis*, 6(2), 95-118.
- Munandar, D. (2016). *Relationship Marketing*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Mutholib, M. (2016). Pengaruh Marketing Relationship Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan Cabang Medan Baru. *Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 17(1), 12-25.
- Panduan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU diakses pada tanggal 13 Juli 2019.

- Parasuraman, A. Z., & Leonard. (1998). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Marketing*, 64(1), 12-40.
- Radiman, Jufrizen, Wahyuni, S. F., & Gunawan, A. (2018). The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Students' Satisfaction and Loyalty. *Expert Journal of Marketing*, 6(2), 95-105.
- Royan, F. (2011). *Kiat Sukses Merancang dan Mengaplikasikan Marketing Plan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Soleman, J., Mandey, S. L., & Mohinarapon, S. (2015). Pengaruh Dimensi Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Otomoto Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 194-204.
- Suchaeri, H. (2012). *Total Customer (Percepatan Laba Sepanjang Masa)*. Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (1990). *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa, Edisi ke 1*. Malang: Bayu Media Publishing.
- _____ (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Diffa Ashillah Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 23 Desember 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Sidodame no. 24A, Kecamatan Medan Timur,
Kelurahan Pulo Brayon Darat II Medan

Nama Orangtua

Nama Ayah : Dede Hendi Kosdiana
Nama Ibu : Rosmawati
Alamat : Jl. Sidodame no. 24A, Kecamatan Medan Timur,
Kelurahan Pulo Brayon Darat II Medan

Riwayat Pendidikan

1. TK Tunas Bangsa Medan : 2002-2003
2. SD Negeri 060870 Medan : 2003-2009
3. SMP Swasta Pertiwi Medan : 2009-2012
4. SMA Negeri 3 Medan : 2012-2015
5. Terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2015-2019

Demikian daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dimaklumi.

Medan, Oktober 2019

DIFFA ASHILLAH PUTRI

ANGKET PENELITIAN

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO) MEDAN CABANG BELAWAN”

Responden yang terhormat,

Saya Diffa Ashillah Putri, mahasiswi jurusan Manajemen, konsentrasi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara-i meluangkan waktu untuk mengisi angket ini. Diharapkan dalam pengisiannya, Bapak/Ibu/Saudara-i menjawab sesuai dengan persepsi masing-masing.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara-i untuk menjawab dengan jujur dan terbuka sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Data ini dibutuhkan untuk keperluan studi ilmiah.

Sesuai dengan kode etik penelitian, peneliti menjamin semua kerahasiaan data pengisi dalam kuesioner ini. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara-i mengisi angket ini adalah bentuk bantuan yang tidak ternilai bagi peneliti. Terima kasih.

Peneliti,

DIFFA ASHILLAH PUTRI

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO) MEDAN CABANG BELAWAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. No. Responden : (diisi oleh peneliti)
2. Jenis Kelamin :
 Laki- laki Perempuan
3. Usia :
 20-29 tahun 30-39 tahun 40-49 tahun
 > 50 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 SMA/SMK Diploma Sarjana
 Lainnya
5. Pekerjaan :
 Wiraswasta PNS Karyawan
 Mahasiswa Lainnya
6. Lama menjadi pelanggan
 2 tahun 3-4 tahun > 5 tahun

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (✓) pada kolom pernyataan dibawah ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara-i sendiri yang paling tepat. Adapun alternatif jawaban terdiri dari:

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| (SS) : Sangat Setuju | (KS) : Kurang Setuju |
| (S) : Setuju | (TS) : Tidak Setuju |
| | (STS) : Sangat Tidak Setuju |

1. Kualitas Pelayanan

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Kurang tanggapnya petugas keamanan baik di luar maupun di dalam Terminal Bandar Deli.					
2	Petugas ataupun staf kurang ramah terhadap saya dan kurang memperhatikan keinginan serta kebutuhan penumpang.					
3	Fasilitas ATM belum tersedia sehingga saya kesulitan melakukan tarik tunai dan jaringan WiFi untuk penumpang belum tersedia.					
4	Luas terminal, fasilitas interior, dan ruangan yang di desain khusus <i>non-smoking</i> membuat saya merasa nyaman ketika menunggu keberangkatan.					
5	Kurangnya kapasitas stop kontak membuat saya kesulitan untuk mengisi daya baterai <i>gadget</i> yang dibawa.					
6	Akses jalan menuju Terminal Bandar Deli yang terbatas dan area parkir yang kurang luas membuat suasana keberangkatan dan kedatangan penumpang kurang kondusif.					
7	Kurangnya informasi yang dimiliki petugas atau karyawan membuat saya sulit mendapat jawaban pasti terkait segala hal yang menyangkut Terminal Bandar Deli.					
8	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu membuat saya merasa nyaman.					
9	Belum tersedianya <i>automatic gate</i> membuat saya kesulitan untuk membuka pintu masuk ketika membawa banyak barang.					
10	Pihak Terminal Bandar Deli selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya.					

2. Penanganan Keluhan

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Pihak terminal menjalankan peran <i>costumer service</i> dengan sangat baik dan efektif.					
2	Layanan interaktif <i>costumer service</i> (baik <i>online</i> maupun <i>offline</i>) untuk keluhan pelanggan selalu ditanggapi dengan cepat, ramah dan bijak.					
3	Pihak terminal tidak memberikan solusi yang membingungkan ketika saya mengeluh mengenai kinerja staf dan fasilitas yang kurang nyaman.					

4	Saya senang dengan sistem penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak terminal terkait masalah fasilitas ruangan terminal maupun sistem keamanannya.					
5	Pihak layanan keluhan pelanggan segera menangani keluhan saya dan menyelesaikannya dengan cepat.					
6	Pihak terminal selalu meminta maaf ketika saya mengeluh dengan pelayanan yang kurang memuaskan.					
7	Pemecahan masalah yang ditanggapi secara adil dan bijaksana oleh pihak terminal membuat saya merasa lebih baik.					
8	Pihak terminal merasa bertanggung jawab dengan keluhan yang diberikan oleh penumpang.					
9	Keluhan yang saya berikan selama ini sudah didengar, ditangani dan diterapkan dengan baik.					
10	Pihak terminal mencatat beberapa keluhan yang diberikan penumpang agar menjadi pertimbangan untuk pembuatan aturan dan kebijakan perusahaan selanjutnya.					

3. Loyalitas Pelanggan

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya senang menggunakan transportasi laut karena pelayanan Terminal Bandar Deli sangat baik daripada penyedia jasa maskapai transportasi lain.					
2	Saya selalu memilih menggunakan transportasi laut karena Terminal Bandar Deli memiliki kualitas pelayanan dan kinerja staf yang baik.					
3	Saya sangat senang keluhan yang saya berikan menjadi pertimbangan pihak terminal untuk kualitas pelayanan Terminal Bandar Deli yang lebih baik lagi.					
4	Semua petugas Terminal Bandar Deli memberikan perhatian kepada pelanggannya sesuai keinginan dan kebutuhan saya.					
5	Saya tidak ingin beralih menggunakan jasa maskapai transportasi lain.					
6	Pihak terminal memberikan solusi dan kompensasi jika saya merasa dirugikan.					
7	Saya merasa diperlakukan secara istimewa sebagai pelanggan yang menggunakan jasa Terminal Bandar Deli.					
8	Pertanyaan dan keluhan yang saya sampaikan					

	selalu ditanggapi dengan cepat sehingga saya merasa Terminal Bandar Deli adalah jasa maskapai transportasi terbaik.					
9	Saya akan mempertimbangkan lagi untuk memilih menggunakan transportasi lain.					
10	Saya merekomendasikan Terminal Penumpang Bandar Deli sebagai maskapai pelayanan transportasi laut terbaik di Sumatera Utara.					



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA

NOMOR : / TGS / IL.3-AU / UMSU-05 / F / 2019

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : MANAJEMEN
Pada Tanggal : 26 Juli 2019

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : DIFFA ASHILLAH PUTRI
N P M : 1505161189
Semester : VIII(Delapan)
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan

Dosen Pembimbing : Dr.FAJAR PASARIBU,SE.,M.Si.

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal :26 Juli 2020
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 23 Dzulqaidah 1440 H
26 Juli 2019 M


Dekan
ILHA NURI,SE.,MM.,M.Si.

Tembusan :

1. Wakil Rektor – II UMSU Medan.
2. Peringgal.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 221/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/22/7/2019

Medan, 22/7/2019

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Medan

Dengan hormat,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Diffa Ashillah Putri
NPM : 1505161189
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

- Identifikasi Masalah : 1. Masih terdapat beberapa atribut kualitas pelayanan yang belum terlaksana.
2. Ketersediaan divisi penanganan keluhan pelanggan yang masih belum bisa memberikan fasilitas yang baik.
3. Ditemukan pengurangan persentase jumlah arus penumpang.
- Rencana Judul : 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan
2. Pengaruh Tarif, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Objek/Lokasi Penelitian : Pt. Pelabuhan Indonesia 1 (Persero) Medan Cabang Belawan
- Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

(Diffa Ashillah Putri)



PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

Medan, JULI 2019 M

Kepada Yth,
Ketua Sekretaris Program Studi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU
Di
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: DIFFA ASHILLAH PUTRI
NPM	: 1505161189
Program Studi	: MANAJEMEN
Konsentrasi	: PENJAJARAN
Kelas/Semester	: 7 - I MALAM

Merencanakan pengajuan judul untuk pembuatan SKRIPSI yaitu:

1. PENGARUH TARIF, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPYAMANAN PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA I MEDAN CAR. BELAWAN
2. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA I CAR. BELAWAN

Berdasarkan hasil pertemuan dengan ketua program studi maka ditetapkan calon pembimbing yaitu:

Nama Pembimbing: Dr. FAJAR PASARIBU, S.E., M.Si
Dari hasil Survey & kunjungan ke Perusahaan/tempat Penelitian serta proses pembimbing dapat diidentifikasi masalah Penelitian sebagai berikut:

1. Masih terdapat beberapa atribut kualitas pelayanan yang belum terlaksana.
2. Ketersediaan divisi penanganan keluhan pelanggan yang masih belum bisa memberikan fasilitas yang baik.
3. Ditemukan pengurangan nilai angka loyalitas pelanggan pada tahun 2017.

Dengan demikian judul yang disetujui bersama Dosen Pembimbing adalah:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA I MEDAN CARANG BELAWAN

Nomor Agenda : 190

Ketua/Sekretaris Program Studi

(JAGMAN SYARFUDDIN, S.E., M.Si)

Pemohon

(DIFFA ASHILLAH PUTRI)

Diketahui oleh
Pembimbing

(Dr. Fajar Pasaribu, S.E., M.Si)

Catatan:

1. Proposal Penelitian harus di Agendakan paling lama 1 (Satu) bulan setelah di paraf oleh program studi
2. Seminar Proposal Paling lama 1 (Satu) bulan setelah judul di Agendakan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

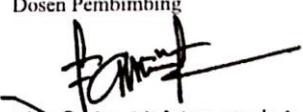
Nomor Agenda: 221/JDL/SKR/MAN/FEB/UJMSU/22/7/2019

Nama Mahasiswa : Difa Ashillah Putri
NPM : 1505161189
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Pengajuan Judul : 22/7/2019
Nama Dosen Pembimbing*) : Dr. Fajar Pasaribu, S.E., M.Si.

Judul Disetujui**): PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN
KELUHAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA J
(PERCERO) MEDAN CABANG BELAWAN.

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Manajemen

Akman Sarifuddin Hasibuan, S.E., M.Si.

Medan, JULI
Dosen Pembimbing

(Dr. Fajar Pasaribu, S.E., M.Si.)

*) Disahkan oleh Pimpinan Program Studi
) Disahkan oleh Dosen Pembimbing
) Disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah tembaran ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"



PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

Medan, 20 ^H 2019 M

Kepada Yth,
Ketua/Sekretaris Program Studi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU
Di
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap :

D	I	F	F	A	A	S	H	I	L	L	A	H	P	U	T	R	I
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

NPM :

1	5	0	5	1	6	1	1	8	9								
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--

Tempat.Tgl. Lahir :

M	E	D	A	N	,	2	3	D	E	S	E	M	B	E	R		
1	9	9	7														

Program Studi : Akuntansi /
Manajemen

Alamat Mahasiswa :

J	L	.	S	I	D	O	D	A	N	E	N	O	.	2	4	A	
M	E	D	A	N	T	I	N	U	R								

Tempat Penelitian :

P	T	.	P	E	L	A	B	U	H	A	N	I	N	D	O	N	E	S
I	A	I	C	A	B	A	N	G	B	E	L	A	W	A	N			

Alamat Penelitian :

J	L	.	S	U	M	A	T	E	P	A	,	B	E	L	A	W	A	N	I
M	E	D	A	N	B	E	L	A	W	A	N	,	S	U	N	A	T	E	
P	A	U	T	A	R	A	2	0	4	1	1								

Memohon kepada Bapak untuk pembuatan izin Penelitian sebagai syarat untuk memperoleh data dan identifikasi masalah dari perusahaan tersebut guna pengajuan judul penelitian.

Berikut saya lampirkan syarat-syarat lain:

1. Transkrip nilai sementara
2. Kwitansi SPP tahap berjalan

Demikianlah permohonan ini saya buat dengan sebenarnya, atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih

Diketahui
Ketua/Sekretaris Program Studi

(JAPMAN SYARIFUDDIN, L.E.M.H.)

Wassalam
Pemohon

(DIFFA ASTIULAH PUTRI.)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dia menjabar surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20233 | Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : roktor@umsu.ac.id

Nomor : 2022/IL3-AU/UMSU-05/F / 2019
Lampiran :
Perihal : IZIN RISET PENDAHULUAN

Medan, 23 Dzulqaidah 1440 H
26 Juli 2019 M

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan/Direksi/Kepala Dinas
PELINDO I PERSERO CABANG BELAWAN
Jl.Sumatera No.1 Belawan
Di tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di Perusahaan / Instansi yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : DIFFA ASHILLAH PUTRI
Npm : 1505161189
Jurusan : MANAJEMEN
Semester : VIII(Delapan)
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wf,Wb



Tembusan :

1. Wakil Rektor II UMSU Medan
2. Pertiinggal



PT. PELABUHAN INDONESIA 1 (PERSERO)
CABANG BELAWAN

Nomor : KP.40/1/22/BLW-19
Lampiran : -
Perihal : Persetujuan Riset Pendahuluan

Belawan, 8 Agustus 2019
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara
di
Medan

Menindaklanjuti surat Saudara nomor: 2022/II.3-AU/UMSU-05/F/2019 tanggal 26 Juli 2019 perihal Izin Riset Pendahuluan, dengan ini disampaikan bahwa Mahasiswa Saudara :

NAMA	NPM	JURUSAN
DIFFA ASHILLAH PUTRI	1505161189	Manajemen

diberi izin untuk melaksanakan riset pendahuluan dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo 1 (Persero) Cabang Belawan".

Kepada Mahasiswa tersebut diatas, wajib mematuhi semua ketentuan yang berlaku di Cabang Pelabuhan Belawan dan sebelum melaksanakan riset pendahuluan agar menghubungi Dinas Sumber Daya Manusia pada Divisi SDM dan Umum.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n GENERAL MANAGER CABANG BELAWAN
MENEJER SDM DAN UMUM



KHAIRUL ULYA

Tembusan :

- General Manager Cabang Belawan

Jl. Sumatera No. 1
Belawan - 202411
Telp. (061) - 6941919
Fax. (061) - 6491300
E-mail. belawan@pelindo1.co.id



PT. PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO)
CABANG BELAWAN

Nomor : KP.40/2/9/BLW-19
Lampiran : -
Perihal : Persetujuan menyelesaikan riset

Belawan, 2 Oktober 2019
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara
di
Medan

Menindaklanjuti surat Saudara nomor: 5832/II.3-AU/UMSU-05/F/2019 tanggal 25 September 2019 perihal Menyelesaikan Riset, dengan ini disampaikan bahwa Mahasiswi Saudara :

NAMA	NPM	JURUSAN
DIFFA ASHILLAH PUTRI	1505161189	Manajemen

diberi izin untuk menyelesaikan riset guna untuk melanjutkan penyusunan/penulisan Skripsi pada Bab IV - V dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo I (Persero) Cabang Belawan".

Kepada Mahasiswi tersebut diatas, wajib mematuhi semua ketentuan yang berlaku di Cabang Pelabuhan Belawan dan sebelum melaksanakan riset pendahuluan agar menghubungi Dinas Sumber Daya Manusia pada Divisi SDM dan Umum.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n GENERAL MANAGER CABANG BELAWAN
MENEJER SDM DAN UMUM



KHAIRUL ULYA

Tembusan :

- General Manager Cabang Belawan



Bila mengawati surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 5832 /II.3-AU/UMSU-05/F/2019
Lamp. : -

Medan, 25 Muharram 1441 H
25 September 2019 M

H a l : MENYELESAIKAN RISET

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu Pimpinan
PELINDO I PERSERO CABANG BELAWAN
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan Mahasiswa kami akan menyelesaikan Studinya, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan kesempatan pada Mahasiswa kami melakukan Riset di **Perusahaan/ instansi** yang Bapak/Ibu pimpin, guna untuk *melanjutkan Penyusunan / Penulisan Skripsi pada Bab IV - V*, dan setelah itu Mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan Surat Keterangan Telah Selesai Riset dari Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpinan, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian **Program Studi Strata Satu (S1)** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan :

Adapun Mahasiswa tersebut adalah :

Nama : **DIFFA ASHILLAH PUTRI**
N P M : **1505161189**
Semester : **VIII(Delapan)**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan Cabang Belawan**

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan 

H. JANURI, SE., MM., M.Si.

Tembusan :

1. Pertinggal.



SURAT KETERANGAN

Nomor : KP.41/ 7 / I /BLW-19.TU

General Manager PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan menerangkan bahwa Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis , sebagai berikut :

Nama : DIFFA ASHILLAH PUTRI

NPM : 1505161189

Jurusan : Manajemen

Benar telah menyelesaikan riset di PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan dengan Judul Skripsi "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan.

Demikian surat keterangan ini diterbitkan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Dikeluarkan di : Belawan

Pada tanggal : 4 Oktober 2019



Jl. Kapten R. Sulian No. 1
Belawan 202411
Telp. (061) 6941919
Fax. (061) 6941300
E-mail : belawan@pelindo1.co.id

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : DIFFA ASHILAH PUTRI
NPM : 1505161189
Konsentrasi : PEMASARAN
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Akuntansi Perpajakan/Manajemen/HSI)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
 - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
 - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjakkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan,16..... 2019
Pembuat Pernyataan



Diffa Ashillah Putri
(DIFFA ASHILAH PUTRI)

NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Universitas/PTS : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Jenjang : Strata Satu (S-1)

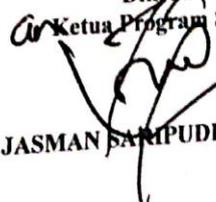
Ketua Program Studi : JASMAN SARIPUDDIN HSB, S.E., M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. FAJAR PASARIBU, S.E., M.Si

Nama Lengkap : DIFFA ASHILLAH PUTRI
NPM : 1505161189
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Proposal : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN
KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. PELABUHAN INDONESIA 1 (PESERO) MEDAN CABANG
BELAWAN

TANGGAL	DESKRIPSI BIMBINGAN PROPOSAL	PARAF	KETERANGAN
24/6-2019	Latar belakang Masalah Harus lebih dipertajam dan selisiskan dengan Variabel yang diteliti. - Sistematika Penulisan Harus di selisiskan dengan buku Pedoman Penulisan Skripsi	Fajar	
2/7-2019	Rumusan Masalah Harus Singkat dan Jelas. - Sampel. Harus ada teori Pendukung - Operational Variabel Harus di buat dalam satu tabel saja	Fajar	
8/7-2019	Penelitian terdahulu Harus ditambahkan lagi dan kutipan diambil dari Journal	Fajar	
23/7-2019	Kerangka Konseptual Harus ditambahkan Saluti dengan Saran	Fajar	
27/7-2019	AEC. Maju Seminar Proposal	Fajar	

Dosen Pembimbing

27/7/19
Dr. FAJAR PASARIBU, S.E., M.Si

Medan, Juli 2019
Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

JASMAN SARIPUDDIN HSB, S.E., M.Si



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN MANAJEMEN

Pada hari ini 26 Agustus 2019 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen merangkan bahwa :

N a m a : DIFFA ASHILLAH PUTRI
N . P . M . : 1505161189
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 23 Desember 1997
Alamat Rumah : Sidodame No.24 A
JudulProposal : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT.PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO) MEDAN CABANG BELAWAN

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul
Bab I	Harus jelas fenomena masalah kualitas pelayanan & penanganan keluhan, penjelasan identifikasi masalah harus berhubungan dengan LBM.
Bab II	Referensi harus masuk 2 di setiap judul, perbaikan paradigma penelitian, sub judul harus mengjungsi variabel untuk faktor yg mempengaruhi.
Bab III
Lainnya
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 26 Agustus 2019

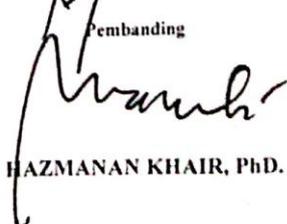
TIM SEMINAR

Ketua

JASMAN SARIPUDDIN, S.E., M.Si.
Pembimbing


Dr. FAJAR PASARIBU, S.E., M.Si.

Sekretaris

Dr. UFKIZEN, S.E., M.Si.
Pembanding

HAZMANAN KHAIR, Ph.D.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapt. Mukhtar Basri No 3 Tel (061) 6624567 Ext 304 Medan 220238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari **26 Agustus 2019** menerangkan bahwa:

Nama : **DIFFA ASHILLAH PUTRI**
N .P.M. : **1505161189**
Tempat / Tgl.Lahir : **Medan, 23 Desember 1997**
Alamat Rumah : **Sidodame No.24 A**
JudulProposal : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN
KELUHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT.PELABUHAN INDONESIA I (PERSERO) MEDAN CABANG
BELAWAN**

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : **Dr.FAJAR PASARIBU,SE.,M.Si.**

Medan, 26 Agustus 2019

TIM SEMINAR

Ketua

JASMAN SARIPUDDIN,SE.,M.Si.

Sekretaris

Dr. J. WERZEN,SE.,M.Si.

Pembimbing

Dr.FAJAR PASARIBU,SE.,M.Si.

Pembanding

HAZMANAN KHAIR, PhD.

Diketahui / Disetujui
A.n. Dekan
Wakil Dekan - I

ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.

TABULASI KUESIONER

1. Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Kualitas Pelayanan										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	2	4	4	2	4	4	2	4	4	33
2	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	39
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	5	44
5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	45
6	5	3	4	5	4	4	3	3	3	4	38
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	44
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	46
11	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
14	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	47
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
16	3	2	3	4	3	3	4	2	4	3	31
17	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34
18	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
19	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
20	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
21	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
22	3	1	3	1	3	3	1	1	1	3	20
23	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	12
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
26	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
27	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	15
28	3	1	4	4	1	1	1	1	1	1	18
29	4	1	4	3	1	1	1	1	1	1	18
30	4	2	4	1	4	4	4	2	4	4	33
31	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
32	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
33	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	36
34	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	36
35	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	35
36	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	36

37	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	35
38	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	35
39	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34
40	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34
41	3	1	3	4	3	4	4	1	4	4	31
42	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	24
43	4	1	3	3	3	3	3	1	4	4	29
44	4	1	4	3	3	3	3	1	3	4	29
45	2	1	3	3	3	3	3	1	3	3	25
46	3	2	4	2	3	4	2	2	3	3	28
47	4	2	4	4	3	4	4	2	3	3	33
48	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34
49	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	36
50	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	35
51	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	36
52	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	34
53	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	34
54	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	34
55	4	1	4	4	4	4	4	1	3	4	33
56	3	1	3	3	3	3	3	1	4	3	27
57	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34
58	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34
59	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34
60	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	34

2. Variabel Penanganan Keluhan

No.	Penanganan Keluhan										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	32
2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	32
3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	31
4	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3	30
5	4	5	5	4	3	3	5	5	5	5	44
6	5	5	5	3	2	3	5	5	5	5	43
7	4	5	5	3	2	3	5	5	5	5	42
8	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	27
9	5	5	5	3	3	2	5	5	5	5	43
10	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	22
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	22
17	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	22
18	3	4	1	3	3	1	1	4	3	3	26
19	3	4	1	4	3	2	3	3	4	3	30
20	3	4	1	2	3	2	3	3	4	3	28
21	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	35
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
26	1	1	1	1	1	1	4	2	4	4	20
27	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	19
28	4	4	4	4	1	1	1	1	4	4	28
29	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	36
30	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	35
31	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	24
32	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	36
33	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	34
34	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	33
35	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	33
36	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	35
37	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	34
38	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	34

39	3	3	3	3	1	3	4	4	4	4	32
40	4	3	3	3	1	3	4	4	4	4	33
41	3	3	3	3	1	3	4	4	4	4	32
42	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	32
43	3	3	3	3	1	3	3	3	4	4	30
44	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	29
45	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	31
46	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	33
47	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	35
48	3	3	4	3	1	4	4	3	4	4	33
49	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	33
50	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	32
51	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	34
52	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	35
53	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	34
54	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	34
55	3	4	4	3	1	4	4	4	4	3	34
56	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	28
57	3	4	3	3	1	3	4	3	3	3	30
58	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3	30
59	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	28
60	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	28

3. Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Loyalitas Pelanggan										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	2	4	4	2	4	4	2	4	2	31
2	4	2	3	4	2	4	4	2	4	1	30
3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	2	27
4	3	2	4	4	2	4	4	1	4	2	30
5	3	1	4	4	2	4	4	1	4	1	28
6	4	1	3	4	2	4	4	1	4	1	28
7	3	1	4	4	2	3	4	2	4	1	28
8	4	2	4	4	2	4	4	1	4	1	30
9	4	4	4	3	2	4	4	1	3	2	31
10	4	4	4	1	2	4	4	2	1	2	28
11	3	2	3	4	2	3	4	2	4	2	29
12	3	2	3	4	3	3	4	1	4	1	28
13	3	2	3	4	2	3	4	2	4	1	28
14	3	4	3	4	3	3	4	3	4	1	32
15	3	1	3	4	3	3	4	1	4	3	29
16	3	4	3	4	2	3	4	2	4	1	30
17	4	1	4	4	2	4	4	1	4	1	29
18	3	1	3	4	3	3	4	3	4	1	29
19	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
20	3	2	3	4	3	3	4	3	4	1	30
21	3	4	3	4	3	3	4	3	4	1	32
22	3	2	3	1	3	3	1	1	1	1	19
23	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	13
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
26	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
27	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	15
28	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	21
29	4	2	4	3	1	1	1	1	1	1	19
30	4	2	4	1	2	4	4	2	4	2	29
31	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
32	4	2	4	4	4	4	4	3	4	1	34
33	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	32
34	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	34
35	3	2	4	4	2	4	4	2	4	2	31
36	4	2	4	4	2	4	4	2	4	1	31
37	3	2	4	4	2	4	4	2	4	1	30

38	3	2	4	4	4	4	4	2	4	1	32
39	4	4	4	4	2	4	4	1	4	1	32
40	4	2	4	4	2	4	4	1	4	1	30
41	3	2	3	4	3	4	4	1	4	1	29
42	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2	23
43	4	3	3	3	2	3	3	1	4	2	28
44	4	3	4	3	2	3	3	1	3	2	28
45	2	2	3	3	2	3	3	1	3	2	24
46	3	3	4	2	2	4	2	2	3	2	27
47	4	4	4	4	2	4	4	2	3	2	33
48	4	3	4	4	1	4	4	1	4	1	30
49	4	3	4	4	2	4	4	2	4	2	33
50	3	3	4	4	2	4	4	2	4	2	32
51	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	32
52	4	2	4	4	2	4	4	2	3	2	31
53	4	2	4	4	2	4	4	2	3	2	31
54	4	2	4	4	2	4	4	2	3	2	31
55	4	2	4	4	2	4	4	1	3	1	29
56	3	2	3	3	3	3	3	1	4	1	26
57	4	4	4	4	3	4	4	1	4	1	33
58	4	2	4	4	3	4	4	1	4	1	31
59	4	2	4	4	3	4	4	1	4	3	33
60	4	2	4	4	3	4	4	1	4	1	31

1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	28	46,7	46,7	46,7
	Perempuan	32	53,3	53,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

2. Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29 tahun	18	30,0	30,0	30,0
	30-39 tahun	21	35,0	35,0	65,0
	40-49 tahun	12	20,0	20,0	85,0
	> 50 tahun	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

3. Pendidikan

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	22	36,7	36,7	36,7
	Diploma	11	18,3	18,3	55,0
	Sarjana	15	25,0	25,0	80,0
	Lainnya	12	20,0	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

4. Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	20	33,3	33,3	33,3
	PNS	4	6,7	6,7	40,0
	Karyawan	11	18,3	18,3	58,3
	Mahasiswa	12	20,0	20,0	78,3
	Lainnya	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

5. Lama Berlangganan

Lama Berlangganan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 tahun	17	28,3	28,3	28,3
	3-4 tahun	37	61,7	61,7	90,0
	> 5 tahun	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

1. Kualitas Pelayanan

a. Uji Validitas

Correlations

		X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	,617**	,445**	,572**	,670**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	,509**	,953**	,456**	,517**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	,556**	,309*	,527**	,604**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,016	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	,766**	,451**	,710**	,698**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	,849**	,529**	,809**	,903**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.6	Pearson Correlation	,846**	,472**	,806**	,897**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.7	Pearson Correlation	1	,476**	,880**	,827**	,894**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.8	Pearson Correlation	,476**	1	,503**	,518**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.9	Pearson Correlation	,880**	,503**	1	,841**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.10	Pearson Correlation	,827**	,518**	,841**	1	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60
Total_X1	Pearson Correlation	,894**	,712**	,868**	,910**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

b. Uji Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	10

2. Penanganan Keluhan

a. Uji Validitas

Correlations

		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	,616**	,671**	,553**	,568**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	,598**	,712**	,589**	,551**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	,630**	,567**	,571**	,613**	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	,488**	,536**	,431**	,454**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	,305*	,435**	,318*	,288*	,517**
	Sig. (2-tailed)	,018	,001	,013	,026	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.6	Pearson Correlation	,746**	,599**	,417**	,453**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.7	Pearson Correlation	1	,832**	,721**	,741**	,864**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.8	Pearson Correlation	,832**	1	,767**	,756**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.9	Pearson Correlation	,721**	,767**	1	,912**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.10	Pearson Correlation	,741**	,756**	,912**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60
Total_X2	Pearson Correlation	,864**	,884**	,807**	,816**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

b. Uji Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	10

3. Loyalitas Pelanggan

a. Uji Validitas

Correlations

		Y7	Y8	Y9	Y10	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	,551**	,034	,424**	,141	,667**
	Sig. (2-tailed)	,000	,794	,001	,283	,000
	N	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	,180	,245	,080	,201	,399**
	Sig. (2-tailed)	,168	,060	,545	,124	,002
	N	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	,523**	,024	,413**	,125	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000	,858	,001	,343	,000
	N	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	,734**	,253	,758**	,051	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,051	,000	,697	,000
	N	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	,518**	,361**	,554**	,048	,580**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,717	,000
	N	60	60	60	60	60
Y6	Pearson Correlation	,860**	,176	,749**	,208	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,178	,000	,110	,000
	N	60	60	60	60	60
Y7	Pearson Correlation	1	,344**	,875**	,182	,916**
	Sig. (2-tailed)		,007	,000	,163	,000
	N	60	60	60	60	60
Y8	Pearson Correlation	,344**	1	,285*	,176	,413**
	Sig. (2-tailed)	,007		,027	,180	,001
	N	60	60	60	60	60
Y9	Pearson Correlation	,875**	,285*	1	,099	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,027		,452	,000
	N	60	60	60	60	60
Y10	Pearson Correlation	,182	,176	,099	1	,291*
	Sig. (2-tailed)	,163	,180	,452		,024
	N	60	60	60	60	60
Total_Y	Pearson Correlation	,916**	,413**	,842**	,291*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,024	
	N	60	60	60	60	60

b. Uji Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	10

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,671	,659	3,43590

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

4. R Square

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1370,740	2	685,370	58,055	,000 ^b
	Residual	672,910	57	11,805		
	Total	2043,650	59			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

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

5. Uji F (Simultan)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,210	1,884		4,890	,000
	Kualitas Pelayanan	,433	,070	,668	6,176	,000
	Penanganan Keluhan	,147	,081	,196	1,813	,075

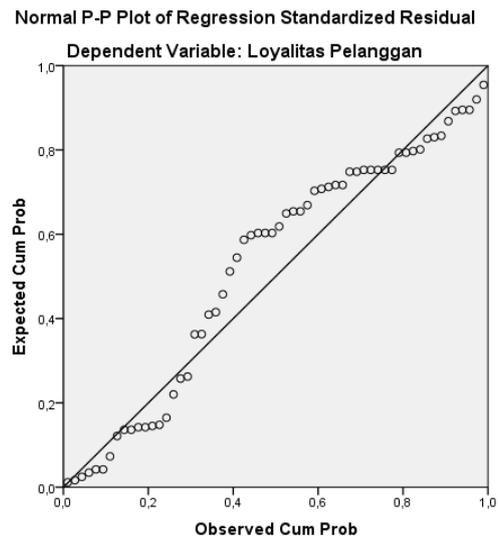
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Coefficients^a

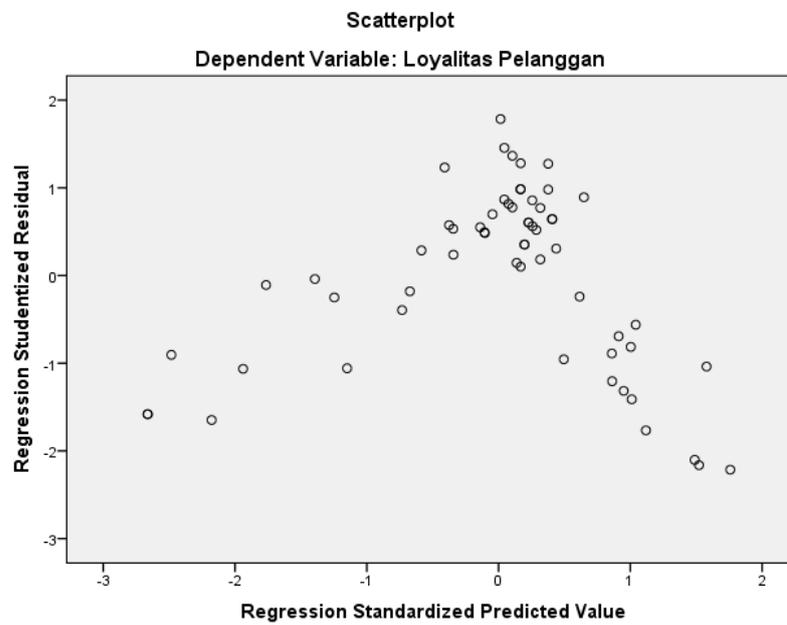
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,210	1,884		4,890	,000		
	Kualitas Pelayanan	,433	,070	,668	6,176	,000	,494	2,024
	Penanganan Keluhan	,147	,081	,196	1,813	,075	,494	2,024

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

8. Uji Multikolinearitas



9. Uji Heterokedastisitas



10. Histogram Uji Normalitas

