



**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
PT CAKRA SATYA INTERNUSA (CSI INDONESIA)**

LAPORAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

DEVITA RAHMAH DILA

44218110027

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
TAHUN 2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devita Rahmah Dila
NIM : 44218110017
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Cakra Satya Internusa (CSI Indonesia)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 06 Juni 2023



Devita Rahmah Dila

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN


Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Devita Rahmah Dila
NIM : 44218110017
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Cakra Satya Internusa (CSI Indonesia)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si. ()
NIDN : 0311036703

Ketua Penguji : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. ()
NIDN : 0318116602

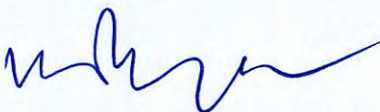
Penguji Ahli : Dr. Farid Hamid, M.Si. ()
NIDN : 0301117301

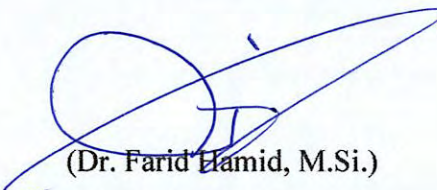
Jakarta, 06 Juni 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)


(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Devita Rahmah Dila
NIM : 44218110027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas
Pelanggan PT Cakra Satya Internusa (CSI Indonesia)

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercubuana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 06 Juni 2023

Yang menyatakan,



Devita Rahmah Dila

ABSTRAK

Nama : Devita Rahmah Dila
NIM : 44218110027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Cakra Satya Internusa (CSI Indonesia)
Pembimbing : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan. Penanganan keluhan adalah suatu sistem penanganan keluhan pelanggan dengan cara yang terorganisasi untuk menanggapi, mencatat laporan, dan menggunakan pengaduan untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan atas suatu produk/jasa yang ditandai dengan adanya perasaan yang mendalam, komitmen, dan dukungan terhadap produk/jasa tersebut. Konsep yang digunakan yaitu teori penetrasi sosial menjelaskan peran keterbukaan diri, keintiman, dan komunikasi dalam pengembangan hubungan interpersonal, sejalan dengan aktivitas dalam melakukan penanganan keluhan kepada pelanggan.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 77 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan cara menentukan mengklasifikasikan pelanggan berdasarkan periode kerjasama. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan metode penelitian kuantitatif eksplanatif melalui *survey* berupa penyebaran kuesioner. Subjek penelitian ini yaitu pelanggan di PT Cakra Satya Internusa (CSI Indonesia) dengan populasi 332 pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana nilai koefisien determinasi sebesar 0,493 atau 49,3%, dan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah masing-masing dimensi dari penelitian ini baik itu keterbukaan, empati, kecepatan, kewajaran, dan kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Penanganan Keluhan, Loyalitas Pelanggan, Teori Penetrasi Sosial, Penelitian Kuantitatif

ABSTRACT

Name : Devita Rahmah Dila
NIM : 44218110027
Study Program : Communication Science
Title : *The Effect of Complaint Handling on Customer Loyalty of PT Cakra Satya Internusa (CSI Indonesia)*
Counsellor : *Drs. Marwan Mahmudi, M.Si*

This study aims to determine and explain the effect of handling complaints on customer loyalty. Complaint handling is a system of handling customer complaints in an organized way to respond, record reports, and use complaints to improve service to customers. Customer loyalty is customer loyalty to a product/service characterized by deep feelings, commitment, and support for the product/service. The concept used, namely social penetration theory, explains the role of self-openness, intimacy, and communication in the development of interpersonal relationships, in line with activities in handling complaints to customers.

The number of samples used in this study was 77 respondents, with a sampling technique using simple random sampling by determining classifying customers based on the cooperation period. This study uses the positivism paradigm with explanatory quantitative research methods through surveys in the form of questionnaire distribution. The subjects of this study are customers at PT Cakra Satya Internusa (CSI Indonesia) with a population of 332 customers.

The results of this study show that handling complaints has a positive and significant effect on customer loyalty. Based on the results of a simple linear regression test, the value of the coefficient of determination is 0.493 or 49.3%, and the remaining 50.7% is influenced by other factors.

The conclusion of the results of this study is that each dimension of this study be it openness, empathy, speed, fairness, and ease has a positive influence on customer loyalty

Keywords: Complaint Handling, Customer Loyalty, Social Penetration Theory, Quantitative Research

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penangan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Cakra Satya Internusa” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang ikut serta memberikan kontribusi dalam penyusunan penelitian skripsi ini baik secara langsung maupun secara tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Marwan Mahmudi, M.Si., selaku dosen pembimbing yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Seluruh dosen Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Kepada kedua orang tua Bapak Deddy Wilman Aswin dan Ibu Verniza yang selalu memberikan doa serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
6. Kepada Bapak Wahyu Gunawan selaku Direktur PT Cakra Satya Internusa yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di perusahaan ini serta memberikan arahan kepada peneliti.
7. Kepada Indra, Ka Annan, Buaji, Dian, Ika, Kak Novia, Melinda, Dea dan Shella yang senantiasa memberikan semangat serta dukungan untuk bisa menyelesaikan perkuliahan ini.

8. Kepada teman-teman kelas karyawan Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
9. Kepada semua pihak yang ikut serta membantu peneliti dalam penelitian skripsi ini.

Peneliti beranggapan bahwa penelitian ini merupakan karya terbaik yang dapat peneliti persembahkan. Namun, peneliti menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, khususnya bagi semua pihak yang membutuhkan.



Jakarta, 06 Juni 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Devita Rahmah Dila', written over a horizontal line.

Devita Rahmah Dila

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.2.1 Komunikasi.....	14
2.2.2 Komunikasi Organisasi.....	17
2.2.3 <i>Social Penetration Theory</i> (Teori Penetrasi Sosial)	18
2.2.4 Public Relations	19
2.2.5 <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.2.6 Pelanggan.....	24
2.2.7 Penanganan Keluhan.....	26
2.2.8 Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2.9 Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	33
3.3.3 Teknik Sampling.....	34

3.3.4	Kerangka Sampling.....	35
3.4	Operasionalisasi Konsep	35
3.4.1	Definisi Konsep	35
3.5.1	Data Primer	39
3.5.2	Data Sekunder.....	39
3.5.3	Uji Validitas dan Reabilitas	40
3.6.	Teknik Analisis Data	45
3.6.1	Uji Korelasi.....	45
3.6.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	46
3.6.3	Uji F	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	Sejarah Perusahaan	49
4.1.2	Logo Perusahaan.....	50
4.1.3	Struktur Organisasi.....	51
4.1.4	Visi dan Misi.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Data Responden	52
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian Penanganan Keluhan	54
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian Loyalitas Pelanggan.....	70
4.2.4	Uji Korelasi.....	83
4.2.5	Uji Regresi Linier Sederhana.....	84
4.2.6	Uji F	85
4.3	Pembahasan	86
BAB V	KESIMPULAN	91
6.1	Kesimpulan.....	91
6.2	Saran.....	92
6.2.1	Saran Akademis	92
6.2.2	Saran Praktis	92
	DAFTAR PUSTAKA.....	93
	LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Tabel Operasional Konsep	37
Tabel 3.2 Kriteria Penafsiran Koefisiensi Validitas.....	41
Tabel 3.3 Pengujian Validitas Variabel Penanganan Keluhan (X).....	41
Tabel 3.4 Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	42
Tabel 3.5 Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	44
Tabel 3.6 Pengujian Reabilitas Variabel Penelitian.....	44
Tabel 3.7 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Lokasi Pelanggan	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 PT CSI berempati terhadap Pelanggan yang marah.....	54
Tabel 4.5 PT CSI memberikan perhatian khusus terhadap pelanggan yang memiliki keluhan.....	55
Tabel 4.6 PT CSI sangat peduli terhadap pelanggan yang memiliki konsen khusus terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT CSI.....	56
Tabel 4.7 PT CSI senantiasa mendengarkan dengan baik keluhan pelanggan	57
Tabel 4.8 PT CSI dengan cepat dalam melakukan tindak lanjut keluhan pelanggan	58
Tabel 4.9 Pelanggan dengan cepat mendapatkan timbal balik atas keluhan yang disampaikan.....	59
Tabel 4.10 PT CSI segera menanggapi dan memberikan <i>action plan</i> terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.....	60
Tabel 4.11 PT CSI dengan sigap dan cepat menyampaikan hasil <i>action plan</i> terhadap keluhan pelanggan.....	61
Tabel 4.12 PT CSI memberikan kewajaran informasi dalam pemecahan masalah	62

Tabel 4.13 PT CSI memberikan keadilan kepada pelanggan dalam memecahkan masalah.....	63
Tabel 4.14 Pelanggan mendapatkan informasi tindaklanjut pemecahan masalah dengan terbuka/transparan	64
Tabel 4.15 PT CSI memberikan <i>win-win solution</i> atas permasalahan yang terjadi dengan mempertimbangkan keuntungan kedua belah pihak	65
Tabel 4.16 Pelanggan dengan mudah menghubungi perusahaan	66
Tabel 4.17 Pelanggan dapat 24 jam menyampaikan keluhan kepada PT CSI.....	67
Tabel 4.18 Pelanggan dapat dengan mudah menghubungi PIC area PT CSI	68
Tabel 4.19 PIC area PT CSI selalu bisa dihubungi kapan saja	69
Tabel 4.20 Saya akan melakukan repeat order kontrak kerjasama	70
Tabel 4.21 Saya selalu berkeinginan melakukan perpanjangan kontrak dengan PT CSI	71
Tabel 4.22 Saya selalu merasa puas dan akan terus menggunakan pelayanan jasa PT CSI.....	72
Tabel 4.23 Saya akan melakukan perpanjangan kontrak kerjasama secara terus menerus	73
Tabel 4.24 Saya akan menggunakan pelayanan jasa yang ada di PT CSI.....	74
Tabel 4.25 Saya tidak akan menggunakan pelayanan jasa dari perusahaan lain ...	75
Tabel 4.26 Saya akan merekomendasikan PT CSI kepada orang lain.....	76
Tabel 4.27 Saya akan mempromosikan berbagai jasa yang dimiliki PT CSI kepada orang lain.....	77
Tabel 4.28 Saya akan menginformasikan jasa PT CSI kepada rekan sesama bisnis yang membutuhkan jasa yang dimiliki PT CSI.....	78
Tabel 4.29 Hal positif PT CSI Selalu saya rekomendasikan kepada orang lain	79
Tabel 4.30 Saya akan menunjukkan keunggulan PT CSI kepada pesaing	80
Tabel 4.31 Banyak kompetitor lain yang menawarkan jasanya, namun saya tetap percaya dengan pelayanan jasa PT CSI	81
Tabel 4.32 Jika ada terpaan isu negatif yang beredar mengenai PT CSI saya akan diam dan memberitahukan kepada PT CSI.....	82

Tabel 4.33 Hasil Uji Korelasi.....	83
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	84
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	84
Tabel 4.36 Hasil Uji F (Pengaruh)	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Total Revenue Semester I 2021 vs Semester I 2022	5
Gambar 1. 2 Perbandingan Total Keluhan Pelanggan Semester I 2021 vs Semester I 2022	6
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	50
Gambar 4. 2 Stuktur Organisasi Perusahaan.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2: Jawaban Responden Variabel X (Penanganan Keluhan)	100
Lampiran 3: Jawaban Responden Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	101
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Variabel X (Penanganan Keluhan).....	102
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	103
Lampiran 6: Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Y	104
Lampiran 7: Hasil Uji Korelasi	104
Lampiran 8: Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	104
Lampiran 9: Hasil Uji F	105
Lampiran 10: Kuesioner Pra Riset	105
Lampiran 11: Hasil Kuesioner Pra Riset.....	106
Lampiran 12: Surat Izin Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 13: Surat Selesai Penelitian	108
Lampiran 14: Surat Ucapan Terima kasih Penelitian	109
Lampiran 15: Curriculum Vitae.....	110

