

## **PENGARUH PENANGANAN KELUHAN (*COMPLAINT HANDLING*) TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN MAHASISWA PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI BANDAR LAMPUNG**

Susni Indriyani<sup>1</sup>, Selvy Mardiana<sup>2</sup>

STIE Mitra Lampung, Jl. Z.A Pagar Alam No 7, Gedong Meneng Bandar Lampung, 0721 788960

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen STIE Mitra Lampung

susiindri@umitra.ac.id , selvymardiana512@yahoo.com

### **ABSTRACT**

*The complaint provided by the customer in the use of the product or service is a feedback on the quality of products or services used by customers. The more complaints provided by the customer requires extra attention for any company that received complaints for repair in the manufacture of products or services. Student complaints with the service provided is important because increased revenues resulted in the displacement of students getting higher. Faktor physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) and empathy (X5) in the handling of complaints is important that students feel the complaint was well received. Trust and commitment to student education service users to be very important to maintain the image of universities in society.*

*Services in education is an essential element for the creation of a conducive academic atmosphere for the implementation of a successful learning process. In educational institutions excellent service to students is one of the factors that need to be considered well to maintain smooth student study. The purpose of this study to find out how how empathy psychological influence on the trust and commitment of students with explanatory research method by conducting a survey to students in private universities in Bandar Lampung.*

*Results from this study is the physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) and empathy (X5) have positive influence and significant impact on the trust and commitment of students, which is given by the supervisor of academic, education personnel, as well as other lecturers provide confidence and commitment to the students that the complaint was handled well and mendapatkan appropriate solutions. The most dominant variable is a variable that affects empathy.*

**Keywords:** *Complaints, Confidence, Commitment*

### **ABSTRAK**

Keluhan yang diberikan oleh pelanggan dalam pemakaian produk atau jasa merupakan suatu umpan balik dari kualitas produk atau jasa yang digunakan oleh pelanggan. Semakin banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan membutuhkan adanya perhatian ekstra bagi setiap perusahaan yang menerima keluhan untuk memperbaiki dalam pembuatan produk atau jasa. Keluhan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan merupakan hal penting diperhatikan karena peningkatan pendapatan mengakibatkan perpindahan peserta didik semakin tinggi. Faktor bukti fisik (X<sub>1</sub>), kehandalan (X<sub>2</sub>), daya tanggap (X<sub>3</sub>), jaminan (X<sub>4</sub>) dan empati (X<sub>5</sub>) dalam penanganan keluhan merupakan hal penting sehingga mahasiswa merasakan keluhannya diterima dengan baik.

Kepercayaan dan komitmen mahasiswa pengguna jasa pendidikan menjadi sangat penting untuk menjaga citra perguruan tinggi dimata masyarakat. Pelayanan dalam pendidikan merupakan unsur penting demi terciptanya suasana akademik yang kondusif untuk

terlaksananya proses belajar mengajar yang sukses. Pada institusi pendidikan pelayanan prima kepada mahasiswa merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dengan baik untuk menjaga kelancaran studi mahasiswa.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bagaimana empati secara psikologis berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa dengan metode explanatory research dengan melakukan survey kepada mahasiswa di perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung.

Hasil dari penelitian ini adalah bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa, yang diberikan oleh dosen pembimbing akademik, tenaga kependidikan, serta dosen lainnya memberikan kepercayaan dan komitmen mahasiswa bahwa keluhannya ditangani dengan baik dan mendapatkan solusi yang tepat. Variabel yang paling dominan yang mempengaruhi adalah variabel empati.

**Kata Kunci : Keluhan, Kepercayaan, Komitmen.**

## I. PENDAHULUAN

Pelayanan dalam dunia pendidikan merupakan unsur penting untuk terciptanya suasana akademik yang kondusif untuk terlaksananya proses belajar mengajar yang sukses. Pada institusi pendidikan pelayanan prima kepada mahasiswa merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dengan baik untuk menjaga kelancaran studi mahasiswa. Proses pelayanan terhadap mahasiswa ada kecenderungan dilaksanakan tidak sesuai dengan standar pelayanan minimal yang harus diberikan kepada mahasiswa sehingga mahasiswa cenderung mengeluh terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil dari studi pendahuluan salah satu keluhan yang di sampaikan mahasiswa adalah lambatnya proses pengurusan administrasi keuangan yang berkaitan dengan proses pembayaran uang

sumbangan pendidikan (SPP) sehingga mahasiswa mengeluh. Selain itu keluhan yang sering diungkapkan mahasiswa mencakup banyak hal yang berkaitan dengan sarana dan prasarana kuliah, proses belajar, kelengkapan referensi di perpustakaan dan tingginya biaya kuliah. Hal ini memerlukan perhatian dan perbaikan untuk kemajuan perguruan tinggi untuk meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan.

Keluhan yang diberikan oleh pelanggan dalam pemakaian produk atau jasa merupakan suatu umpan balik dari kualitas produk atau jasa yang digunakan oleh pelanggan. Semakin banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan membutuhkan adanya perhatian ekstra bagi setiap perusahaan yang menerima keluhan untuk memperbaiki dalam pembuatan produk atau jasa. Untuk itu

setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dengan cara menyediakan produk yang mutunya lebih baik dan harga yang relatif terjangkau.

Kualitas pelayanan dalam bidang pendidikan bukanlah hal yang dapat diperoleh dengan mudah dan tanpa usaha. Suatu jasa disebut berkualitas jika jasa tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan.

1. Memberikan masukan kepada manajemen, yayasan pendidikan pada perguruan tinggi swasta dalam membuat kebijakan atas pelayanan yang diberikan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa pada perguruan tinggi swasta
2. Memberikan masukan untuk pembuatan pedoman dan *standard operating procedure* dalam pelaksanaan manajemen perguruan tinggi swasta.
3. Meningkatkan mutu pendidikan dan kualitas lulusan dengan terciptanya suasana akademis yang kondusif.

## **KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS**

### **Teori Tentang Pemasaran Jasa**

Menurut Lupyoadi dan Hamdani (2011:13) dalam pemasaran, banyak hal

Kepuasan berkaitan erat dengan pemenuhan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Dari uraian pada latar belakang di atas, dirumuskan masalah sebagai berikut : bagaimana pengaruh penanganan keluhan (*complaint handling*) terhadap kepercayaan, dan komitmen mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung Keutamaan dari penelitian ini antara lain :

yang dapat digali baik hal yang baru maupun hal yang lama atau klasik, untuk itu apabila dilihat dari perkembangannya maka pemasaran itu sendiri dari waktu ke waktu terus mengalami perkembangan. Perubahan itu dapat berasal dari lingkungan yang secara tidak langsung juga mempengaruhi pemasaran itu sendiri.

Pertumbuhan sektor jasa yang begitu cepat dipicu oleh perubahan yang berkaitan dengan demografis, perubahan psikografis, perubahan sosial, perubahan perekonomian perubahan bidang politik dan hukum. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit, kata jasa (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk (Lupyoadi dan Hamdani, 2011).

### **Teori Tentang Pelayanan**

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat *intangible* (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain. Pelayanan dapat juga dikatakan sebagai aktivitas manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Kotler dalam Tjiptono (2000) mendefinisikan pelayanan sebagai: "Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu." Dari beberapa definisi di atas dapat dilihat betapa peranan pelayanan sangat diperlukan yang dititik beratkan kepada para pengguna jasa perbankan yang datang ke perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan kepuasan tertentu sehingga dapat menjadi pengguna jasa bagi perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pengguna jasa.

### **Penanganan Keluhan (*complaint Handling*)**

Menurut Tjiptono (2005) pengertian keluhan adalah Secara sederhana, keluhan

bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, di antaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, saluran telepon khusus, *website*, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*. Situasi ini dikenal dengan istilah "*Recovery Paradox*".

Berdasarkan berbagai riset psikologi konsumen, keluhan bisa dibedakan menjadi dua tipe *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 merupakan tambang emas keberhasilan tapi juga sebagai awal dari malapetaka dimasa mendatang. Hal ini sangat tergantung dari bagaimana perusahaan menghargai saat kontak dengan pelanggan. (Leboeuf,1992:176). Ada tiga alasan utama yang menyebabkan program keluhan pelanggan memberikan keuntungan yang besar :

1. Keluhan memperlihatkan bidang-bidang yang membutuhkan perbaikan.
2. Keluhan merupakan kesempatan kedua untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan yang kecewa.

3. Keluhan merupakan suatu peluang untuk memperkuat loyalitas pelanggan. (Leboeuf, 1992:174-175).

### **Komitmen Pelanggan (*Commitment*)**

Morgan and Hunt (1994) mendefinisikan komitmen sebagai “*an exchange partner believing that on going relationship with another is so important as to warrant maximum efforts at maintaining it; that is, the committed party believes the relationship is worth working on to ensure that it endures indefinitely.*”

Definisi ini hampir sama dengan yang disampaikan oleh Moorman *et al.* (1992) yang menyatakan bahwa komitmen sebagai keinginan yang terus – menerus untuk memelihara hubungan yang bernilai. *Relationship* yang bernilai berhubungan dengan keyakinan bahwa komitmen relasional hanya ada ketika *relationship* dipertimbangkan sebagai hal yang penting.

Selain itu, keinginan yang terus menerus untuk mempertahankan hubungan berhubungan dengan pandangan bahwa mitra yang komit menginginkan *relationship* dapat berjalan terus-menerus dan akan berusaha untuk mempertahankannya. Barnes (2003:150) menyatakan bahwa komitmen adalah suatu keadaan psikologis yang secara global mewakili pengalaman

ketergantungan pada suatu hubungan; komitmen meringkas pengalaman ketergantungan sebelumnya dan mengarahkan reaksi pada situasi baru. Komitmen merupakan orientasi jangka panjang dalam suatu hubungan, termasuk keinginan untuk mempertahankan hubungan itu.

### **Kepercayaan pelanggan (*Trust*)**

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes, 2003:148).

Menurut Barnes (2003:149), beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

1. kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu
2. watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan
3. kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko

4. kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra

Komponen-komponen kepercayaan ini dapat diberi label sebagai dapat diprediksi, dapat diandalkan dan keyakinan. Dapat diprediksi direfleksikan oleh pelanggan yang mengatakan bahwa mereka berurusan dengan perusahaan tertentu karena “saya dapat mengharapkannya.” Dapat diandalkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang berkembang sampai pada titik dimana penekanan beralih dari perilaku tertentu kepada kualitas individu – kepercayaan pada individunya, bukan pada tindakan tertentu. Keyakinan direfleksikan dari perasaan aman dalam diri pelanggan bahwa mitra mereka dalam hubungan tersebut akan “menjaga mereka.”

Hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa.

## II. METODE PENELITIAN

### Lokasi

Penelitian dilakukan pada Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung pada Januari 2014 – Desember 2014 Berdasarkan jenis masalah yang diteliti, teknik dan alat yang digunakan maka

pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan jenis penelitian adalah studi kasus yang didukung oleh survey yang mengumpulkan data mengenai penanganan keluhan dengan variabel penelitian. Adapun sifat penelitian adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*).

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua Perguruan Tinggi Swasta yang memiliki Program Studi Manajemen. Jumlah populasi dalam penelitian ini terukur tapi tidak dapat dilakukan penelitian secara keseluruhan sehingga harus dilakukan pengambilan sampel. karena tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi, jadi penarikan sampel dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2003). Untuk itu penulis menggunakan teknik penarikan sampel dengan cara kuota sampel (Sugiyono, 2003), yaitu mengumpulkan sampel dari populasi yang ada mempunyai ciri-ciri tertentu, yaitu yang telah melakukan keluhan secara langsung ke unit pelayanan. Jumlah kuota dari masing-masing perguruan tinggi ditetapkan sebanyak 20 orang.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam kegiatan penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dengan menggunakan metode yaitu :

1. Pengamatan (*Observation*), yaitu mengamati kegiatan yang dilakukan perguruan tinggi swasta dalam melayani mahasiswanya.
2. Wawancara (*Interview*) yang dilakukan dengan mahasiswa dan karyawan atau pihak-pihak lain yang berhak memberikan informasi dan data mengenai perguruan tinggi.
3. Daftar Pertanyaan (*Questionnaire*), yang diberikan kepada responden (mahasiswa) di perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung
4. Studi Dokumentasi, dengan pengumpulan pedoman-pedoman perguruan tinggi swasta.

Dalam menganalisis data yang dikumpulkan diklasifikasikan dan diinterpretasikan sehingga dapat dijelaskan masalah dan kendala pada penanganan keluhan dalam hal ini kualitas pelayanan sehingga diperoleh alternatif-alternatif penyelesaian dalam upaya meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa pada perguruan tinggi swasta. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas (x) dengan variabel terikat (y) digunakan analisis statistik yaitu

regresi linier berganda, dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Y = kepercayaan, kepuasan dan komitmen mahasiswa

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = koefisien  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$

$X_1$ , = tangible

$X_2$  = empathy

$X_3$  = responsiveness

$X_4$  = reliability

$X_5$  = assurance

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa. Pada penelitian ini, uji regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan *program SPSS 19.0*. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,869	4,560		2,164	,033
	buktifisik	,123	,064	,187	1,918	,058
	kehandalan	,096	,113	,092	,852	,397
	dayatanggap	-,153	,123	-,125	-1,248	,215
	jaminan	,223	,165	,126	1,357	,178
	empati	,661	,215	,339	3,068	,003

a. Dependent Variable: kekom  
sumber : hasil pengolahan data 2014

Maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

$$Y = 9,869 + 0.123X_1 + 0.96X_2 - 0.153X_3 + 0.223X_4 + 0.661X_5$$

Dari persamaan regresi linier di atas dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi mempunyai nilai konstanta sebesar 9.869, nilai tersebut mempunyai arti bahwa jika tidak ada semua variabel independen yaitu bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) maka variabel kepercayaan dan komitmen mahasiswa ( $Y$ ) nilainya adalah 9.869. Untuk koefisien regresi variable bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0.123 artinya jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai variabel bukti fisik, maka akan meningkat kepercayaan dan komitmen mahasiswa sebesar 12.3%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel bukti fisik dengan variabel kepercayaan dan komitmen mahasiswa, semakin naik nilai

bukti fisik ( $X_1$ ) maka semakin naik kepercayaan dan komitmen mahasiswa ( $Y$ ).

Hal ini didukung berdasarkan hasil wawancara dengan para responden bahwa semakin baik fasilitas kampus yang disediakan memberikan kepercayaan kepada mahasiswa bahwa kampus akan melakukan penanganan keluhan dengan baik. Hal ini berkaitan dengan bukti fisik yang dimiliki setiap kampus, misalnya sarana perpustakaan dan fasilitas penunjang belajar lainnya.

Koefisien regresi variabel kehandalan ( $X_2$ ) sebesar 0.096 artinya jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai variabel kehandalan dengan nilai variabel lainnya, konstan, maka variabel kehandalan akan mempengaruhi tingkat kepercayaan dan komitmen mahasiswa sebesar 9.6%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kehandalan dengan variabel kepercayaan dan komitmen mahasiswa, semakin naik nilai kehandalan ( $X_2$ ) maka akan

meningkatkan nilai kepercayaan dan komitmen mahasiswa (Y) dalam penanganan keluhan mahasiswa.

Kehandalan para staf pengajar dan tenaga kependidikan menjadi faktor yang cukup penting dalam penanganan keluhan, semakin handal para tenaga kependidikan dan staf pengajar dalam menangani keluhan mahasiswa akan meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa.

Koefisien regresi variabel daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar -0.153 artinya jika setiap terjadi penurunan 1 nilai variabel daya tanggap dengan nilai variabel variabel lainnya konstan, maka variabel daya tanggap akan mempengaruhi tingkat kepercayaan dan komitmen mahasiswa sebesar 15.3%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi jika terjadi penurunan daya tanggap akan mempengaruhi penurunan kepercayaan dan komitmen mahasiswa, angka ini cukup signifikan dan perlu mendapatkan perhatian pengelola perguruan tinggi karena kecepatan penanganan keluhan menjadi faktor penting dalam pelayanan, semakin cepat keluhan ditangani kepercayaan mahasiswa terhadap pengelola perguruan tinggi terhadap keluhan yang disampaikan dapat diselesaikan.

Koefisien variabel jaminan ( $X_4$ ) merupakan koefisien yang tertinggi yaitu sebesar 0.223 artinya jika setiap terjadi

kenaikan 1 nilai variabel jaminan, maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan dan komitmen mahasiswa sebesar 22.3%. Karena variabel buki fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati adalah suatu kesatuan dan secara konsisten dalam membentuk kepercayaan dan komitmen mahasiswa. Oleh karena itu, jika variabel jaminan diuji secara parsial tidak akan ada pengaruh yang berarti/signifikan terhadap variabel kepercayaan dan komitmen mahasiswa (Y). Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel jaminan dengan variabel kepercayaan dan komitmen mahasiswa, semakin naik nilai jaminan ( $X_4$ ) maka akan meningkatkan nilai kepercayaan dan komitmen mahasiswa (Y).

Jaminan yang diberikan pengelola perguruan tinggi dalam penanganan keluhan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa dapat dilihat dari hasil regresi bahwa ada 22.3% kemungkinan yang akan meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa jika pihak kampus memiliki jaminan dalam hal pelayanan, hal ini dapat di tuangkan oleh pihak pengelola perguruan tinggi dengan menjalankan standar baku operasional dan standar mutu yang sesuai dengan ketentuan standar nasional pendidikan tinggi.

Koefisien variabel empati ( $X_5$ ) merupakan koefisien yang tertinggi yaitu sebesar 0.661 artinya jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai variabel jaminan, maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan dan komitmen mahasiswa sebesar 66.1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel empati dengan variabel kepercayaan dan komitmen mahasiswa, semakin naik nilai empati ( $X_5$ ) maka akan meningkatkan nilai kepercayaan dan komitmen mahasiswa (Y).

Variabel empati menjadi faktor yang paling signifikan dalam penelitian ini, hal ini dapat diketahui dari hasil pengolahan data bahwa ada pengaruh sebesar 66.1 % yang kemungkinan berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa, empati menjadi faktor penting karena setiap keluhan yang disampaikan, mahasiswa menginginkan respon yang baik dari pengelola perguruan tinggi dan rasa empati kepada setiap keluhan yang disampaikan dapat meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa.

Sejalan dengan teori yang disampaikan Mitchelson dalam Lebouf, 1992: 179 bila terjadi ketidak-beresan pelanggan tidak ingin berkomunikasi dengan "organisasi" dan computer. Mereka ingin bicara dengan seseorang yang nyata sosoknya, hidup dan peka, seseorang yang bertanggungjawab,

yang mau mendengar atau membantu demi tercapainya kepuasan mereka.

## **Model Penanganan Keluhan**

### **Mahasiswa**

Menurut Tjiptono:2005 pengertian keluhan adalah Secara sederhana, keluhan bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, di antaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, saluran telepon khusus, *website*, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*. Situasi ini dikenal dengan istilah "*Recovery Paradox*".

Perlu diupayakan penentuan model dalam sebuah pelayanan khususnya dalam penanganan keluhan, model yang disarankan dalam penelitian ini sebagai berikut (sumber : manual procedure penanganan keluhan, Universitas Brawijaya tahun 2014)

### **Ruang lingkup**

Proses penanganan keluhan yang diuraikan ini sesuai untuk digunakan sebagai salah satu proses dari suatu system manajemen mutu secara menyeluruh. Standar ini ditujukan untuk aspek-aspek penanganan keluhan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menciptakan lingkungan yang

berfokus pada pelanggan, yang terbuka bagi umpan balik (termasuk keluhan), menyelesaikan setiap keluhan yang diterima, serta meningkatkan kemampuan organisasi dalam memperbaiki produk dan layanan pelanggan;

2. Menerima dan memahami kebutuhan dan harapan dari pihak yang mengajukan keluhan;
3. Menyediakan proses keluhan yang bersifat terbuka, efektif dan mudah bagi pihak yang mengajukan keluhan;
4. Menganalisis dan mengevaluasi keluhan dalam rangka meningkatkan mutu produk dan layanan pelanggan;
5. Mengaudit proses penanganan keluhan;
6. Mengkaji ulang efektivitas dan efisiensi proses penanganan keluhan.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penulis menarik kesimpulan atas penelitian yang dilakukan, serta memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi pengelola perguruan tinggi di Bandar Lampung agar dapat menangani keluhan mahasiswa dengan baik.

##### A. Kesimpulan

Variabel bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa ( $Y$ ). Secara parsial, variabel empati secara parsial berpengaruh signifikan dan nyata terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa.

##### B. Saran

Saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Meningkatkan daya tanggap para pengelola perguruan tinggi dalam melakukan pelayanan khususnya dalam penanganan keluhan kepada mahasiswa.
2. Memberikan pelatihan pelayanan prima kepada seluruh staf, baik tenaga pendidik dan tenaga kependidikan.
3. Membangun sistem e-complaint yang akan memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi dan penanganan keluhan. Sistem e-complaint ini sudah diterapkan di Universitas Brawijaya Malang dengan membangun situs <http://e-complaint.ub.ac.id> yang didalamnya memuat

- a. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran, serta Strategi Pencapaian
- b. Tata Pamong, Kepimpinan, Sistem Pengelolaan dan Penjaminan Mutu
- c. Mahasiswa dan Lulusan
- d. Sumberdaya Manusia
- e. Kurikulum, Pembelajaran, dan Suasana Akademik
- f. Pembiayaan, Sarana dan Prasarana, Sistem Informasi
- g. Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat, Kerjasama
- h. Layanan Teknologi Informasi

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, James G., 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*, diterjemahkan oleh Andreas Winardi, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Berry, Leonard L. and A. Parasuraman, 1991. *Marketing Services*, New York: The Free Press
- Fandy, Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising
- Fandy, Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi II, Yogyakarta: Andi Offset
- Gunawan, Sri dan Budi Purwono, 2007, Pengaruh Keadilan Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Pelanggan, *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No 1 April 2007.
- Hariani, Dyah, 2008, Manajemen komplain dan penanganan keluhan dalam pelayanan publik, *Jurnal dialogue JIAKP*, Vol 5, No. 2 tahun 2008:239-253.
- Lupyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi II, Salemba Empat, Jakarta
- Lebouef, Michael, 1992, *Memenangkan dan memelihara pelanggan*, Penerjemah Rieka Harahap-Tahapary, Penerbit Pustaka Tangga, Jakarta
- Moorman, Christine, Gerald Zaltman, and Rohit Deshpande, 1992. "Relationship between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organization," *Journal of Marketing Research*, Vol 29, pp. 314-328.
- Morgan, Robert M. and Shelby D. Hunt, 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.

Peppers, Don and Martha Rogers, 2004.

Managing Customer Relationships:  
A Strategic Framework, New Jersey:  
John Wiley & Sons, Inc.

Singgih, Santoso,  
2002, *Statistik Multivariat*, PT Elex  
Media Komputindo, Jakarta

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*.  
Bandung: Alfabeta.

Seffy, Tiara Virnanda, Patdono Suwignyo  
dan Budi Santoso, 2010, Analisis  
Pengaruh kualitas pelayanan,  
kepercayaan, komplain dan kepuasan  
pelanggan terhadap loyalitas  
pelanggan (studi kasus PT Garuda  
Indonesia Airline Palembang),  
[digilib.its.ac.id/public/ITS-  
undergraduate-11026-paper.pdf](http://digilib.its.ac.id/public/ITS-undergraduate-11026-paper.pdf)

Tim Penyusun, Manual Procedure,  
Penanganan Keluhan Pelanggan,  
Unit Layanan Pengadaan (ULP),  
Universitas Brawijaya, 2014

Wijaya, Tony, Pengaruh Kepuasan Pada  
Penanganan Keluhan Dan Citra  
Perusahaan Terhadap Loyalitas  
Konsumen Nathasa Skin Care, 2008,  
jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.XIV  
No 1, Maret 2008 p55-69.