

**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSCOM MEGATRONIK  
DI KOTA GUNUNGSITOLI**

*The Effect of Complaint Handling and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at  
Transcom Megatronik in Gunungsitoli City*

**Daniel So'arota Zebua<sup>1✉</sup>, Yuterlin Zalukhu<sup>2</sup>, Tiarni Duha<sup>3</sup>, Heniwati Gulo<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias,  
Indonesia

**Article History**

Received: August 27<sup>th</sup>, 2026

Revised: September 1<sup>st</sup>, 2026

Accepted: September 3<sup>rd</sup>, 2026

Published: September 10<sup>th</sup>, 2026

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of complaint handling and customer satisfaction on customer loyalty at Transcom Megatronik, Gunungsitoli City. This research employed a quantitative method with an associative approach. The population consisted of Transcom Megatronik customers, with a sample of 67 respondents selected using purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression with a 10% significance level. The results showed that, partially, complaint handling had a positive and significant effect on customer loyalty, with a t-value of 4.801 and a significance value of 0.000 ( $<0.10$ ). Customer satisfaction also had a positive and significant effect on customer loyalty, with a t-value of 5.280 and a significance value of 0.000 ( $<0.10$ ). Simultaneously, complaint handling and customer satisfaction had a positive and significant effect on customer loyalty, with an F-value of 28.535 and a significance value of 0.000 ( $<0.10$ ). The Adjusted R Square value of 0.455 indicates that both variables explained 45.5% of the variation in customer loyalty, while the remaining 54.5% was explained by other variables outside the research model.

**Keywords:** Complaint Handling, Customer satisfaction, customer loyalty.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Transcom Megatronik Kota Gunungsitoli. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah pelanggan Transcom Megatronik dengan sampel sebanyak 67 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 10%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 4,801 dan signifikansi 0,000 ( $<0,10$ ). Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 5,280 dan signifikansi 0,000 ( $<0,10$ ). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

✉Corresponding author: [danielzebua124@gmail.com](mailto:danielzebua124@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.56207/jmneb.v3i2.1126>

Copyright © 2026 The Author(s) | Published by Universitas Nias

This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

dengan nilai F hitung sebesar 28,535 dan signifikansi 0,000 ( $<0,10$ ). Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,455 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan 45,5% variasi loyalitas pelanggan. Dengan demikian, peningkatan penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci: Penanganan Keluhan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

## Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin intensif menuntut perusahaan tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga mampu mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam bisnis ritel elektronik dan perabot rumah tangga, pelanggan tidak hanya mempertimbangkan produk dan harga, tetapi juga pengalaman yang diterima selama proses pembelian maupun setelah transaksi. Karena itu, penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan menjadi bagian penting dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Transcom Megatronik merupakan usaha yang bergerak pada penjualan elektronik dan perabot rumah tangga di Kota Gunungsitoli. Perusahaan menyediakan berbagai produk seperti televisi, lemari es, mesin cuci, perabot rumah tangga, dan produk elektronik lainnya. Dalam kegiatan operasionalnya, interaksi dengan pelanggan terjadi secara intensif, baik pada saat pembelian maupun layanan purna jual. Kondisi tersebut memungkinkan munculnya keluhan terkait produk, pelayanan, promo, ketersediaan barang, maupun pengalaman berbelanja.

Penanganan keluhan merupakan proses perusahaan dalam menerima, memahami, merespons, dan menyelesaikan ketidakpuasan pelanggan. Kaihatu et al., (2016) memandang penanganan keluhan sebagai peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi puas atau bahkan setia. Dengan demikian, keluhan tidak semata-mata dipandang sebagai masalah, tetapi juga sebagai sumber informasi untuk memperbaiki pelayanan dan mempertahankan pelanggan.

Selain itu menurut Bafadhal, (2021) “keluhan dapat diartikan sebagai pengalaman yang tidak menyenangkan dan dapat diekspresikan dalam bentuk komunikasi verbal dan nonverbal kepada entitas lain dan dapat menyebabkan perubahan perilaku” pernyataan ini menunjukkan bahwa keluhan berasal dari pengalaman pelanggan saat berbelanja atau saat menggunakan layanan yang diberikan oleh usaha. Menurut Nasution (dalam Murtiningsih & Marlapa, 2025) “terdapat empat indikator utama dalam mengukur penanganan keluhan yaitu Empathy (Empati), Kecepatan Pertimbangan Keluhan, Fairness (Kewajaran) serta Mempermudah Komunikasi”.

Selain penanganan keluhan, kepuasan pelanggan juga berperan dalam pembentukan loyalitas. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan setelah membandingkan harapan dengan kinerja produk atau layanan yang dirasakan. Oliver (dalam Indrasari, 2019) “menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman”. Kepuasan muncul ketika kinerja produk atau pelayanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Pada Transcom Megatronik, kepuasan dapat berkaitan dengan kualitas produk, pelayanan, harga, kelengkapan produk, program promosi, dan pengalaman berbelanja. Pelanggan yang memperoleh pengalaman sesuai harapan cenderung memiliki keinginan untuk kembali membeli dan merekomendasikan toko kepada orang lain.

Menurut Rifa'i, (2023) “kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa”. Perasaan puas dan senang yang dimiliki oleh pelanggan setelah menggunakan jasa atau berbelanja dapat menciptakan persepsi pelanggan untuk tetap menggunakan suatu jasa atau produk dan juga dapat berkebalikan jika perasaan kurang puas dan tidak menyenangkan dapat menciptakan perubahan minat beli pelanggan pada suatu usaha. Menurut Tjiptono (dalam Indrasari, 2019) “terdapat tiga indikator kepuasan pelanggan yang dapat diinterpretasikan yaitu Kesesuaian harapan, Minat berkunjung Kembali dan Kesiediaan merekomendasi”.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk tetap memilih suatu merek, toko, atau pemasok dan melakukan hubungan pembelian dalam jangka panjang. Menurut Rifa'i, (2023) “yang dimaksud dengan loyalitas konsumen adalah seseorang yang telah terbiasa untuk membeli produk yang ditawarkan dan sering berinteraksi (melakukan pembelian) selama periode waktu tertentu, dengan tetap setia mengikuti semua penawaran perusahaan”.

Menurut Thomas (dalam Warsito, 2021) “Pelanggan yang loyal terlibat dalam menghasilkan keunggulan kompetitif melalui praktik pembelian berkelanjutan dan rekomendasi dari mulut ke mulut”. Pernyataan ini menunjukkan bagaimana loyalitas pelanggan tidak hanya dibuktikan dari kebiasaan pembelian ulang melainkan juga dari bagaimana pelanggan memperkenalkan produk atau jasa yang disukai kepada orang lain sebagai bagian rekomendasi dari mulut ke mulut. Adapun empat indikator utama untuk dapat menjelaskan loyalitas pelanggan Menurut Oliver (dalam Warsito, 2021) “yaitu kata Positif Dari Mulut Ke Mulut, Perilaku Mengeluh, Beralih Perilaku dan Kesiediaan Untuk Membayar Lebih”.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum sepenuhnya konsisten. Sari et al, (2025) “menemukan pengaruh positif dan signifikan penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas”, sedangkan Fauzan et al., (2024) “menemukan bahwa penanganan keluhan secara parsial tidak berpengaruh signifikan”. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan perlunya pengujian kembali pada konteks yang berbeda. Penelitian ini berfokus pada sektor ritel elektronik dan perabot rumah tangga di Kota Gunungsitoli, yang berbeda dari sebagian penelitian terdahulu yang banyak dilakukan pada sektor jasa.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan; (2) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan; dan (3) pengaruh penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Transcom Megatronik di Kota Gunungsitoli

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Lokasi penelitian adalah Transcom Megatronik di Kota Gunungsitoli. Populasi penelitian merupakan pelanggan Transcom Megatronik dengan jumlah populasi penelitian sebanyak 200 orang, dengan menggunakan rumus slovin peneliti menetapkan sampel penelitian sebanyak 67 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan kriteria yaitu (1) telah berusia 17 tahun atau lebih (2) pelanggan yang pernah membeli produk dan menggunakan jasa Transcom Megatronik.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert 5 poin untuk mengukur tanggapan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Skala ini terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Penggunaan Skala Likert bertujuan untuk mengetahui tingkat

persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan penanganan keluhan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Variabel penanganan keluhan diukur melalui indikator empati, kecepatan pertimbangan keluhan, fairness atau kewajaran, dan kemudahan komunikasi. Variabel kepuasan pelanggan diukur melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi. Variabel loyalitas pelanggan diukur melalui indikator Kata Positif Dari Mulut Ke Mulut, Perilaku Mengeluh, Beralih Perilaku dan Kesediaan Untuk Membayar Lebih

Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26. Teknik analisis meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t untuk pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, dan koefisien determinasi. Tingkat signifikansi penelitian menggunakan 10% atau 0,10. Penggunaan tingkat signifikansi 10% dipertimbangkan sesuai dengan karakteristik penelitian di bidang sosial dan pemasaran, di mana terdapat variasi respon yang cukup tinggi dari setiap responden serta mempertimbangkan keterbatasan waktu dan akses dalam memperoleh responden di lapangan.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### *Uji Validitas*

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu benar-benar mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas dilaksanakan dengan melihat perbandingan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,204), maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan layak untuk digunakan. Hasil uji validitas untuk seluruh variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1 berikut

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel                     | item  | indikator                      | r-hitung | r-tabel | keterangan |
|------------------------------|-------|--------------------------------|----------|---------|------------|
| Penanganan keluhan ( $X_1$ ) | PK 1  | Empati                         | 0.730    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 2  | Empati                         | 0.678    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 3  | Empati                         | 0.634    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 4  | Empati                         | 0.671    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 5  | Empati                         | 0.762    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 6  | Kecepatan pertimbangan keluhan | 0.636    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 7  | Kecepatan pertimbangan keluhan | 0.699    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 8  | Kecepatan pertimbangan keluhan | 0.688    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 9  | Kecepatan pertimbangan keluhan | 0.696    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 10 | Kewajaran                      | 0.714    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 11 | Kewajaran                      | 0.785    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 12 | Kewajaran                      | 0.622    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 13 | Mempermudah komunikasi         | 0.581    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 14 | Mempermudah komunikasi         | 0.720    | 0,204   | Valid      |
|                              | PK 15 | Mempermudah                    | 0.726    | 0,204   | Valid      |

| <b>Variabel</b>                      | <b>item</b> | <b>indikator</b>                 | <b>r-hitung</b> | <b>r-tabel</b> | <b>keterangan</b> |
|--------------------------------------|-------------|----------------------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Kepuasan Pelanggan (X <sub>2</sub> ) | komunikasi  |                                  |                 |                |                   |
|                                      | KP 1        | Kesesuaian Harapan               | 0,634           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 2        | Kesesuaian Harapan               | 0,605           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 3        | Kesesuaian Harapan               | 0,586           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 4        | Kesesuaian Harapan               | 0,564           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 5        | Kesesuaian Harapan               | 0,550           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 6        | Minat berkunjung kembali         | 0,577           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 7        | Minat berkunjung Kembali         | 0,501           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 8        | Minat berkunjung Kembali         | 0,600           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 9        | Minat berkunjung Kembali         | 0,646           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 10       | Minat berkunjung Kembali         | 0,672           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 11       | Kesediaan merekomendasikan       | 0,600           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 12       | Kesediaan merekomendasikan       | 0,687           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 13       | Kesediaan merekomendasikan       | 0,630           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 14       | Kesediaan merekomendasikan       | 0,638           | 0,204          | Valid             |
|                                      | KP 15       | Kesediaan merekomendasikan       | 0,703           | 0,204          | Valid             |
| Loyalitas Pelanggan (Y)              | LP 1        | Kata positif dari mulut ke mulut | 0,686           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 2        | Kata positif dari mulut ke mulut | 0,646           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 3        | Kata positif dari mulut ke mulut | 0,681           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 4        | Kata positif dari mulut ke mulut | 0,642           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 5        | Perilaku mengeluh                | 0,551           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 6        | Perilaku mengeluh                | 0,673           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 7        | Perilaku mengeluh                | 0,657           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 8        | Perilaku mengeluh                | 0,662           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 9        | Perilaku pembelian ulang         | 0,643           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 10       | Perilaku pembelian ulang         | 0,695           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 11       | Perilaku pembelian ulang         | 0,658           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 12       | Perilaku pembelian ulang         | 0,687           | 0,204          | Valid             |
|                                      | LP 13       | Kesediaan untuk membayar lebih   | 0,669           | 0,204          | Valid             |

| Variabel | item  | indikator                      | r-hitung | r-tabel | keterangan |
|----------|-------|--------------------------------|----------|---------|------------|
|          | LP 14 | Kesediaan untuk membayar lebih | 0,666    | 0,204   | Valid      |
|          | LP 15 | Kesediaan untuk membayar lebih | 0,654    | 0,204   | Valid      |

Sumber: Hasil ouput SPSS versi 26

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah disajikan di atas, dapat dipahami ketiga variabel yang ada yaitu penanganan Keluhan (X1), kepuasan pelanggan (X2) serta loyalitas pelanggan (Y), menunjukkan nilai r-hitung yang lebih besar dari pada nilai r-tabel (0,204). Dengan demikian seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang konsisten dan stabil ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Sederhananya, reliabilitas mengukur tingkat keandalan alat ukur, apakah pertanyaan dalam kuesioner benar-benar memberikan hasil yang relatif sama jika diisi oleh responden dengan karakteristik serupa. Dalam uji ini metode yang digunakan adalah Cronbach's Alpha, dengan standar bahwa suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,60. Hasil dari uji reliabilitas untuk setiap variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel            | Jumlah item | Cronbach's Alpha | Nilai standar | keterangan |
|---------------------|-------------|------------------|---------------|------------|
| Penanganan keluhan  | 15          | 0,921            | 0,60          | reliabel   |
| Kepuasan pelanggan  | 15          | 0,881            | 0,60          | reliabel   |
| Loyalitas pelanggan | 15          | 0,906            | 0,60          | reliabel   |

Sumber: Hasil ouput SPSS versi 26

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat nilai dari cronbach's alpha untuk instrument menghasilkan angka cronbach's alpha yang lebih besar dari nilai standar (0,60) untuk setiap variabel penanganan keluhan (X1) Kepuasan Pelanggan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini layak untuk dipergunakan.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji ini merupakan salah satu uji asumsi klasik yang perlu diperhatikan sebelum melakukan analisis regresi linear. Dalam uji normalitas ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi, yaitu apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka residual dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dari tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

|                        | Unstandarized | Keterangan           |
|------------------------|---------------|----------------------|
| N                      | 67            | Berdistribusi Normal |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,200         | Berdistribusi Normal |

Sumber: Hasil ouput SPSS versi 26

Dari hasil uji normalitas yang disajikan di atas nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa data atau residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga data layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### Uji t (Parsial)

Uji t merupakan salah satu metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial atau masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen seperti yang dijelaskan pada tabel 4 sebagai berikut

Tabel 4. Hasil Uji t (Parsial)

| Hipotesis                                                                | t-hitung | t-tabel | Sig. | keputusan   |
|--------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------|-------------|
| H1: Penanganan keluhan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan(Y)  | 4,801    | 1,669   | 0,00 | H1 diterima |
| H2: Kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan (Y) | 5,280    | 1,669   | 0,00 | H2 diterima |

Sumber: Hasil output SPSS versi 26

Pengaruh penanganan keluhan secara parsial menghasilkan t-hitung sebesar 4,801 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,669 dan signifikansi lebih kecil dari 0,10. Dengan demikian, H1 diterima. Penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan menghasilkan t-hitung sebesar 5,280 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,669 dan signifikansi lebih kecil dari 0,10. Dengan demikian, H2 diterima. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### Uji Simultan

Uji F adalah salah satu metode analisis statistik yang digunakan dalam regresi linear berganda untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (X) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Pengambilan keputusan pada uji F dilakukan dengan dua cara, yaitu berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan F hitung dengan F tabel. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,10 atau F hitung lebih besar dari F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen seperti yang dijelaskan pada tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

| Model      | Sum of Square | Df | Mean Square | F-hitung | Sig.  |
|------------|---------------|----|-------------|----------|-------|
| Regression | 1188,770      | 2  | 594,385     | 28,535   | 0,000 |
| Residual   | 1333,141      | 64 | 20,830      |          |       |
| total      | 2521,910      | 66 |             |          |       |

Sumber: Hasil output SPSS versi 26

Dari tabel yang disajikan di atas dapat dinyatakan secara simultan, nilai F hitung sebesar 28,535 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,10, H<sub>3</sub> diterima. Penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### Uji Koefisiendeterminasi

Uji koefisien determinasi adalah pengujian dalam regresi yang digunakan untuk

mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasilnya ditunjukkan melalui nilai *R Square* ( $R^2$ ) yang berkisar antara 0 sampai 1. Hasil uji koefisiendeterminasi dalam penelitian ini dapat dipahami dari tabel 6 yang disajikan sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .687 <sup>a</sup> | .471     | .455              | 4.56403                    | 1.541         |

*Sumber: Hasil ouput SPSS versi 26*

Nilai R Square sebesar 0,471 menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen sebesar 47,1%, sedangkan sisanya sebesar 52,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti sementara nilai Adjusted R Square sebesar 0,455 atau 45,5% menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah sampel yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 45,5%. Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik, sementara 54,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian

## Pembahasan

### *Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini berarti semakin baik perusahaan merespons dan menyelesaikan keluhan, semakin tinggi kecenderungan pelanggan untuk mempertahankan hubungan dengan Transcom Megatronik. Penanganan keluhan yang empatik membuat pelanggan merasa didengar; kecepatan menunjukkan kepedulian terhadap waktu pelanggan; kewajaran memberikan rasa adil; sedangkan kemudahan komunikasi mengurangi hambatan ketika pelanggan menyampaikan masalah.

Hasil tersebut sejalan dengan Nugroho & Susila, (2026) yang menemukan pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan dan Edgina et al., (2024) yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini memperlihatkan bahwa proses penyelesaian masalah dapat menjadi titik penting dalam mempertahankan pelanggan, khususnya pada bisnis ritel yang memiliki interaksi langsung dan layanan purna jual.

### *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*

Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa bahwa produk, pelayanan, harga, kelengkapan barang, dan pengalaman berbelanja sesuai dengan harapan cenderung mempunyai keinginan lebih besar untuk kembali membeli dan merekomendasikan toko.

Temuan ini sejalan dengan Sari et al, (2025) dan Nugroho & Susila, (2026) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dengan loyalitas. Secara

konseptual, kepuasan merupakan hasil evaluasi pengalaman pelanggan. Ketika pengalaman yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan memperoleh alasan untuk mempertahankan pilihan terhadap toko.

#### *Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini sejalan dengan penelitian Nugroho & Susila, (2026) yang menjelaskan bahwa penanganan keluhan dan kepuasan memberikan kontribusi dalam peningkatan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dibentuk oleh kemampuan perusahaan menangani masalah ketika keluhan muncul, tetapi juga oleh pengalaman positif yang dirasakan pelanggan secara keseluruhan.

Implikasinya, Transcom Megatronik perlu mengelola kedua aspek secara terintegrasi. Penanganan keluhan harus diarahkan pada penyelesaian yang cepat, adil, empatik, dan mudah diakses, sedangkan kepuasan perlu dijaga melalui kualitas produk, pelayanan, harga yang sesuai, kelengkapan produk, informasi yang jelas, dan pengalaman berbelanja yang baik.

#### **Kesimpulan**

Penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan utama. Pertama, penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Transcom Megatronik. Kedua, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga, penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Model penelitian mampu menjelaskan 45,5% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan 54,5% dipengaruhi faktor lain di luar model.

#### **Referensi**

- Astika Sari, D., Affan Mahesa Putra, I., Pinastika Ivananta, E., & Zahra Huwaida, A. (2025). Pengaruh Penanganan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada PT. Indosat Tbk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(11), 521–529.
- Bafadhal, A. S. (2021). *Manajemen Komplain dan Kualitas layanan Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish Digital.
- Edgina, D., Yulismi, & Lusiana. (2024). Loyalitas Pelanggan: Pelayanan Keluhan Pelanggan, Harga dan Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada PT. Pos Indonesia Cabang Padang. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 1882–1888.
- Fauzan, I. W., Siagian, H. M., Baihaqi, M., Yuliarman, P., & Karnance, S. N. (2024). Pengaruh Komunikasi Antar Budaya Dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)*, 2(3), 1–9.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO Press.
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto, Ta. T. L. (2016). *Manajemen Komplain*. CV. Andi Offset.
- Murtiningsih, D., & Marlapa, E. (2025). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit

Deepublish Digital.

Nugroho, M. A., & Susila, I. (2026). Analisis Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Sim Card Telkomsel pada Masyarakat Kota Surakarta. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 237–251.

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. Jawa Timur: UIN KHAS Press.

Warsito, H. C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. Purwokerto: STAIN Press.