

PENGARUH EFEKTIVITAS PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN TERHADAP MUTU PELAYANAN DI SWALAYAN MIROTA KAMPUS YOGYAKARTA

Kadari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “YKP”
Jalan Godean Km. 3 Tambak – Yogyakarta 55182

ABSTRAK

Dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Mutu Pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta”, penulis meneliti apakah ada hubungan yang positif antara efektivitas penanganan keluhan dengan mutu pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh karyawan, terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta, dan besar pengaruh Efektivitas penanganan keluhan terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta .

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif pendekatan asosiatif. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan metode kuesioner dan studi dokumentasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *Probability samplig*, yaitu suatu teknik penarikan sampel yang memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel. Dengan ukuran populasi (N) = 100, maka jumlah responden yang akan dihitung menggunakan rumus Slovin, jumlah responden penelitian ini dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (tingkat kepercayaan 90%) adalah 50 responden. Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan dengan menggunakan perhitungan regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi rank spearman didapatkan R sebesar 0, 586 artinya variabel efektivitas penanganan keluhan (X) memiliki hubungan dengan mutu pelayanan (Y) Mirota Kampus. Perhitungan koefisien determinasi dalam persen diperoleh sebesar 34.3% dan sisanya 65.7% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa T hitung (5.009) > T tabel (1,677) artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan antara efektivitas penanganan keluhan (X) dengan mutu pelayanan (Y) di Mirota Kampus Yogyakarta.

Kata Kunci : Efektivitas, mutu pelayanan

Latar Belakang

Perubahan sosial ekonomi yang terus terjadi dalam proses perkembangan suatu negara membuahakan tantangan baru dalam dunia bisnis. Para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Mereka harus dapat memenuhi tuntutan konsumen tentang pelayanan yang lebih baik dan memuaskan serta dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Dari sudut pandang intern perusahaan, diperlukan suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut pasar. Untuk itu dibutuhkan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan suatu produk. Analisis perilaku dan kepuasan konsumen sangat diperlukan, mengingat keberhasilan suatu usaha bukan dibutuhkan oleh produsen saja, tetapi justru dikehendaki dan dibutuhkan konsumen. Karena konsumenlah yang sebenarnya menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan optimal bagi pelanggan seperti memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan-keluhannya dan memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang kita berikan.

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. Dalam fungsi pemasaran, pelayanan yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting. Kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran. Untuk itu kemampuan merumuskan dan menyusun program-program pemasaran yang tepat merupakan salah satu masalah utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen, menangani keluhan-keluhan dari pelanggan dengan baik atau efektif dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.

Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga kualitas layanan yang baik serta kepuasan pelanggan tersebut dapat mempengaruhi

intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya ke badan usaha yang bersangkutan. Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. Riset konsumen sangat diperlukan untuk mengungkapkan reaksi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan dan penanganan keluhan dari pelanggan tersebut sangat relevan dan dibutuhkan oleh perusahaan yang berorientasi pada konsumen.

Berbicara mengenai keluhan pelanggan, perusahaan harus memberikan pelayanan dengan tata cara yang baik agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengikuti prosedur yang telah ada. Adapun prosedur yang dimaksud di sini adalah prosedur tentang bagaimana cara melayani pelanggan dengan baik.

Mirota Kampus Yogyakarta merupakan swalayan yang menjual barang dan jasa, selalu berupaya untuk meningkatkan mutu pelayanan secara maksimal. Salah satunya adalah dengan adanya efektivitas penanganan terhadap keluhan-keluhan pelanggan. Merujuk pada pembahasan di atas, maka penulis berinisiatif untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Efektivitas Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Mutu Pelayanan Pada Mirota Kampus Yogyakarta.”

Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh efektivitas penanganan keluhan pelanggan terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta?

Landasan Teori

Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Menurut Pasolong (2007:4-5), efektivitas pada dasarnya berasal dari kata “efek” dan digunakan istilah ini sebagai hubungan sebab akibat. Efektivitas dapat dipandang sebagai suatu sebab dari variabel lain. Efektivitas berarti bahwa tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau dengan kata sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan.

Efektivitas merupakan salah satu dimensi dari produktivitas dan mengarah kepada pencapaian kerja yang maksimal, yaitu pencapaian target yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas dan waktu. efektivitas sebagai konsep yang sangat penting dalam organisasi karena menjadi ukuran keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Karenanya, pengukuran efektivitas bukanlah hal yang sederhana mengingat perbedaan tujuan masing-masing organisasi dan keragaman tujuan organisasi itu sendiri. Adapun 3 (tiga) pendekatan utama dalam pengukuran efektivitas organisasi, yaitu :

- a. Pendekatan sumber (*resource approach*) yakni mengukur efektivitas dari input. Pendekatan mengutamakan adanya keberhasilan organisasi untuk memperoleh sumber daya, baik fisik maupun non fisik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.
- b. Pendekatan proses (*process approach*) adalah untuk melihat sejauh mana efektivitas pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi.
- c. Pendekatan sasaran (*goals approach*) dimana pusat perhatian pada output, mengukur keberhasilan organisasi untuk mencapai hasil (output) yang sesuai dengan rencana.

Keluhan Pelanggan

Menurut Majid (2009: 151) komplain atau keluhan adalah sesuatu yang sangat alamiah, sangat manusiawi sebagai bentuk reaksi atas apa yang diterima yang tidak sesuai dengan kondisi yang dijanjikan dan diharapkan. istilah keluhan atau pengaduan identik dengan sebuah kritik dan ancaman yang menyudutkan. Dapat diartikan sebagai sebuah penderitaan yang mengganggu dan membuat tidak nyaman. Keluhan merupakan sebuah harapan yang belum terpenuhi. Keluhan pelayanan adalah ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan.

Menurut Herlambang (2014 :5) pelanggan adalah orang yang membeli produk atau jasa kita secara berkala. Ada beberapa pemahaman yang akan memberikan gambaran agar lebih mudah memahami pengertian tentang pelanggan:

- a. Pelanggan tidak bergantung kepada kita, tetapi kitalah yang bergantung kepada pelanggan.
- b. Pelanggan adalah orang yang membawa segala keinginan dan kebutuhan mereka kepada kita dan memang tugas kita adalah melayani pelanggan secara menguntungkan bagi pelanggan dan bagi kita sendiri.
- c. Pelanggan adalah orang paling penting bagi perusahaan dan kita yang datang sendiri atau melalui sms, telepon serta media komunikasi lainnya.
- d. Pelanggan tidak pernah mengganggu kerja kita, tetapi pelanggan adalah tujuan kerja kita untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.
- e. Dengan melayani pelanggan, kita tidak mengistimewakannya, melainkan pelanggan yang mengistimewakan kita dengan memberikan kita kesempatan untuk berbuat melayani mereka.

f. Tidaklah pada tempatnya untuk beradu argumentasi atau beradu pintar dengan seorang pelanggan, tidak akan pernah seorangpun yang menang beradu argumentasi dengan pelanggan.

Menurut Astamoen dalam bukunya Herlambang (2014 :6) pembeli adalah pihak yang mengeluarkan uang untuk mendapatkan produk atau jasa dari penjual, baik perorangan maupun instansi atau perusahaan. Barang atau jasa yang dibeli bisa dipakai untuk keperluan sendiri, untuk diolah lebih lanjut atau tidak atau dijual pembeli pada pihak lain. Konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang dijual, sedangkan pelanggan adalah pembeli yang melakukan pembelian suatu barang atau jasa secara berulang-ulang.

Adapun menurut Yoeti dalam bukunya herlambang (2014: 6) mengatakan bahwa pelanggan pada dasarnya, pelanggan yang membeli produk atau jasa pada sebuah perusahaan. Dapat berupa seseorang dan dapat pula sebagai suatu perusahaan.

Dalam sebuah kegiatan aktivitas pekerjaan, setiap orang adalah pelanggan. Pelanggan adalah setiap orang, unit atau pihak dengan siapa kita berinteraksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk atau jasa. Pada dasarnya ada dua jenis pelanggan, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal.

- a. Pelanggan internal (*internal customer*) yaitu orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produksi barang, sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang, sampai dengan pemasaran dan penjualan dan pengadministrasiannya.
- b. Pelanggan eksternal (*external customer*) yaitu semua orang yang berada di luar organisasi komersil atau organisasi non komersil yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi atau perusahaan.

Keluhan pelanggan dalam satu sisi merupakan alat kendali atau evaluasi terhadap pemberian kualitas pelayanan yang selama ini diberikan kepada pelanggan atau masyarakat. Namun pada sisi lain keluhan menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan, yang menjadikan keluhan sebagai suatu masalah yang perlu dicari solusinya. Setiap pelanggan memiliki respon yang tidak sama terhadap kondisi yang dihadapi berkaitan dengan layanan yang diterima.

Keinginan dan Kebutuhan Pelanggan

Menurut Herlambang (2014: 9), Pelayanan pelanggan serbagai sebuah kegiatan yang diarahkan untuk memuaskan keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*) manusia setiap hari melalui proses pertukaran.

Keinginan muncul dari rasa manusia yang dibentuk oleh lingkungan dan keperbadian individu, keinginan apabila tidak terpenuhi tidak berakibat fatal. Sedangkan kebutuhan manusia adalah keadaan merasa kekurangan dan kebutuhan apabila tidak terpenuhi bisa berakibat fatal, kebutuhan bersifat alamiah dan tidak dapat diciptakan, tetapi merupakan bagian dasar dari kodrat manusia, misalnya: kebutuhan makan, kebutuhan minum, kebutuhan bernafas.

Munculnya pelayanan pelanggan, terjadi apabila seseorang memiliki keinginan dan kebutuhan untuk terpenuhi. Apabila digambarkan pelayanan pelanggan, merupakan penghubung antara keinginan dan kebutuhan manusia dengan tingkat kepuasan yang dirasakan, seperti terlihat pada gambar sebagai berikut :



Sumber :Herlambang (2014:10)

Gambar 2.1. Hubungan Keinginan dan Kebutuhan Pelanggan dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan.

Penyebab terjadinya keluhan dan penanganan keluhan

Pada dasarnya, pelanggan yang mengeluh karena merasa tidak puas. Menurut Majid (2009:149) menyebutkan banyak hal yang menyebabkan hal tersebut terjadi, seperti:

- a. Pelayanan yang diharapkan dari kita seperti yang mereka harapkan.
- b. Mereka diacuhkan, misalnya dibiarkan menunggu tanpa penjelasan
- c. Tidak ada yang mau mendengarkan
- d. Seseorang berlaku tidak sopan atau tidak membantu terhadap mereka
- e. Tidak ada yang mau bertanggung jawab untuk sesuatu kesalahan
- f. Ada kegagalan komunikasi, dan lain-lain.

Mutu pelayanan

Menurut Pohan (2013 : 12) mutu adalah keseluruhan karakteristik barang atau jasa yang kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan konsumen, baik menunjukkan berupa kebutuhan yang dinyatakan maupun kebutuhan yang tersirat.

Menurut Umam (2014: 48), beberapa pakar mendefinisikan mutu dengan secara umum antara lain:

- a. Mutu adalah kesesuaian terhadap persyaratan, seperti jam tahan air, sepatu yang tahan lama. Ia juga mengemukakan pentingnya melibatkan setiap orang pada proses pada organisasi. Pendekatan Croby merupakan proses *top down*.
- b. Deming mutu adalah pemecahan masalah untuk mencapai penyempurnaan terus-menerus, seperti penerapan *kaizen* di Toyota dan gugus kendali mutu pada telkom. Pendekatan Deming merupakan *bottom-up*.
- c. Juran mutu adalah kesesuaian dengan penggunaan, seperti sepatu yang dirancang untuk olahraga atau sepatu kulit yang dirancang untuk ke kantor atau ke pesta. Pendekatan Juran adalah orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan.
- d. Ishikawa mutu adalah kepuasan pelanggan. Dengan demikian, setiap bagian proses dalam organisasi memiliki pelanggan. paling sulit dijalankan untuk secara simultan mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan internal akan menyebabkan kepuasan pelanggan organisasi.

Menurut Muninjaya (2011 : 26) mutu jasa adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Mutu jasa memiliki prinsip pokok yaitu:

- a. Kepemimpinan
Kegiatan menjaga dan meningkatkan mutu merupakan strategi dalam suatu bidang usaha yang menjadi tugas dan tanggung jawab seseorang pimpinan (manajemen puncak), karna inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak akan mampu mengarahkan dan mempengaruhi seluruh kegiatan dari setiap lini. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha menjaga dan meningkatkan mutu hanya berdampak kecil terhadap suatu bidang usaha.
- b. Pendidikan
Setiap orang berpartisipasi dalam bidang mutu harus memiliki keterampilan dan pengetahuan tentang mutu itu sendiri, baik dari manajemen puncak sampai manajemen paling bawah dalam suatu organisasi. Keterampilan dan pengetahuan sangat mempengaruhi hasil yang akan didapat, keterampilan dan pengetahuan didapat dari proses pendidikan.
- c. Perencanaan
Dalam melaksanakan atau menjalankan strategi menjaga dan meningkatkan mutu setiap organisasi harus memiliki pengukuran dan tujuan dari strategi mutu yang

digunakan untuk mengarahkan visi dari suatu organisasi. Pengukuran dan tujuan mutu dapat dilakukan melalui perencanaan. Perencanaan akan meminimalisir terjadinya kesalahan yang dapat menghambat strategi peningkatan mutu.

d. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang *konstan* (terus menerus) dalam upaya mencapai tujuan.

e. Komunikasi

Baik buruknya hasil dari strategi mutu bergantung pada komunikasi dalam organisasi, proses komunikasi sangat mempengaruhi dikarenakan komunikasi merupakan unsur yang penting dalam kehidupan baik individu maupun kelompok (organisasi). Bagi setiap organisasi komunikasi harus dilakukan, baik karyawan, pelanggan, *stakeholder* perusahaan lainnya, seperti masyarakat umum, pemerintah, pemasok, pemegang saham dan lain-lain.

f. Penghargaan dan Pengakuan

Untuk meningkatkan kinerja setiap orang yang ada dalam organisasi dibutuhkan dorongan atau motivasi. Motivasi dapat berupa penghargaan dan pengakuan bagi setiap karyawan yang memiliki prestasi dan akan menjadi pemicu karyawan untuk terus memberikan kemampuan terbaiknya bagi perusahaan. Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek penting dalam implementasi strategi mutu. Karena setiap orang akan merasa termotivasi, memiliki moral kerja, rasa bangga dan kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya akan dapat memberi kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

Menurut Moenir (2008 : 16-17) pelayanan adalah proses pemenuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Pelayanan menurut Pasolong (2010 : 128) pada dasarnya dapat diidentifikasi sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Arief (2007 : 118) kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika

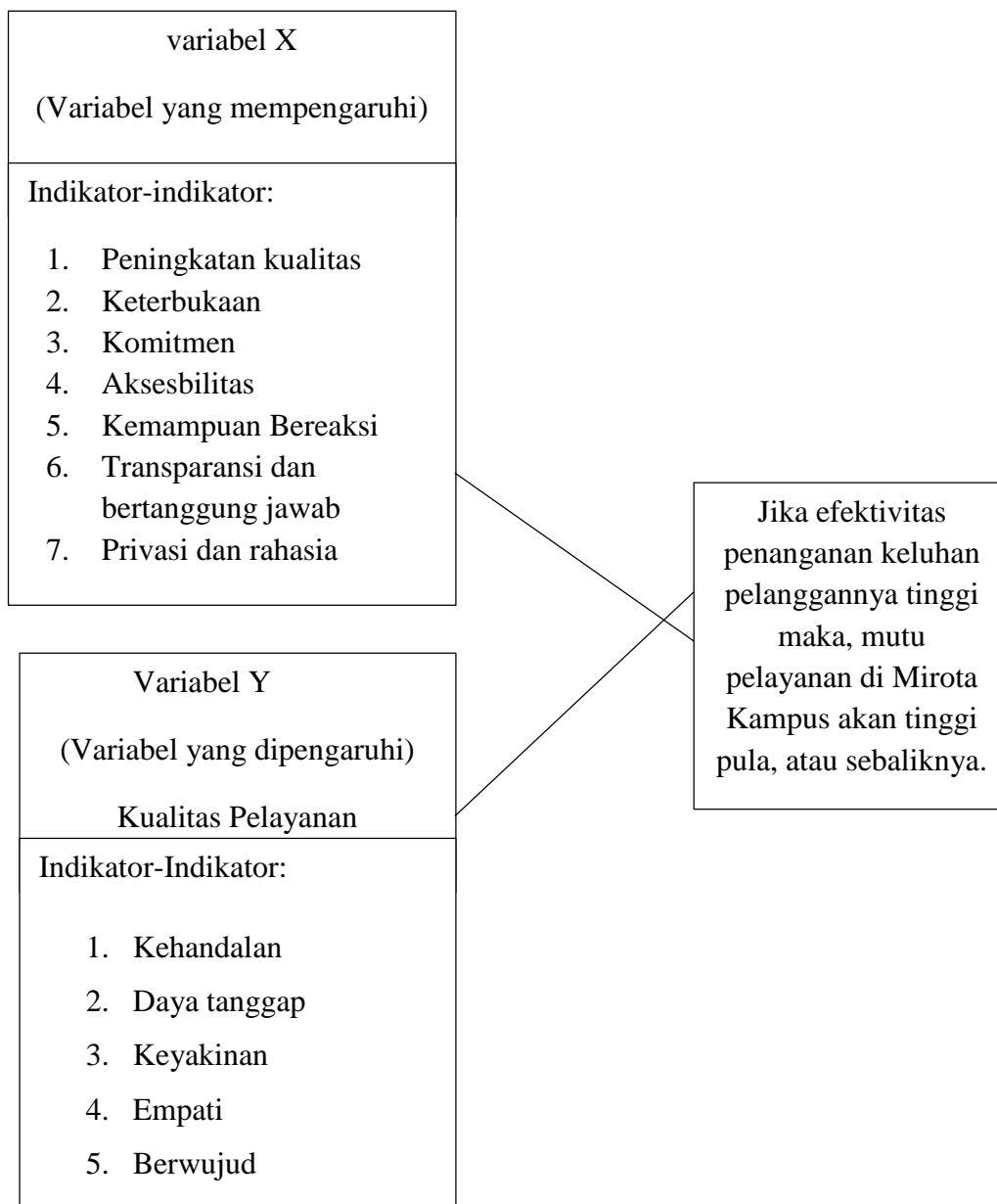
jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa atau pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Batinggi dan Ahmad (2013:193-198), secara garis besar ada 3 (tiga) macam pelayanan umum dilakukan ataupun ditemukan, yaitu:

- a. Pelayanan secara lisan
- b. Pelayanan melalui tulisan

Kerangka pemikiran

Kerangka berpikir dapat dilihat dalam Gambar berikut ini:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Sehubungan dengan permasalahan penulisan ini yaitu mengenai terdapatnya pengaruh yang signifikan antara efektivitas penanganan keluhan pelanggan terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta.

Selanjutnya hipotesis tersebut diuji secara statistik sehingga bentuknya menjadi:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas penanganan keluhan pelanggan terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas penanganan keluhan pelanggan terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta.

Penelitian Terdahulu

1. Berdasarkan tulisan yang ditulis oleh Dina Karina Karin (2012) dengan judul skripsi: "Pengaruh efektifitas penanganan pengaduan masyarakat terhadap kualitas pelayanan pada dinas kependudukan dan catatan sipil Kabupaten Tenggerang". hasil perhitungan sebesar 45,31 menunjukkan efektifitas penanganan pengaduan masyarakat dinilai kurang efektif dan nilai 59,46 menunjukkan kurang baiknya kualitas pelayanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Tenggerang. Selain itu, dalam perhitung menunjukkan adanya pengaruh antara efektifitas pengaduan masyarakat terhadap kualitas pelayanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Tenggerang sebesar 26,5%. solusi atas permasalahan yang muncul, pihak dinas sebaiknya mulai proaktif untuk menerima segala pengaduan yang muncul. Dengan begitu, berdasarkan pada hasil penelitian, dengan memaksimalkan efektifitas penanganan pengaduan masyarakat meningkatkan pula kualitas pelayanan bagi masyarakat atau sebaliknya.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2010:14), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode Analisis Data

Analisis data sebagai upaya mengelola data menjadi informasi, sehingga menjadi informasi dan dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian menggunakan analisis Regresi. Kuisisioner diuji terlebih dahulu menggunakan uji Validitas dan Reabilitas.

Hasil Penelitian

Analisis Data

Dalam tahap ini penulis akan mendiskripsikan data dari hasil penelitian yang dilakukan melalui kuesioner. Penulis menyebarkan kuesioner kepada seluruh sampel yaitu sebanyak 50 orang yang diambil secara *Aksidental*. Responden yang dipilih adalah pelanggan Mirota Kampus Yogyakarta.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teori tentang efektifitas penanganan keluhan pelanggan dari Gordon dalam Karin (2012 :67), yang terdiri dari 7 indikator yaitu, peningkatan kualitas, keterbukaan, komitmen, aksesibilitas, kemampuan bereaksi, transparansi dan tanggung jawab, serta privasi dan rahasia. Dan teori tentang Kualitas pelayanan dari Kotler (2009 :111), yang terdiri dari 5 indikator, yaitu kehandalan, daya tanggap, keyakinan, empati dan berwujud.

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan tabel 4.45 di atas hasil uji validitas dari variabel Independen yang meliputi efektifitas penanganan keluhan dan dependen yaitu Mutu pelayanan dapat diketahui bahwa instrumen yang diuji adalah valid (sahih) karena nilai korelasinya lebih dari 0,3, kecuali item 20 pada variabel efektifitas penanganan keluhan (x) dan item 14 pada variabel mutu pelayanan (y), sehingga kedua item tersebut tidak termasuk uji regresi.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari skor (skala pengukuran). Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah besarnya *cronbach's Lpha*. Instrumen penelitian tersebut handal apabila hasil pengujian menunjukkan alpha lebih besar dari 0,6. Hasil Uji Reabilitas dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Efektivitas penanganan keluhan sebesar 0,813, dan mutu pelayanan sebesar 0,843 nilai *cronbach's alpha* dari kedua variabel tersebut diatas 0,60 maka instrumen penelitian yang digunakan tersebut *reliabel*.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas penanganan keluhan pelanggan terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta”. Hasil dari uji Coefficients diatas, dapat dikemukakan nilai (konstan) = 27,242 dan nilai B = 0,643. Sehingga dari tabel di atas diperoleh persamaan perhitungan regresi sederhana, yaitu $Y = 27,242 + 0,643X$. Koefisien regresi sebesar 0,643 menyatakan bahwa penambahan satu skor jumlah efektivitas penanganan keluhan pelanggan diprediksi akan meningkatkan skor dalam kualitas pelayanan atau mutu sebesar 0,643. Sebaliknya, jika skor efektivitas penanganan keluhan pelanggan turun satu poin, maka mutu pelayanan juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,643. Jadi, tanda + menyatakan arah prediksi yang searah (linier). Keterangan kenaikan atau penurunan variabel terikat (X) akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan variabel bebas (Y).

a. Uji T

Uji t adalah dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada taraf nyata $\alpha = 0.05$. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($p < 0,05$). Uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis. Adapun uji t dari regresi diatas dapat dijelaskan bahwa pengaruh efektivitas penanganan keluhan (X) terhadap Mutu pelayanan Mirota Kampus Yogyakarta (Y). Berdasarkan tabel 4.48 dapat dilihat bahwa efektivitas penanganan keluhan (X) mempunyai nilai sig, $< 0,05$ ($p < 0,05$) yaitu sebesar 0,000. Dalam tabel 4.48 juga terlihat nilai t hitung adalah sebesar 5,009 sementara nilai t tabel adalah sebesar 1,677, sehingga nilai t hitung $> t \text{ tabel}$ ($5,009 > 1,677$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan antara efektivitas penanganan keluhan dengan mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta.

b. Uji koefisien Determinasi

Nilai R = 0,586 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,343 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi yaitu $R = 0,586$). Hal ini menunjukkan pengertian bahwa Mutu pelayanan (Y) dipengaruhi sebesar 34,3% atau 0,343 oleh efektivitas penanganan keluhan (X), sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 34,3\% = 65,7\%$) ditentukan oleh faktor lain. Dengan demikian hipotesis yang diterima adalah H_0 , yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas penanganan keluhan pelanggan terhadap mutu pelayanan Mirota Kampus Yogyakarta.

Pembahasan

Berdasarkan uji validitas yang menyatakan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid, karena nilai signifikannya $<5\%$ atau lebih kecil dari 0,05. Kecuali item 20 pada variabel efektivitas penanganan keluhan (x) dan item 14 pada mutu pelayanan (y). Berdasarkan uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reabel (handal), karena nilai cronbach alpha dari semua variabel $>0,6$. Berdasarkan uji validitas, tidak ada variabel yang dinyatakan gugur.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel efektivitas penanganan keluhan (Indpenden) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta, dimana pengaruh dihasilkan adalah positif. Adapun nilai signifikansi dari variabel efektivitas penanganan keluhan 0,000. Hal ini berarti apabila penanganan keluhan pelanggan semakin efektif, maka mutu pelayanan di Mirota Kampus akan semakin meningkat.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program spss 20 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,343. Hal ini berarti 34,3% mutu pelayanan dipengaruhi oleh variabel efektivitas penanganan keluhan Mirota Kampus, sedangkan sisanya yaitu 65,7% mutu pelayanan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan melalui analisis data statistik dari kuesioner yang disebar, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap efektivitas penanganan keluhan pelanggan Mirota Kampus dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,79 berada pada interval 3,41-4,20, dimana nilai tertinggi dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai “ Kesegeraan Perubahan Setelah Munculnya Keluhan” yaitu sebesar 4,04 walaupun demikian masih terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan mengenai “ Kesegeraan perubahan setelah munculnya keluhan, adanya peningkatan kualitas pelayanan setelah komplin, kemudahan dalam proses keluhan, publikasi jumlah keluhan kepada khalayak umum, dan penerimaan keluhan secara pribadi oleh karyawan”, karena masih ada jawaban responden yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut.

2. Tanggapan responden terhadap mutu pelayanan Mirota Kampus dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,809 berada pada interval 3,41-4,20, dimana nilai tertinggi dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai “Kemampuan Karyawan yang Baik dalam Melayani” yaitu sebesar 4,08 tetapi ada yang masih perlu diperhatikan mengenai “Kemampuan karyawan untuk mengetahui kebutuhan yang diperlukan pelanggan dan kemampuan berinteraksi yang baik dari karyawan kepada pelanggan”, karena masih ada jawaban responden yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut.
3. Terdapat hubungan positif antara efektivitas penanganan keluhan terhadap Mutu pelayanan, hal ini terlihat dari:
 - a. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,343 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi yaitu $R = 0,586$). Hal ini menunjukkan pengertian bahwa Mutu pelayanan (Y) dipengaruhi sebesar 34,3% atau 0,343 oleh efektivitas penanganan keluhan (X), sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 34,3\% = 65,7\%)$ ditentukan oleh faktor lain. Dengan demikian hipotesis yang diterima adalah H_0 , yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas penanganan keluhan pelanggan terhadap mutu pelayanan Mirota Kampus Yogyakarta.
 - b. Koefisien regresi sebesar 0,643 menyatakan bahwa penambahan satu skor jumlah efektivitas penanganan keluhan pelanggan diprediksi akan meningkatkan skor dalam kualitas pelayanan atau mutu sebesar 0,643. Sebaliknya, jika skor efektivitas penanganan keluhan pelanggan turun satu poin, maka mutu pelayanan juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,643. Jadi, tanda + menyatakan arah prediksi yang searah (linier). Keterangan kenaikan atau penurunan variabel terikat (X) akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan variabel bebas (Y).
 - c. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada taraf nyata $\alpha = 0,05$. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($p < 0,05$). Uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis. Adapun uji t dari regresi di atas dapat dijelaskan bahwa pengaruh efektivitas penanganan keluhan (X) terhadap Mutu pelayanan Mirota Kampus Yogyakarta (Y). Efektivitas penanganan keluhan (X) mempunyai nilai sig, $< 0,05$ ($p < 0,05$) yaitu sebesar 0,000. Dalam tabel 4.48 juga terlihat nilai t hitung adalah sebesar 5,009 sementara nilai t tabel adalah sebesar 1,677, sehingga nilai t hitung $>$ t tabel ($5,009 > 1,677$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berpengaruh

signifikan anantara efektivitas penanganan keluhan dengan mutu pelayanan di Mirota Kampus Yogyakarta.

Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh, terdapat peneliti mengajukan saran-saran yang dapat membantu pihak Mirota Kampus Yogyakarta, dalam meningkatkan kualitas atau mutu pelayanannya bagi pelanggan. Saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Karyawan Mirota Kampus diberikan pelatihan agar dapat meningkatkan pelayanan untuk kepuasan pelanggan
2. Kemampuan dan kecepatan karyawan Mirota Kampus harus ditingkatkan lagi agar pelanggan tidak lagi membutuhkan lama untuk mendapatkan pelayanan.

Daftar Pustaka

Arikunto dan Suharsimi, 2014, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi)*, Rineka cipta, Jakarta.

Arief, 2007, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Bayumedia Publishing, Jakarta.

Batinggi, Ahmad dan Ahmad, Madu, 2013, *Pelayanan Publik*, CV, Andi Offset, Yogyakarta.

Herlambang, susatyo, 2014, *customer service rumah sakit dan kesehatan*, gosyen publishing, yogyakarta

Iskandar, 2009, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (kuantitatif dan kualitatif)*, GP Press, Jakarta.

Karin, Dina Karina, 2012, *Skripsi: Pengaruh Efektifitas Penanganan Pengaduan masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Tangerang*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.

Majid, Suharto A, 2009, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportas*, Rajawali Pers, Jakarta.

Moenir, H.A.S, 2008, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta.

Muninjaya, a. A. Gde, 2011, *manajemen mutu pelayanan kesehatan*, EGC. Jakarta.

Pasolong, Harbani, 2007, *Teori Administrasi Publik*, Alfabeta, Bandung.

Pohan, Imbalo.S, 2013, *Jaminan Mutu Pelayanan Kesehatan: Dasar-Dasar Pengertian dan Penerapan*, Buku Kedokteran EGC, Jakarta.

Sarwono, Jonathan, 2007, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sudjana, 2007, *Metoda Statistik*, Tarsito Bandung, Bandung.

Sugiyono, 2008, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*, Alfabeta, Bandung

Sugiyono, 2007, *Statistika untuk penelitian*, Alfabeda, Bandung.

Umam, Khaerul, 2014, *Manajemen Perkantoran (Referensi Untuk Para Akademisi dan Praktisi)*, Pustaka Setia, Bandung.

Salay, Victor, 2013, *Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplin Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah Bank BRI di Surabaya*, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Wahyuni, yuyun, 2012, *dasar-dasar statistikdeskriptif*, nuha medika, yogyakarta.

Wijayanti, irine diana sari, 2010, *manajemen pemasaran usaha kesehatan*, nuha medika, yogyakarta.