



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif

Viera Septia Nur¹, Dhuha Safria², Chanissa Purwaningrum³

^{1,2,3}*Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta*

Email : vieraseptianur99@gmail.com¹, dhuha.dhf@bsi.ac.id², chanissa.csp@bsi.ac.id³

Article Info

Article history:

Received October 11, 2025

Revised October 14, 2025

Accepted October 19, 2025

Keywords:

Service Quality, Complaint Handling, Customer Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and complaint handling on customer satisfaction at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. The research method used is a survey with a quantitative approach. The population in this study were customers of PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif, with an accidental sampling technique of 98 respondents. The results of the study indicate that partially, service quality (X1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y), as evidenced by the calculated t value (6.125) > t table (1.986) and significance (0.000) < 0.05. Complaint handling (X2) also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with the calculated t value (3.808) > t table (1.986) and significance (0.000) < 0.05. Simultaneously, both variables (X1 and X2) have a significant effect on customer satisfaction (Y), as indicated by the calculated f value (222.520) > f table (3.093) and significance (0.000) < 0.05. Thus, service quality and complaint handling are important factors in increasing customer satisfaction.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received October 11, 2025

Revised October 14, 2025

Accepted October 19, 2025

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan,
Penanganan Keluhan,
Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif, dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* sebanyak 98 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dibuktikan dengan nilai t hitung (6,125) > t tabel (1,986) dan signifikansi (0,000) < 0,05. Penanganan keluhan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t hitung (3,808) > t tabel (1,986) dan signifikansi (0,000) < 0,05. Secara simultan, kedua variabel (X1 dan X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sebagaimana ditunjukkan oleh nilai f hitung (222,520) > f tabel (3,093) dan signifikansi (0,000) < 0,05. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



**Corresponding Author:**

Viera Septia Nur

Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: vieraseptianur99@gmail.com**PENDAHULUAN**

PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif yang berlokasi di Jakarta Pusat merupakan dealer resmi untuk kendaraan bermotor merek Mitsubishi yang menyediakan layanan penjualan unit kendaraan, termasuk kendaraan penumpang dan kendaraan komersial, termasuk juga penjualan suku cadang original, pelayanan bengkel serta perbaikan bodi kendaraan.

PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif merupakan jenis usaha yang tidak hanya menawarkan produk berupa fisik, tapi juga produk jasa, atau kombinasi dari keduanya. Apa yang dibeli oleh pelanggan di PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif tidak hanya sekedar produk dalam bentuk fisiknya, tetapi jugamencangkup manfaat lain yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang disediakan oleh perusahaan melalui produk tersebut. Ketidapuasan ini akan berdampak negatif pada reputasi perusahaan jika tidak ditangani dengan baik. Menurut Yap et al dalam (Hafidz & Muslimah, 2023) melakukan pembelian, pelanggan cenderung menilai pengalaman mereka sebagai positif jika hasilnya sesuai atau melampaui harapan mereka, dan cenderung menilai pengalaman mereka secara negatif jika hasilnya tidak memuaskan.

Menurut Kotler dalam (Kurniawan & Firdiansjah, 2020) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan ungkapan senang atau kecewa yang timbul setelah memperbandingkan kinerja hasil produk atau jasa yang di terima dengan kinerja hasil yang diharapkan konsumen. Selain itu ada kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Basri dalam (Khakim et al., 2024) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan, yang diukur berdasarkan kesesuaian antara persepsi pelanggan dan layanan yang diterima.

Penanganan keluhan pada dasarnya dapat dilakukan melalui berbagai macam langkah seperti menjadi pendengar yang baik, meminta maaf, memberikan informasi terkait atas keluhan yang dialami, memberikan bantuan, menyampaikan solusi atas permasalahan, memahami kondisi melakukan *follow up* hingga mendapatkan pelanggan, menurut Batin dalam (Purnama et al., 2025).

Penanganan keluhan tersebut akan di *follow up* oleh bagian pelayanan menggunakan aplikasi maupun email, Keberadaan keluhan pelanggan harus ditangani secara cepat dan terdokumentasi dengan baik. Cara yang dapat diambil adalah mengembangkan sistem yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, karena penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan pelayanan terhadap informasi pelanggan (Ayu et al., 2021). Berdasarkan hasil survei, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada perusahaan. Pertama, terdapat pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan administrasi. Kedua, terdapat pelanggan yang tidak puas dengan respon atau kesepakatan pelayanan. Ketiga, terjadi masalah pada penyedia layanan kurang tanggap.

Pengertian kualitas pelayanan, pelayanan merupakan aspek yang tidak bisa diabaikan karena konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan untuk memikirkan pembelian kembali” menurut Rembulan dalam (Saputra & Rosihan, 2023). Menurut Eriyanti dan Kusmadeni dalam (Fajrotul Nurjamilah et al., 2023) kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskankebutuhan-kebutuhan konsumen, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.

Karakteristik Pelayanan menurut (Subariyanti, 2020) pelayanan sifatnya tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi, pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya tindak sosial,produksi dan



konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadian bersamaan dan terjadi ditempat yang sama. Dimensi dan indikator kualitas pelayanan menurut Parasuaraman, Zeithml, dan Berry dalam (Afriansyah, 2020) yaitu, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

Penanganan keluhan pelanggan merupakan suatu proses yang mencakup penerimaan, tanggapan dan penyelesaian masalah yang disampaikan oleh pelanggan secara cepat dan efektif, karena penanganan keluhan ini sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayan dan keluhan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pelayanan. Menurut Daryanto dalam (Ratna, 2022) keluhan adalah ungkapan dari rasa ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan dan kemarahan atas layanan atau produk. Dimensi dari penanganan keluhan Menurut Tjiptono dan Chandra dalam (Jelidia, 2024) menentukan bahwa terdapat empat dimensi dalam penanganan keluhan dan model yang mereka buat merupakan kombinasi dari model penanganan keluhan, yaitu *emphaty* (empati dalam penanganan keluhan), *responsiveness* (kecepatan dalam penanganan keluhan), *Fairnes* (Kewajaran atau keadilan penanganan keluhan), Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam (Kasmir, 2017) kepuasan pelanggan berasal dari kata latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan (*facto*) melakukan atau membuat. Menurut Armania dalam (Agus & Naufal, 2021) kepuasan adalah reaksi tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan ketika mereka mengalami atau menggunakan suatu produk atau jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Menurut Lupyoadi dalam (Sihombing & Dewi, 2019) adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan atau Jasa, Emosi, Harga, Biaya. Terdapat dimensi kepuasan pelanggan menurut Yudita dan Sugiyono dalam (Nurhidayati, 2024) yaitu terpenuhnya harapan konsumen, sikap keinginan menggunakan produk atau jasa, merekomendasikan kepada pihak lain, kualitas pelayanan, loyal, reputasi yang baik, lokasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan deskriptif, pengambilan data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner melalui google form. Metode penelitian kuantitatif ini pada penerapannya dipergunakan untuk meneliti populasi dan sampel yang sudah ditentukan, teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *sampling* aksidental, pengambilan data ditentukan dengan instrument penelitian. Populasi pada riset ini ialah pelanggan PT Dipo Internasional Pahala Otomotif yang berjumlah 130 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin sebagai alat dalam penentuan sampel penelitian, sehingga yang menjadi responden adalah sebanyak 98 orang. Pengukuran variabel tersebut menggunakan skala likert yang pada penerapannya menggunakan opsi jawaban yang dapat dipilih antara sangat setuju sampai sangat tidak setuju, yang memiliki nilai 1-5 untuk setiap opsi pilihan jawaban, skala likert menurut (Pasaribu et al., 2022) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

1. Uji Validitas

Menurut (Hantono, 2020) validitas berasal dari kata *validity* yang memperlihatkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Hantono, 2020) uji reliabilitas *reability* adalah pengujian yang menunjukkan apakah suatu instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi dapat dipercaya untuk



mengungkap informasi dilapangan sebagai alat pengumpulan data.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut (Hantono, 2020) digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data secara ordinal, interval, ataupun rasio, pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

4. Uji Multikolinearitas

Menurut (Hantono, 2020) uji multikolinearitas ini digunakan untuk melihat hubungan antar variabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinearitas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen.

5. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Hantono, 2020) adalah uji yang menilai apakah ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear.

6. Regresi Linear Berganda

Menurut (Hantono, 2020) adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau *predictor*. Dalam bahas inggris, istilah ini disebut dengan *multiple linear regression*. Pada regresi linear berganda jika jumlah variabel bebas lebih dari satu. Sedangkan jika jumlah variabel bebas hanya ada satu saja, maka itu yang disebut dengan regresi linear sederhana.

7. Uji T

Menurut (Hantono, 2020) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen secara parsial dari masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel dependen.

8. Uji F

Menurut (Hantono, 2020) digunakan untuk menentukan signifikansi keseluruhan model regresi berganda. Dengan kata lain uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen.

9. Uji Koefisien Determinasi

Menurut (Sahir, 2022) koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai R^2 semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis uji t secara parsial nilai signifikansi pada penelitian ini sebesar 6,125 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai t hitung $(6,125) > t \text{ tabel } (1,986)$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_3 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Penanganan Keluhan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, membuktikan bahwa adanya pengaruh antara variabel penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Hal tersebut dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar $(3,808)$ lebih besar dari t tabel sebanyak $(1,986)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.



Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Penanganan Keluhan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis uji f secara simultan, nilai signifikansi pada penelitian ini sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai f hitung $(222.520) > f \text{ tabel } (3,093)$. dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai t hitung $(6,125) > t \text{ tabel } (1,986)$. Terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

1. Hipotesis 1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dimana kualitas pelayanan dengan t hitung sebesar $(6,125) > t \text{ tabel } (1,986)$ dan nilai signifikansi $(0,000) > (0,05)$. Dengandemikian, H_1 diterima, yang artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Dipo Internasional Pahala Otomotif.
2. Hipotesis 2 : Penanganan Keluhan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa penanganan keluhan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dimana penanganan keluhan dengan t hitung sebesar $(3,808) > t \text{ tabel } (1,986)$ dan nilai signifikansi $(0,000) > (0,05)$. Dengan demikian, H_2 diterima, yang artinya penanganan keluhan secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Dipo Internasional Pahala Otomotif.
3. Hipotesis 3 : Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Penanganan Keluhan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Hasil pengujian dari uji F menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan, Dimana kualitas pelayanan dan penanganan keluhan dengan f hitung sebesar $(222,520) > f \text{ tabel } (3,093)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < (0,05)$. Dengan demikian, H_3 diterima, yang artinya kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Dipo Internasional Pahala Otomotif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, R. (2020). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kyriad Muraya Banda Aceh (Metode Service Quality)*.
- Agus, B. S., & Naufal, H. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*.
- Fajrotul Nurjamilah, S., Sahri Romadon, A., & Eka Putri, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada “Kopima Aja.” *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Hantono. (2020). *Metodologi Penelitian Skripsi Dengan Aplikasi SPSS*. Deepublish Publisher.
- Jelidia, A. (2024). *Gambaran Penanganan Keluhan Pasien Rawat Jalan di Puskesmas Lintau Buo*. 15(1), 37–48.



- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Khakim, A. L., Mahbub, M., Abadi, M. D., Ekonomi, F., Teknologi, I., & Dahlan,A. (2024). *Determinan Kepuasan Pelanggan : Kualitas Layanan dan Harga*.
- Kurniawan, B., & Firdiansjah, A. (2020). *Kepuasan Pelanggan Perspektif Inovasi Layanan,Reputasi Perusahaan dan Nilai Pelanggan*. Samudra Biru.
- Nurhidayati, N. (2024). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di cv sumber mina rejeki jakarta utara*.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. ., & Aji, R. H. . (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Purnama, I. W., Ansori, M., Mubarak, A. F., Islam, U., Ulama, N., Keluhan, P., & Bermasalah, P. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap pembiayaan bermasalah di bmt artha abadi*.
- Ratna, T. (2022). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complain Handling) terhadap Kepercayaan Pelangan pada Minimarket Indomaret di Kota Bitung (Studi Kasus Indomaret Winenet). *Journal on Education*.
- Sahir, S. . (2022). *Metodologi Penelitian KBM Indonesia*.