

SKRIPSI
HUBUNGAN *HANDLING COMPLAINT* DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN DI RSU JATI HUSADA

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Kesehatan (S. Kes)
pada Program Studi S-1 Administrasi Rumah Sakit
Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Panti Kosala



Zahra Apriliani Prihatiningtyas

(S1A2021.020)

PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN PANTI KOSALA
2025

@2025

Hak Cipta pada Penulis

LEMBAR PENGESAHAN

**HUBUNGAN HANDLING COMPLAINT DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN DI RSU JATI HUSADA**

Oleh:

Nama : Zahra Apriliani Prihatiningtyas

NIM : S1A2021.020

Skripsi ini telah diuji
Pada tanggal, 23 Januari 2025

PANITIA PENGUJI

Ketua : dr. Muljadi Hartono, M.P.H., A.A.K., FISQua.

Anggota : Tunjung Sri Yulianti, S.Kep., Ns., M.Kes.

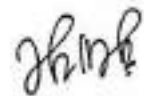
Lilik Sriwiyati, S.Kep., Ns., M.Kep.



Mengetahui,

Pembantu Ketua
Bidang Akademik,

Ketua Program Studi
Sarjana Administrasi Rumah Sakit,


(Diyono, S.Kep., Ns., M.Kes.)
(Lilik Sriwiyati, S.Kep., Ns., M.Kep.)

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zahra Apriliani Prihatiningtyas

NIM : S1A2021.020

Program Studi : Sarjana Administrasi Rumah Sakit

Institusi : Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Panti Kosala

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan dalam memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi atau institusi lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan baik yang sudah maupun dipublikasikan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Sukoharjo, Januari 2025

Zahra Apriliani Prihatiningtyas
S1A2021.020

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-nya yang telah memberikan kesehatan, kesabaran serta ketekunan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini penulis dedikasikan sebagai bentuk terimakasih kepada :

1. Cinta pertamaku, panutan hidupku, Bapak Suroto beliau memang tidak merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik dan memotivasi penulis sampai menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibu Ari Widiyastuti beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, berkat semangat dan motivasi beliau serta doa yang selalu beliau panjatkan hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan sampai sarjana.
3. Seluruh saudaraku terutama kedua adikku Daehan dan Ammara yang selalu ada dalam senang maupun susah. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih sudah membantu dan memberikan semangat yang selalu diberikan untuk saya. Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat adikku.
4. Untuk diriku, Zahra Apriliani Prihatiningtyas terimakasih telah kuat menghadapi fase perkuliahan ini dengan baik, yang tidak menyerah dan mampu berdiri tegak, sesulit apapun rintangan kuliah ataupun penyusunan skripsi ini.
5. Kepada seseorang, semangat hidupku setelah orang tua dan saudaraku. Terimakasih untuk waktu yang selalu diberikan, semangat dan motivasimu mampu membawaku berproses jauh dalam penulisan skripsi ini
6. Dan yang terakhir teman teman seperjuangan Prodi S1 Administrasi Rumah Sakit Angkatan 2021, semoga kita bisa bertemu dikemudian hari dengan keadaan yang sukses.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Skripsi. Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Panti Kosala Prodi Sarjana Administrasi Rumah Sakit. terselesaikannya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ratna Indriati, A., M.Kes., selaku Ketua STIKes PANTI KOSALA.
2. Ibu Lilik Sriwiyati, S.Kep., Ns., M.Kep, selaku Kaprodi Sarjana Administrasi Rumah Sakit STIKes PANTI KOSALA dan selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga Skripsi dapat terselesaikan.
3. dr. Sri Hartini, MM selaku Direktur utama RSUD JATI HUSADA yang telah memberikan persetujuan untuk melaksanakan penelitian skripsi sehingga dapat berjalan dengan baik.
4. Bapak/Ibu Dosen dan staf STIKes Panti Kosala yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi kami.
5. Orang tua dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak dan dapat menjadikan Skripsi ini jauh lebih baik lagi. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Sukoharjo, Januari 2025

Penulis

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah : 6-7)

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, Prove Them Wrong”

“Memulai dengan keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan,
dan menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

“Jawaban dari sebuah keberhasilan adalah terus belajar dan tak kenal putus asa. Apapun yang terjadi, pulanglah sebagai sarjana”

ABSTRAK

HUBUNGAN *HANDLING COMPLAINT* DENGAN LOYALITAS PELANGGAN DI RSUD JATI HUSADA

Zahra Apriliani Prihatiningtyas¹ Lilik Sriwiyati² Muljadi Hartono³ Tunjung Sri
Yulianti⁴

¹Program Studi S-1 Administrasi Rumah Sakit, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan
Panti Kosala

^{2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Panti Kosala

Korespondensi: zhraaprlan@gmail.com

Latar Belakang: Keluhan pasien menjadi masalah global, terbukti dengan meningkatnya jumlah keluhan di Layanan Kesehatan Nasional (NHS) Inggris, dari 170.013 keluhan pada 2020-2021, pada tahun 2021-2022 sebanyak 225.570, dan pada tahun 2022-2023 meningkat menjadi 229.458. Dalam pelayanan agar terjadi hubungan yang kuat dengan pelanggan adalah dengan keterbukaan dan komunikasi, penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk perusahaan mengubah seorang pelanggan yang puas bahkan menjadi pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan terhadap perusahaan, sementara loyalitas pasien merujuk pada komitmen untuk terus menggunakan jasa atau produk kesehatan secara konsisten di masa depan, meskipun faktor situasi dan upaya pemasaran yang dapat memengaruhi perilaku pelanggan.

Tujuan Penelitian: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di RSUD Jati Husada

Desain Penelitian: Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain analitik observasional dengan pendekatan *cross sectional*.

Subyek Penelitian: Subyek dalam penelitian ini adalah pasien atau keluarga pasien kemudian dilakukan pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling* dengan jenis *consecutive sampling* sehingga diperoleh jumlah sampel 50 responden dalam kurun waktu 1 bulan. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner kemudian di analisis menggunakan uji *chi square*.

Hasil Penelitian: Hasil penelitian ini adalah *handling complaint* berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Dari hasil analisis *chi square* menunjukkan *p value* $0,024 < \alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kesimpulan: Ada hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di RSUD Jati Husada.

Kata kunci: *handling complaint, loyalitas pelanggan*

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP OF COMPLAINT HANDLING WITH CUSTOMER SERVICE AT JATI HUSADA GENERAL HOSPITAL

Zahra Apriliani Prihatiningtyas¹ Lilik Sriwiyati² Muljadi Hartono³ Tunjung Sri Yulianti⁴

¹Program Studi S-1 Administrasi Rumah Sakit, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Panti Kosala

²³⁴Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Panti Kosala

Correspondence: zhraaprlian@gmail.com

Background: Patient complaints are becoming a global problem, as evidenced by the increasing number of complaints in the UK National Health Service (NHS), from 170,013 complaints in 2020-2021, in 2021-2022 as many as 225,570, and in 2022-2023 increased to 229,458. In order for a strong relationship with customers to occur with openness and communication, good complaint handling provides an opportunity for companies to turn a satisfied customer into a loyal customer. Customer loyalty is loyalty to the company, while patient loyalty refers to a commitment to continue to use health services or products consistently in the future, despite situational factors and marketing efforts that can influence customer behavior.

Research Objectives: The purpose of this study was to determine the relationship between complaint handling and customer loyalty at Jati Husada General Hospital

Research Design: This study is a quantitative study with an observational analytic design with a cross sectional approach.

Research Subjects: The subjects in this study were patients or families of patients then sampling was carried out using non-probability sampling techniques with consecutive sampling types so that a sample size of 50 respondents was obtained within 1 month. The data used is primary data in the form of a questionnaire and then analyzed using the chi square test.

Research Results: The results of this study are handling complaints related to customer loyalty. The results of the chi square analysis show a p value of $0.024 < \alpha = 0.05$ which indicates that H_0 is rejected and H_a is accepted.

Conclusion: There is a relationship between complaint handling and customer loyalty at Jati Husada General Hospital.

Keywords: complaint handling, customer loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN HAK CIPTA	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	10
B. Penelitian Yang Relevan	32
C. Kerangka Konsep.....	37
D. Hipotesa.....	38
BAB III METODE PENULISAN	
A. Jenis dan Desain Penelitian	39
B. Populasi, Sampel, Teknik Sampling	39
C. Alat Penelitian	41
D. Metode Pengumpulan Data.....	44
E. Analisa Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	55
B. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
C. Keterbatasan Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel penelitian yang relevan	32
Tabel 3.2 Tabulasi silang hubungan <i>handling complaint</i> dengan loyalitas pelanggan	50
Tabel 4.1 Distribusi frekuensi responden	53
Tabel 4.2 Distribusi frekuensi keluhan pelanggan.....	54
Tabel 4.3 <i>Handling complaint</i>	54
Tabel 4.4 Indikator <i>Handling complaint</i>	55
Tabel 4.5 Loyalitas pelanggan	56
Tabel 4.6 Indikator loyalitas pelanggan.....	57
Tabel 4.7 Tabulasi silang hubungan <i>handling complaint</i> dengan loyalitas pelanggan	58
Tabel 4.8 Hubungan <i>handling complaint</i> dengan loyalitas pelanggan...	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konsep hubungan <i>handling complaint</i> dengan loyalitas pelanggan	37
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	78
Lampiran 2 Jawaban izin penelitian	79
Lampiran 3 Ethical clereance	80
Lampiran 4 Surat permohonan selesai penelitian	81
Lampiran 5 Surat keterangan selesai penelitian	82
Lampiran 6 Master data variabel <i>handling complaint</i>	83
Lampiran 7 Master data variabel loyalitas pelanggan	86
Lampiran 8 Output SPSS	88
Lampiran 9 Lembar konsultasi	92
Lampiran 10 Kuesioner	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan beberapa rumah sakit di Indonesia memaksa rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satu layanan yang perlu ditingkatkan adalah layanan penyelesaian keluhan yang baik agar pelanggan tetap menggunakan layanan rumah sakit. Penanganan keluhan pelanggan dengan baik memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang semula tidakpuas menjadi pelanggan yang puas sehingga pelanggan dapat meningkatkan loyalitasnya. Pelanggan yang dikatakan puas jika pengaduan ditangani dengan baik, jika keluhan pelanggan terselesaikan dengan baik dan pelayanannya ditingkatkan maka pelanggan akan merasa diperhatikan oleh pemberi layanan (Waine, Meilala, Siswawianti, 2022).

Keluhan atau komplain adalah pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan, dan kemarahan atas pelayanan jasa atau produk dari pelanggan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif, penyampaiannya baik secara tertulis maupun lisan. Biasanya dikarenakan masalah-masalah seperti lemahnya tanggung jawab (*responsiveness*), lemahnya pertolongan dari staff perusahaan

(*helpfulness*), ketersediaan produk (*product availability*), kebijakan toko/perusahaan (*store policy*), serta perbaikan pelayanan (*service recovery*) (Aghivirwiati et al., 2022).

Keluhan merupakan masalah di semua negara, terbukti dengan meningkatnya keluhan pasien diseluruh dunia. Di Layanan Kesehatan Nasional (NHS) Inggris terdapat 170.013 keluhan pada tahun 2020-2021 dan jumlah ini meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Tahun 2021-2022 meningkat menjadi 225.570 pengaduan. Dan pada tahun 2022-2023 meningkat menjadi 229.458 pengaduan (Workforce and Facilities NHS Digital, 2022).

Menurut Sulistyowati (2018) dalam Sumar'in et al (2024) penanganan keluhan pelanggan yang baik adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat dan memastikan kepuasan pelanggan, sehingga dapat membantu mengubah pelanggan yang puas dan setia. Manfaat penanganan keluhan pelanggan yaitu perusahaan atau penyedia jasa dapat memperbaiki kembali hubungan dengan pelanggan yang tidak puas, dapat terhindar dari perusahaan atau penyedia jasa dari publikasi yang buruk, aspek-aspek yang perlu diperbaiki oleh perusahaan atau penyedia jasa dapat bervariasi tergantung pada konteks dan jenis bisnis yang dijalankan, dapat mengetahui sumber masalah operasional oleh perusahaan atau penyedia jasa, dan memotivasi karyawan untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi bagi pelanggan merupakan langkah penting dalam meningkatkan kepuasan

pelanggan dan citra perusahaan.

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk perusahaan mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas atau bahkan menjadi pelanggan yang setia. Apabila keluhan pelanggan dapat ditanggapi dengan baik maka konsumen akan merasa diperhatikan oleh perusahaan. Kunci utama dalam menangani pelanggan adalah mendengarkan, mendengarkan akan menjadi sikap dasar untuk menangani apa yang menjadi kegelisahan dan kebutuhan pelanggan. Fokus utama dari proses mendengarkan adalah menggali sumber masalah yang dikeluhkan sampai akhirnya menjadi pemahaman yang tepat mengenai keluhan tersebut, namun apabila komplain dilakukan melalui email ataupun surat, maka perusahaan yang bersangkutan harus memahami akar dari masalah tersebut melalui tulisan. Dalam hal ini, kepuasan terhadap penanganan keluhan akan menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan akan barang maupun jasa yang telah dikonsumsi (Kaihatu, Daengs, Indrianto, 2015).

Dalam dunia pelayanan agar terjadi hubungan yang kuat dengan pelanggan adalah dengan keterbukaan dan komunikasi, baik untuk hal yang baik maupun berupa keluhan. Dengan demikian, konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan tidak hanya senang menerima pujian tetapi juga peduli pada keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan dianggap sebagai peluang penting bagi perusahaan untuk mengetahui reaksi pelanggan atas suatu

pelayanan perusahaan dan produk yang ditawarkan. Penanganan keluhan pelanggan dengan berempati dengan pelanggan, penyedia jasa akan memperoleh empati dari pelanggan dengan cara menyediakan waktu yang lebih banyak untuk mendengarkan berbagai keluhan pelanggan. Apabila pelanggan memberikan keluhan dan tidak mendapatkan penanganan yang tepat maka kemungkinan besar pelanggan menjadi tidak puas dan akan sangat sulit mengubahnya menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Perusahaan dapat menanggapi keluhan pelanggan dengan jalan mengabaikan, memberikan kompensasi yang lebih, dan mengganti kerugian pelanggan, akan tetapi tanggapan terbaik atas keluhan pelanggan adalah memperbaiki kualitas produk atau jasa ke tingkat yang diharapkan pelanggan. Membuka jalur komunikasi dengan pelanggan maka pelanggan akan mudah menghubungi perusahaan walaupun biaya yang dibutuhkan cukup besar tetapi sangat bermanfaat untuk menciptakan *goodwill* di mata pelanggan dalam jangka panjang. Dengan penanganan keluhan yang baik diharapkan pelanggan yang semula tidak puas menjadi puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam jangka panjang keluhan mungkin saja dapat menaikkan tingkat kepuasan, dalam sebuah sistem manajemen keluhan yang disusun dengan tepat dan efektif akan memudahkan perusahaan untuk memaksimalkan tingkat loyalitas pelanggan (Firmansyah, 2023).

Menurut Rangkuti (2016) dalam Sihombing (2022) loyalitas

berarti pelanggan yang terus melakukan pembelian secara berkala. Keuntungan loyalitas pasien bersifat jangka panjang dan kumulatif dimana meningkatnya loyalitas pelanggan dapat meningkatkan profitabilitas yang lebih tinggi, retensi pegawai yang lebih tinggi, basis keuangan yang lebih stabil, perusahaan dengan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi memperoleh loyalitas staf yang tinggi, loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan. Loyalitas pasien adalah suatu perilaku pembelian yang mengarah kepada komitmen untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Konsep loyalitas mengarah pada perilaku (*behaviour*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*) dan seorang konsumen yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembeli yang teratur dan diperlihatkan sepanjang waktu oleh beberapa unit pembuat keputusan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maharani, Dewi, Martini (2023) tentang pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel mediasi di masa pandemi covid di RSK Bedah BIMC Kuta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien RSK Bedah BIMC Kuta. Kualitas layanan

dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien RSK Bedah BIMC Kuta.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Susanti & Edgina (2021) tentang pengaruh pelayanan keluhan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui ACPI PT Pos Indonesia (persero) cabang Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan pelayanan keluhan pelanggan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan PT Pos Indonesia (persero) cabang Padang. Menurutnya apabila pelanggan sudah mengeluh maka kemungkinan besar pelanggan tersebut telah kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk merebut hati pelanggan yang sudah kecewa.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Larasati, Winoto, Wahyoedi (2024) tentang pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pasien BPJS dimediasi oleh kepuasan pasien pada klinik Mutiara Gading Medika Bekasi. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien adalah 0,187 lebih besar dari nilai alpha (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pasien yang dimediasi kepuasan pasien. Tanda positif pada koefisien menggambarkan tidak adanya hubungan yang positif antara variabel kepuasan pasien dan loyalitas pasien BPJS kesehatan. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin kurang kepuasan yang dirasakan pasien maka loyalitas pasien akan semakin menurun.

Berdasarkan fenomena perkembangan persaingan rumah sakit saat ini, terdapat salah satu rumah sakit yang berada di kabupaten Karanganyar. Rumah sakit tersebut adalah Rumah Sakit Umum Jati Husada, yang merupakan rumah sakit swasta yang menyediakan pelayanan kesehatan terhadap masyarakat. Bersumber dari web resmi RSU Jati Husada terdapat beberapa ulasan komentar pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit, beberapa ulasan memberikan respon positif terhadap rumah sakit diantaranya pelayanan rawat inap bagus, tempat parkir cukup luas, pelayanan terbilang sangat bagus untuk pasien BPJS, suasana rumah sakit tenang dan nyaman. Namun ada beberapa ulasan yang memberikan respon negatif terhadap rumah sakit, diantaranya mengatakan bahwa kualitas pelayanan poliklinik spesialis masih kurang, obat yang diberikan tidak sesuai dengan penyakit pasien, *patient safety* yang kurang maksimal, perawat tidak mencerminkan pelayanan yang baik, penanganan pasien di instalasi gawat darurat kurang efisien, fasilitas kurang memadai, dokter yang kurang ramah dan datang tidak sesuai jadwal, pelayanan di bagian pendaftaran sangat lama dan dipersulit. *Rating score* yang diberikan kepada RSU Jati Husada adalah 3,1. Tidak menutup kemungkinan kondisi ini berpengaruh terhadap citra rumah sakit yang akan dipandang kurang baik.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan dan adanya *research gap* dari penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di RSUD Jati Husada.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada?”

C. Tujuan

1. Tujuan umum

Untuk mengetahui hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada.

2. Tujuan khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi *handling complaint* di Rumah Sakit Umum Jati Husada
- b. Mengidentifikasi loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada
- c. Menganalisis hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada

D. Manfaat

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah pengetahuan dan mengembangkan pengetahuan yang telah ada tentang *handling complaint* dan loyalitas pelanggan

2. Manfaat praktis

a. Bagi rumah sakit

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengupayakan peningkatan pelayanan kepada pelanggan khususnya dalam bidang *handling complaint*.

b. Bagi institusi pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan menambah referensi bagi peserta didik pada mata kuliah manajemen *complaint* dan *customer service*

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai dasar bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian terkait *handling complaint*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *Handling Complaint*

a. Pengertian keluhan (*complaint*)

Menurut Daryanto & Setyabudi (2014) komplain atau keluhan adalah pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan, dan kemarahan atas *sevice* jasa atau produk.

Hal tersebut juga dikemukakan oleh Bell dan Luddington (2016) bahwasanya keluhan pelanggan (*customer complaint*) adalah umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang ditunjukkan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis maupun lisan (Kustina et al., 2022).

Complaint (keluhan) merupakan suatu wujud rasa ketidakpuasan konsumen. *Complain* sangat berpengaruh dalam sebuah kemajuan perusahaan. *Complain* yang terselesaikan dengan baik dan profesional akan berdampak positif nantinya bagi perusahaan tersebut karena dengan begitu pelanggan tersebut akan merasa sangat dihargai pendapatnya. Hal ini merupakan hak

bagi para konsumen untuk menyampaikan rasa ketidakpuasannya. Keluhan pelanggan bagi perusahaan itu sendiri dapat dijadikan bentuk evaluasi diri dari kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dengan adanya keluhan pelanggan perusahaan dapat mengetahui kelemahan yang ada pada perusahaan dan memperbaiki kelemahan tersebut (Hermansah, Yamin, Suparman, 2023).

b. Faktor-faktor penyebab terjadinya keluhan

Faktor yang menyebabkan pelanggan mengeluh secara umum adalah kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan merasa tidak puas. menurut Kurnia (2002) dalam Sembiring (2021) secara garis besar penyebab keluhan pelanggan dapat dikelompokkan menjadi beberapa sumber yaitu:

- 1) Aspek lingkungan fasilitas fisik (*physical environment*), terciptanya suasana dan kondisi fisik lingkungan yang tidak menunjang.
- 2) Aspek fisik (*physical good*)
- 3) Aspek manusia dan pelayanan (*service and personnel*), perilaku personal yang kurang memuaskan sehingga layanan proses pelanggan dalam menikmati jasa tidak memuaskan.

- 4) Aspek pengharapan (*expectation*), dimana timbul ketidaksesuaian antara harapan yang diinginkan dengan kenyataan yang diperoleh.

c. Jenis keluhan pelanggan

Keluhan atau komplain merupakan ungkapan atas perasaan tidak puas pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. Menurut Tjiptono (2005) dalam Sembiring (2021) membedakan keluhan atau komplain menjadi dua tipe, yaitu:

1) *Instrumental complaint*

Komplain atau keluhan yang diungkapkan dengan tujuan mengubah situasi atau keadaan yang tidak diinginkan. Keluhan langsung disampaikan kepada lembaga pelayanan dengan harapan dapat memperbaiki situasi tersebut.

2) *Non-instrumental complaint*

Keluhan yang dilontarkan tanpa ekspektasi khusus bahwa situasi yang tidak diinginkan tersebut akan berubah. Komplain ini mencakup *instrumental complaint* yang disampaikan kepada pihak ketiga dan bukan kepada pihak yang menimbulkan masalah.

d. Strategi penanganan keluhan

Dalam Tjiptono (2022) terdapat empat aspek penanganan keluhan, yaitu :

1) Empati terhadap pasien yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, staf layanan pelanggan harus berkepal dingin dan bersikap empati. Hal yang harus dilakukan ialah dengan meminta maaf kepada pelanggan sebagai ungkapan rasa penyelesaian.

2) Kecepatan dalam penanganan keluhan

Jika ada keluhan dari konsumen sebaiknya keluhan tersebut segera ditanggapi, maka dengan begitu pelanggan akan merasa diperhatikan.

3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan

Dalam penanganan suatu permasalahan atau kasus, perusahaan seyogianya memberikan satu solusi yang mampu membuat kedua belah pihak (perusahaan dan pelanggan) merasa diuntungkan.

4) Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan

Perusahaan harus mampu memberi kemudahan bagi para pelanggan dalam berhubungan dengan perusahaan. Dimana kemudahan-kemudahan tersebut bisa berupa kemudahan dalam penyampaian keluhan maupun penyampaian saran bagi perusahaan dari para pelanggan.

e. Cara penanganan keluhan

Dalam Kaihatu, Daengs, Indrianto (2015) cara penanganan keluhan yang efektif yaitu :

1) Klarifikasi dan penyamaan persepsi

Proses klarifikasi merupakan kelanjutan dari proses mendengarkan dan memahami, saat perusahaan baik pekerja maupun *front line* maupun divisi *customer service* memiliki persepsi tentang komplain yang diberikan, persepsi ini harus diklarifikasi kepada pihak pelanggan yang memberikan komplain. Apabila tidak adanya klarifikasi maka komplain tidak ditangani sesuai dengan keinginan konsumen.

2) Penjelasan dan permohonan maaf

Tahap selanjutnya dalam proses penanganan keluhan adalah penjelasan dan permohonan maaf, perusahaan melakukan penjelasan terhadap ketidakpuasan pelanggan dari perspektif perusahaan. Proses penjelasan dan permohonan maaf ini memerlukan pembahasan yang diplomatis.

3) Solusi dan *taking action*

Solusi dalam penanganan komplain biasanya berhubungan dengan SOP yang ada. Pada saat komplain disampaikan, dipahami, serta diklarifikasi dengan pelanggan yang bersangkutan. Kategori

komplain sangat bervariasi tergantung kebijakan perusahaan. Solusi yang ditawarkan kepada pelanggan biasanya bersifat menguntungkan pelanggan. Namun tidak semua solusi langsung disepakati oleh pelanggan. Dalam hal ini *front line* maupun *customer service* harus memiliki kemampuan untuk bernegosiasi dengan pelanggan agar pelanggan merasa diuntungkan dan untuk perusahaan tidak dirugikan .

4) *Follow up*

Tahap terakhir dari penanganan komplain adalah *follow up*, dimana tahap ini merupakan tahap yang sering dilupakan oleh perusahaan. Hal ini karena pihak perusahaan sekali lagi harus berurusan dengan pelanggan yang mengajukan komplain. Walaupun komplain sudah tertangani namun tahapan *follow up* ini adalah tahapan yang paling penting karena pada tahapan ini mencakup pembangunan hubungan baik dengan pelanggan yang telah menyampaikan komplain.

f. Klasifikasi penanganan keluhan

Menurut Kaihatu, Daengs, Indrianto (2015) konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda. Ada yang mendiamkan saja dan ada yang

melakukan komplain. Berkaitan dengan ini ada tiga kategori komplain terhadap ketidakpuasan, yaitu :

1) *Voice responses*

Tindakan ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. Bila konsumen melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat. Pertama, konsumen memberikan kesempatan sekali kepada perusahaan untuk memuaskan mereka. Kedua, risiko publikasi buruk dapat ditekan baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut maupun melalui koran atau media masa. Dan yang tidak kalah pentingnya adalah ketiga, memberi masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan. Melalui perbaikan (*recovery*), perusahaan jasa dapat memelihara hubungan baik dan loyalitas pelanggannya. Jika keluhan seperti ini tergolong mudah untuk ditangani, misalnya dengan menghubungi konsumen atau mengundangnya ke kantor dan bertemu secara langsung lalu dibicarakan dari hati ke hati dan tentu saja para pemasar harus menampung keluhan mereka dan memperbaiki layanan yang dikeluhkan. Kuncinya adalah tanggapi

secara positif dan inventarisir permasalahannya kemudian selesaikan.

2) *Private responses*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahukan kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan pelayanan perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

3) *Third-party responses*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa (misalnya menulis di surat pembaca) atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum, dan sebagainya. Tindakan seperti ini sangat ditakuti oleh sebagian besar perusahaan yang tidak memberi pelayanan baik kepada konsumennya. Lagipula konsumen yakin akan mendapat tanggapan yang lebih cepat dari perusahaan yang bersangkutan.

g. Manfaat *handling complaint*

Menurut Tjiptono (2017) dalam Kustina et al (2022) terdapat manfaat apabila menangani keluhan secara efektif, yaitu :

- 1) Penyedia layanan mendapatkan kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungannya dengan pelanggan yang kecewa
- 2) Penyedia layanan bisa terhindar dari publisitas negatif
- 3) Penyedia layanan bisa memahami aspek-aspek layanan yang perlu dibenahi dalam rangka memuaskan pelanggan
- 4) Penyedia layanan mampu mengidentifikasi dan menindaklanjuti
- 5) Karyawan dapat termotivasi untuk memberikan layanan yang berkualitas lebih baik.

Proses penanganan komplain secara efektif dimulai dari pengidentifikasian dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan mengeluh. Sumber masalah perlu diatasi, ditindaklanjuti, dan diupayakan agar di masa yang akan datang tidak timbul masalah yang sama.

2. Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut membutuhkan waktu yang

lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut (Sihombing, 2022).

Menurut Kristanto (2022), loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Menurut Kotler & Keller (2012) dalam (Sihombing, 2022) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama.

b. Fase loyalitas pelanggan

Berikut ini adalah fase loyalitas konsumen menurut Oliver(2014) dalam Sihombing (2022), yaitu :

1) Loyalitas kognitif

Merupakan fase pertama dari tahapan loyalitas pelanggan yang didasarkan pada keyakinan seorang konsumen terhadap sebuah *brand*.

2) Loyalitas afektif

Merupakan fase kedua dari loyalitas pelanggan

yang menunjukkan sikap berupa bentuk kesukaan konsumen yang didasarkan pada peluang dan kesempatan dalam menggunakan tertentu, sehingga tingkat kepuasan akan dikumulatikan.

3) Loyalitas konatif

Merupakan fase yang menunjukkan kondisi yang dialami konsumen dalam loyalitas yang menunjukkan apakah dengan pembelian pertama dapat mempengaruhi atau memunculkan komitmen yang mendalam untuk membeli ulang produk.

4) Loyalitas tindakan

Merupakan tahapan atau fase terakhir dalam menciptakan loyalitas konsumen ketika niat loyalitas sudah bertransformasi kepada tahapan tindakan.

c. Manfaat loyalitas pelanggan

Menurut Priansa (2017) dalam Nugraha et al, (2023) manfaat loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

1) Angka penjualan jauh lebih baik

Angka ini akan diperoleh dengan adanya pelanggan yang loyalitas maka akan menggunakan laba bisnis yang stabil.

2) Kemudahan dalam bidang promosi

Mencari pelanggan yang baru harus dilakukan dengan promosi yang terus-menerus, oleh karena itu sangat penting membuat pelanggan nyaman menggunakan jasa yang kita tawarkan dengan itu maka otomatis mereka akan berperan sebagai *brand ambassador* sekaligus tim promosi gratisan.

3) Kualitas semakin meningkat

Loyalitas pelanggan tercipta dikarenakan adanya kritik atau saran yang diberikan oleh pelanggan setia. Oleh karena itu perusahaan layanan jasa haruslah mampu menerima kritik maupun saran pelanggan agar dapat meningkatkan kualitas layanannya.

4) Mendapat keuntungan lebih tinggi

Harga sangat berpengaruh pada suatu bisnis, maka perusahaan harus bijak dalam menentukan harga produknya maka tidak menjamin bahwa pelanggan akan mudah berpindah membeli produk dari perusahaan lain, tapi karena mereka sudah percaya dan akan lebih mudah tertarik ketika melakukam *cross-selling* atau *up-selling*.

d. Tahapan loyalitas

Menurut Griffin (2010) dalam Sihombing (2022), ada tujuh tahapan dalam pertumbuhan seseorang menjadi

konsumen yang loyal, yaitu :

1) Tersangka (*suspect*)

Orang yang mungkin akan membeli produk atau jasa perusahaan. Kita menyebutnya tersangka karena kita percaya atau menyangka mereka akan membeli, tetap kita masih belum cukup yakin.

2) Prospek (*prospect*)

Merupakan orang yang membutuhkan produk atau jasa tertentu dan memiliki kemampuan untuk membelinya. Meskipun *prospect* belum melakukan pembelian dari perusahaan, tetapi mereka telah mendengar tentang keberadaan perusahaan, membaca tentang perusahaan atau ada yang merekomendasikan perusahaan kepadanya. *Prospect* mungkin mengetahui siapa kita, dimana kita dan apa yang kita jual, tetapi mereka belum membeli dari perusahaan.

3) Konsumen yang didiskualifikasikan (*disqualified prospect*)

Merupakan prospek yang sudah cukup perusahaan pelajari untuk mengetahui bahwa mereka tidak membutuhkan, atau tidak memiliki kemampuan membeli produk perusahaan tersebut.

4) Konsumen yang pertama kali (*first time customer*)

Merupakan orang yang telah membeli dari perusahaan satu kali. Orang tersebut bisa jadi merupakan konsumen perusahaan sekaligus konsumen pesaing perusahaan.

- 5) Konsumen yang melakukan pembelian berulang
Konsumen yang berulang adalah orang-orang yang telah membeli dari perusahaan dua kali atau lebih. Mereka mungkin telah membeli produk yang sama dua kali atau membeli dua produk atau jasa yang berbeda pada dua kesempatan sama atau lebih.

6) Mitra (*client*)

Seorang *client* membeli semua yang perusahaan jual dan dapat digunakan. *Client* membeli secara teratur. Perusahaan memiliki hubungan yang kuat dan berlanjut, dan menjadikannya kebal terhadap pesaing.

7) Pendukung (*advocates*)

Seperti halnya klien, pendukung membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan. Mereka membeli secara teratur. Selain itu mereka mendorong teman-teman mereka agar membeli

barang atau merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain.

e. Karakteristik loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan loyalitas pelanggan juga dapat didefinisikan berdasarkan perilaku yang konsisten Griffin (2010) dalam Sihombing (2022), berikut merupakan karakteristik loyalitas konsumen yaitu :

1) Melakukan pembelian secara teratur

Konsumen melakukan pembelian secara *continue* pada suatu produk tertentu.

2) Membeli antar lini produk dan jasa

Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen juga membeli lini produk dan jasa dari Perusahaan yang sama.

3) Mereferensikan kepada orang lain

Dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) berkenaan dengan produk.

4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

Konsumen menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing. Pelanggan yang loyal merupakan aset perusahaan, hal ini dapat dilihat berdasarkan karakteristik yang

dimilikinya. Oleh karena itu, loyalitas konsumen merupakan suatu yang bisa diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang bagi suatu perusahaan.

- f. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan
- Dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam Nugraha, et al. (2023), ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu :

1) Perhatian (*caring*)

Perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan, maupun permasalahan yang dihadapi pelanggan. Dengan perhatian pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan mereka akan melakukan transaksi ulang dengan perusahaan sehingga pada akhirnya mereka juga akan menjadi pelanggan yang loyal.

2) Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan yang muncul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan akan

semakin mudah.

3) Perlindungan (*length of patronage*)

Perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik kualitas produk, pelayanan, keluhan ataupun layanan penjual. Dengan demikian, rasa kekhawatiran pelanggan dalam melakukan transaksi berhubungan dengan perusahaan akan berkurang karena pelanggan merasa perusahaan memberikan perlindungan yang mereka butuhkan.

4) Kepuasan akumulatif (*overall satisfaction*)

Kepuasan akumulatif merupakan keseluruhan penilaian berdasarkan total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu. Kepuasan akumulatif dapat ditentukan oleh berbagai komponen, seperti kepuasan terhadap sikap agen (*service provider*) dan kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri.

g. Indikator loyalitas

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang loyal tentunya akan memiliki antusiasme untuk memperkenalkan perusahaan tersebut kepada siapapun yang mereka kenal. Menurut Yuniarti (2015)

dalam Nugraha, et al. (2023), untuk mencapai loyalitas pelanggan ada lima indikator yang dapat digunakan antara lain sebagai berikut :

- 1) Pembelian ulang merupakan salah satu perilaku yang didasari dengan kepuasan. Jika pelanggan merasa puas, untuk selanjutnya dia akan membeli dengan harga yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya
- 2) Kebiasaan mengonsumsi merk tersebut merupakan kebiasaan pelanggan yang mengalami ketidakpuasan dalam mengonsumsi merk yang lainnya. Tidak ada alasan yang lebih kuat bagi pelanggan untuk berpindah merk. Selalu menyukai merk tertentu merupakan kategori pembeli yang sungguh-sungguh menyukai merk tersebut. Beberapa alasan mengapa pelanggan selalu menyukai merk tertentu adalah adanya rasa asosiasi yang berkaitan dengan simbol, rangkaian pengalaman menggunakan merk itu sebelumnya,
- 3) adanya persepsi kualitas yang tinggi, atau mereka telah menganggap merk tersebut sebagai sahabat.
- 4) Tetap memilih merk tersebut merupakan kategori pembeli yang mempunyai kebanggaan dalam menggunakan suatu merk. Yakin bahwa merk

tersebut yang terbaik merupakan citra merk yang sangat penting dalam pikiran pelanggan. Adanya keyakinan tersebut akan berujung pada keyakinan pelanggan atas merk yang mereka gunakan.

- 5) Merekomendasikan merk tersebut kepada orang lain merupakan tanda bahwa merk tersebut sudah mengakar kuat pada diri pelanggan. Secara tidak langsung, hal itu mampu mendorong pelanggan untuk merekomendasikan merk tersebut pada orang lain.

h. Merancang dan menciptakan loyalitas

1) *Define customer value*

- a) Identifikasi segmen sasaran pelanggan
- b) Definisikan nilai sasaran pelanggan dan tentukan nilai pelanggan mana yang menjadi pendorong keputusan pembelian dan penciptaan loyalitas.
- c) Ciptakan differensiasi *brand promise*.

2) *Design the branded customer experience*

- a) Mengembangkan pemahaman *customer experience*
- b) Merancang perilaku karyawan untuk merealisasikan *brandpromise*
- c) Merancang perubahan strategi secara

keseluruhan untuk merealisasikan pengalaman pelanggan yang baru

3) *Equip people delivery konsisten*

4) Mempersiapkan pemimpin untuk menjalankan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan

a) Melengkapi pengetahuan dan keahlian karyawan untuk mengembangkan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan dalam setiap interaksi yang dilakukan pelanggan terhadap perusahaan.

b) Memperkuat kinerja perusahaan melalui pengukuran dan tindakan kepemimpinan.

5) *Sustain and enhance performance*

a) Gunakan respon timbal balik pelanggan dan karyawan untuk memelihara pelanggan secara berkesinambungan dan mempertahankan pengalaman pelanggan

b) Membentuk kerja sama antara sistem HRD dengan proses bisnis yang terlibat langsung dalam memberikan dan menciptakan pengalaman pelanggan

c) Secara terus menerus mengembangkan dan mengkomunikasikan hasil untuk menanamkan *branded customer experience* yang telah

dijalankan perusahaan

i. Strategi mempertahankan loyalitas pelanggan

Menurut Griffin (2010) dalam Sihombing (2022), mengemukakan beberapa cara agar perusahaan bisa menahan pelanggan tidak beralih ke pesaing. Adapun cara untuk mempertahankan pelanggan yaitu :

1) Meriset pelanggan

Tujuannya adalah untuk memahami keinginan pelanggan.

2) Membangun hambatan agar pelanggan tidak berpindah

a) Hambatan fisik, yaitu dengan menyediakan layanan fisik yang dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

b) Hubungan psikologis, yaitu dengan menciptakan persepsi dalam pikiran pelanggan supaya mereka tergantung pada produk atau jasa perusahaan.

c) Hambatan ekonomis, yaitu dengan memberikan insentif bagi pelanggan yang menguntungkan secara ekonomis, misalnya dengan memberikan diskon.

3) Melatih dan memodifikasi staff untuk loyal

Karyawan dan staff merupakan faktor penting untuk

membangun loyalitas pelanggan. Ikut sertakan karyawan dalam proses tersebut dan beri pelatihan informasi dukungan dan imbalan agar mereka mau melakukan hal tersebut.

4) Pemasaran loyalitas

Merupakan pemasaran dengan program-program yang memberikan nilai tambah pada perusahaan dan produk atau jasa dimata konsumen.

B. Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

No	Judul	Penulis	Tahun	Desain	Hasil	Perbedaan
1.	Pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel mediasi di masa pandemi di RSK Bedah BMIC Kuta	Maharani, Dewi, Martini	2023	Desain : Kuantitatif dengan menggunakan metode <i>path analysis</i> Sampling : <i>non probability sampling</i> dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> Variabel : penanganan keluhan, kualitas pelayanan, loyalitas pasien, kepuasan pasien Instrumen : kuesioner	Penyelesaian keluhan dan kualitas pelayanan, penyelesaian keluhan dan loyalitas pasien, kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan yang diberikan oleh rumah sakit bedah BIMC Kuta.	Pada penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode <i>path analysis</i> sedangkan desain yang digunakan peneliti yaitu analitik observasional dengan pendekatan <i>cross sectional</i> .

No	Judul	Penulis	Tahun	Desain	Hasil	Perbedaan
2.	Pengaruh kualitas Pelayanan dan penanganan komplain terhadap loyalitas pelanggan PT. First media di Sidoarjo	Widayati, Jatmiko	2022	Desain : Kuantitatif kausal Sampling : <i>probability Sampling</i> Variabel : kualitas layanan, penanganan keluhan, loyalitas pasien Instrumen : kuesioner Analisa : uji regresi linier berganda	Dari hasil uji stimultan menunjukkan bahwa penanganan komplain tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan wifi first media di sidoarjo.	Pada penelitian ini menggunakan teknik Sampling <i>probability</i> sampling sedangkan teknik pengambilan data yang dipakai peneliti adalah teknik non probability sampling dengan metode consecutive sampling.
3.	Pengaruh citra perusahaan,kepuasan pelanggan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan PT. Reska Multi Usaha Branch Office 1 Jakarta	Budi, Ceriawati	2021	Desain : Kuantitatif Sampling : non probability sampling dengan teknik pengambilan data accidental sampling Variabel : citra perusahaan, kepuasan	Hasil dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa penanganan keluhan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di PT. Reska Multi Usaha	Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling non probability sampling dengan teknik pengambilan data accidental sampling sedangkan teknik

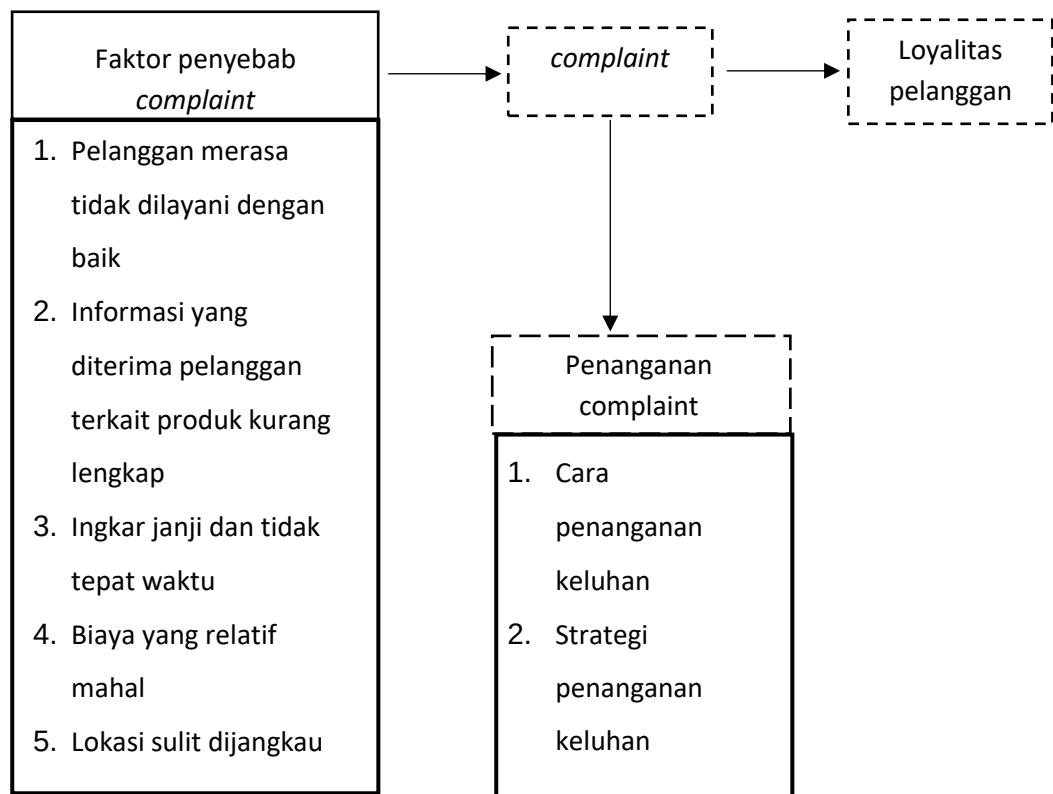
No	Judul	Penulis	Tahun	Desain	Hasil	Perbedaan
				pelanggan, penanganan keluhan, loyalitas pelanggan Analisis : regresi linier Berganda	Branch Office 1 Jakarta.	pengambilan data yang dipakai oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik consecutive sampling
4.	Analisis kualitas pelayanan, penanganan keluhan, dan citra rumah sakit terhadap kepuasan pengguna kartu BPJS di Rumah Sakit Dr.Oen Surakarta	Tazkiya, Wulan, Damayanti	2019	Desain : kuantitatif Sampling : purposive sampling Variabel : Kualitas pelayanan, penanganan keluhan, citra rumah sakit, kepuasan pengguna kartu BPJS Instrumen : kuesioner Analisa : multiple analisis regresi linier	Dari hasil analisis data pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pengguna BPJS diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0.713 < 0.677$) dan nilai signifikansi $0.478 > 0.05$ yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu BPJS di rumah sakit Dr. Oen Surakarta.	Pada penelitian ini tidak meneliti tentang loyalitas pasien.

No	Judul	Penulis	Tahun	Desain	Hasil	Perbedaan
5.	Pengaruh pelayanan keluhan pelanggan Dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui ACPI PT Pos Indonesia (persero) cabang Padang	Susanti, Edgina	2021	Desain : kuantitatif Variabel : keluhan pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan Instrumen : kuesioner Analisa : regresi linier berganda	Variabel pelayanan Keluhan pelanggan sebesar -0.101 bertanda negatif dengan sig 0.356 > 0.05 yang berarti bahwa pelayanan keluhan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) cabang Padang.	Pada penelitian ini membahas tentang pelayanan keluhan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang hubungan handling complaint dengan loyalitas pelanggan.
6.	Hubungan penyelesaian keluhan terhadap loyalitas pelanggan pada fasilitas RS Islam Siti Aisyah madiun 2018	Nurul Alfiyah	2018	Desain : cross sectional Sampling : purposive sampling Variabel bebas : penyelesaian keluhan Variabel terikat : loyalitas Pelanggan Instrumen : kuesioner Analisa :	Penelitian ini menggunakan uji Kendall-Tau-b, hasil yang diperoleh nilai sig $p=0,000 < \alpha 0,05$ berarti ada hubungan antara penanganan pengaduan dengan	Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive sampling sedangkan teknik pengambilan data yang dipakai peneliti adalah teknik non probability

No	Judul	Penulis	Tahun	Desain	Hasil	Perbedaan
				kuantitatif	loyalitas pelanggan RSI Siti Aisyah Madiun dengan korelasi kuat (0,605).	sampling dengan metode consecutive sampling.

C. Kerangka konsep

Menurut Notoatmodjo (2005) dalam Suryadi (2019) kerangka konsep penelitian pada dasarnya adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati atau diukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konsep penelitian secara operasional yang memvisualisasi hubungan antar variabel-variabel yang dibangun berdasarkan paradigma penelitian.



Gambar 2.2 Kerangka Konsep

Keterangan :

_____ : Diteliti

_____ : Tidak diteliti

D. Hipotesis

Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada kualitatif tidak merumuskan hipotesis justru menemukan hipotesis. Selanjutnya hipotesis tersebut akan diuji oleh peneliti dengan pendekatan kuantitatif (Elfrianto, Lesmana, Tanjung, 2022)

Ha : ada hubungan antara *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada Karanganyar.

H0 : tidak ada hubungan antara *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada Karanganyar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain penelitian analitik observasional dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian analitik observasional bertujuan mengkaji hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mengkaji hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada Jaten Karanganyar. Pengambilan data dilakukan secara *cross sectional*.

B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Supardi (2013) dalam Yuliani & Supriatna (2023), populasi merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang menjadi pusat perhatian dan menjadi sumber data penelitian. Populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah atau objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang mengajukan keluhan terkait dengan pelayanan rawat inap yang diberikan oleh rumah sakit pada bulan Oktober 2024.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden yang terdiri dari pasien atau keluarga pasien yang mengajukan keluhan terkait pelayanan rawat inap yang diberikan oleh Rumah Sakit Umum Jati Husada pada bulan Oktober 2024. Penelitian ini menggunakan kriteria inklusi dan kriteria eksklusi sebagai berikut:

a. Kriteria inklusi

- 1) Pasien atau keluarga pasien yang menyampaikan keluhan terhadap pelayanan rawat inap rumah sakit
- 2) Bersedia menjadi partisipan atau responden penelitian
- 3) Berusia >16 tahun
- 4) Dapat berkomunikasi dengan baik.

b. Kriteria eksklusi

Pasien atau keluarga pasien yang tidak mampu atau tidak mau memberikan data yang lengkap mengenai pengalamannya.

3. Teknik Sampling

Menurut Margono (2004) dalam Viddy (2024), teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Untuk

menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai jenis teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *consecutive sampling*. Pada metode *consecutive sampling* peneliti memilih individu yang memenuhi kriteria sampel dan diulang pada individu yang lain sampai jumlah sampel yang diperlukan terpenuhi. Metode ini banyak dilakukan pada penelitian klinik dengan menggunakan pasien yang datang sebagai sampel. Sangat tidak memungkinkan penelitian membuat kerangka sampel karena tidak bisa diketahui siapa yang akan datang sebelum mereka secara langsung datang ke rumah sakit.

C. Alat Penelitian

Menurut Jimung (2018), instrumen (alat ukur) penelitian dapat berupa kuesioner, cek list yang digunakan sebagai pedoman observasi dan wawancara atau angket yang dimaksudkan dengan Instrumen penelitian atau pengumpulan data adalah "alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data". Oleh sebab itu, pembuatan instrumen harus merujuk pada variabel penelitian dan definisi operasional.

Alat ukur ukur yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah kuesioner yang meliputi:

1. Kuesioner *Handling Complaint*

Kuesioner *handling complaint* disadur dari penelitian Alfiah (2018) yang sudah dilakukan uji reliabilitas dengan skor 0,839 dan uji validitas dari 16 item pertanyaan diperoleh hasil valid dan 1 tidak valid. Kuesioner digunakan untuk mengidentifikasi penanganan keluhan pelanggan. Alat ukur terdiri dari 14 pertanyaan dibagi menjadi 4 (empat) indikator terdiri dari empat, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan penanganan keluhan, kemudahan menghubungi rumah sakit yang diukur menggunakan skala likert dengan pilihan jawaban yaitu:

a. Pernyataan positif

Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), sangat setuju (5).

b. Pernyataan negatif

Sangat tidak setuju (5), tidak setuju (4), cukup setuju (3), setuju (2), sangat setuju (1).

Dari hasil penjumlahan kuesioner diatas, maka akan dicari nilai mean yang akan digunakan untuk mengukur *handling complaint* sehingga dikategorikan sebagai berikut :

Baik $\geq$ mean

Tidak baik $<$ mean

2. Kuesioner Loyalitas Pelanggan

Kuesioner loyalitas pelanggan disadur dari penelitian Alfiah (2018) yang sudah dilakukan uji reliabilitas dengan skor 0,852 dan uji validitas dari 9 item pertanyaan diperoleh hasil seluruhnya valid. Kuesioner loyalitas pelanggan digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan. Alat ukur terdiri dari 9 (sembilan) pertanyaan yang dibagi kembali menjadi 3 (tiga) indikator melakukan pembelian ulang secara teratur, merekomendasikan jasa, kekebalan dari daya tarik pesaing yang diukur menggunakan skala likert dengan pilihan jawaban yaitu:

a. Pernyataan positif

Sangat tidak setuju (1) , tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), sangat setuju (5).

b. Pernyataan negatif

Sangat tidak setuju (5), tidak setuju (4), cukup setuju (3), setuju (2), sangat setuju (1).

Dari hasil penjumlahan kuesioener diatas, maka akan dicari nilai mean yang akan digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan sehingga dikategorikan sebagai berikut :

Loyal $\geq$ mean

Tidak loyal $<$ mean

D. Metode Pengumpulan Data

1. Tahap Persiapan

- a. Setelah lulus ujian proposal peneliti mengajukan *ethical clearence* ke Komite Etik RSUD Dr. Moewardi pada tanggal 16 Agustus 2024. Peneliti menerima surat keterangan Kelaikan Etik pada tanggal 30 Agustus 2024.
- b. Pada tanggal 2 September 2024 peneliti mengajukan surat pengantar ijin penelitian kepada Ketua STIKES Panti Kosala.
- c. Tanggal 9 September 2024 peneliti menyerahkan surat penelitian kepada Direktur RSU Jati Husada Jaten Karanganyar.
- d. Tanggal 10 September peneliti mendapatkan ijin penelitian dari RSU Jati Husada Jaten Karanganyar untuk melakukan pengambilan data pada 2 Oktober 2024.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Dalam mengumpulkan responden, peneliti dibantu oleh Kepala Bagian Humas RSU Jati Husada Jaten Karanganyar dengan menginformasikan kepada pasien atau keluarga pasien untuk bersedia menjadi responden penelitian.
- b. Peneliti datang ke RSU Jati Husada Jaten Karanganyar dan melakukan penelitian pada tanggal 2 Oktober hingga 31 Oktober 2024.
- c. Peneliti memperkenalkan diri, menjelaskan maksud dan tujuan, serta meminta kesediaan pasien atau keluarga pasien

untuk diteliti dengan menandatangani lembar persetujuan menjadi responden.

- d. Setelah data terkumpul peneliti mengecek kembali jawaban responden apakah sudah lengkap. Setelah responden selesai menjawab kuesioner peneliti mengucapkan terima kasih.

3. Tahap Akhir

Setelah semua kuesioner diisi oleh responden dan data lengkap maka peneliti melakukan analisis data dan menyusun laporan penelitian.

E. Analisa Data

Teknik Analisa data merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian (Ulfah et al., 2022). Analisa data dilakukan melalui tahap-tahap berikut ini:

1. *Editing*

Pada proses *editing* peneliti melakukan pemeriksaan terhadap kuesioner yang telah diisi oleh responden, hasil dari pemeriksaan menunjukkan bahwa seluruh kuesioner telah diisi lengkap dan tidak ada jawaban yang kosong atau tidak sesuai. Dengan demikian, data yang diperoleh dari responden dapat langsung digunakan untuk tahap pengolahan dan analisis lebih lanjut.

2. *Coding*

Coding merupakan kegiatan pemberian kode numerik (angka) terhadap data yang terdiri dari beberapa kategori. Dalam penelitian ini, peneliti tidak mengalami kesulitan dalam melakukan *coding* karena seluruh jawaban dari responden sudah jelas dan sesuai dengan format yang sudah ditentukan.

3. *Data Entry*

Data yang diperoleh dimasukkan peneliti ke dalam komputer agar mudah dianalisis.

Setelah tahap tahap diatas, selanjutnya peneliti melakukan analisis data yang terdiri dari :

1. Analisis Univariat

Analisis univariat bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan karakteristik setiap variabel penelitian. Pada umumnya dalam analisis ini hanya menghasilkan distribusi frekuensi responden berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan sebagainya.

a. Rata-rata hitung (mean)

Mean digunakan untuk data yang tidak dikelompokkan (*ungrouped* data) maupun data yang dikelompokkan (*grouped* data).

1) Data yang tidak dikelompokkan :

Rata-rata hitung

$$(\bar{x}) = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan

(x) = rata-rata hitung sampel

(x₁) = nilai dalam suatu sampel

n = total banyaknya pengamatan dalam suatu sampel

2) Data yang dikelompokkan

Rata-rata hitung

$$(\bar{x}) = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

(x) = rata-rata hitung sampel

(x₁) = tanda kelas atau nilai tengah interval (bila merupakan interval)

f_i = frekuensi yang sesuai dengan nilai tengah interval x_i (bila merupakan interval)

b. Median

Median merupakan nilai yang terletak di tengah dari suatu set nilai atau pengamatan yang disusun menurut *Array*.

1) Data tidak dikelompokkan (*ungrouped data*)

Terdapat dua rumus untuk menentukan letak atau posisi median yaitu sebagai berikut :

a) Bila banyaknya pengamatan ganjil, media terletak

pada urutan ke : $\frac{n+1}{2}$

Keterangan :

n = banyak pengamatan

b) Bila banyak pengamatan genap, median terletak

pada urutan ke : $\frac{n}{2}$ dan $\frac{n+2}{2}$

2) Data dikelompokkan

Rumus median

$$V \text{ Median} = Lo + c \left[\frac{\frac{n}{2} \sum f}{F} \right]$$

Keterangan

Lo = batas bawah kelas median yaitu kelas di mana median terletak

c = panjang kelas median

n = banyak data atau pengamatan

$\sum f$ = jumlah semua frekuensi dari semua kelas di bawah kelas median

f = frekuensi kelas median

c. Modus

Modus digunakan untuk menyatakan fenomena yang paling banyak terjadi dan secara tidak sadar paling banyak digunakan dan sering dipakai untuk menyatakan rata-rata dan kualitatif.

1) Data tidak dikelompokkan (*ungrouped data*). Modus ditentukan dengan jalan menentukan frekuensi terbanyak di antara data itu.

2) Data yang dikelompokkan

Rumus modus

$$Mo = Lo + c \left[\frac{d1}{d1+d2} \right]$$

Keterangan :

Lo = batas bawah kelas modal yaitu kelas dengan frekuensi banyak

C = panjang kelas

d1 = selisih frekuensi kelas modal dikurangi frekuensi kelas interval sebelum kelas

d2 = selisih frekuensi kelas modal dikurangi frekuensi kelas interval sebelum kelas

d. Standar deviasi

Data tidak dikelompokkan (*ungrouped data*)

$$\text{Rumus : } \sqrt{\frac{\sum f(x-x)^2}{(n-1)}}$$

Data dikelompokkan (*grouped data*)

Cara langsung (direct method)

$$\text{Rumus : } \frac{\sum f(x-x)^2}{(n-1)}$$

2. Analisis Bivariat

Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di RSUD Jati Husada Jaten Karanganyar. Uji statistik yang digunakan adalah *Chi Square Test*.

Chi Square Test merupakan pengujian non parametric sehingga data tidak harus berdistribusi normal. Test ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara 2 variabel. *Chi Square Test* dapat dapat digunakan untuk mengestimasi atau mengevaluasi frekuensi yang diselidiki atau menganalisis hasil observasi untuk mengetahui, apakah terdapat hubungan atau perbedaan yang signifikan pada penelitian yang tidak menggunakan data nominal.

a. Menulis hipotesa alternatif

Hipotesa pada penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan

b. Membuat tabel statistik

Tabel 3.2

Tabulasi Silang hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan

<i>Handling complaint</i>	Loyalitas	
	Loyal	Tidak loyal
Baik		
Kurang baik		

c. Menentukan tingkat kepercayaan (*significant*)

Uji statistik yang peneliti gunakan adalah *Chi Square Test* dengan tingkat signifikan $p : 0,05$

d. Menentukan uji statistik

Menentukan uji statistik dengan menggunakan komputer yaitu:

Data yang sudah terkumpul akan dianalisa menggunakan *Chi Square Test* dengan bantuan program SPSS for Windows seri 27.

e. Kriteria penarikan kesimpulan

Kriteria penarikan kesimpulan dengan menggunakan komputer adalah sebagai berikut :

Jika $p < 0,05$ maka H_a diterima

Jika $p \geq 0,05$ maka H_o ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada tanggal 2 Oktober 2024 hingga 31 Oktober 2024 di RSUD Jati Husada yang beralamatkan di Jl. Raya Solo-Tawangmangu No.Km.10, Dusun VI, Jati, Kec. Jaten, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57554.

2. Tabel Distribusi Frekuensi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para pasien atau keluarga pasien rawat inap yang menyampaikan keluhan kepada rumah sakit sejumlah 50 responden dengan gambaran karakteristik sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Frekuensi Responden (n=50)

Karakteristik Responden	f	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	24	48%
Perempuan	26	52%
Umur		
17-25 tahun	8	16%
26-35 tahun	11	22%
36-45 tahun	7	14%
46-55 tahun	4	8%

Karakteristik Responden	f	%
55-65 tahun	13	26%
>66 tahun	7	14%
Pendidikan		
Tidak tamat SD	4	8%
Tamat SD	7	14%
Tamat SMP/ sederajat	7	14%
Tamat SMA/ sederajat	17	34%
Tamat Akademi	4	8%
Tamat Perguruan tinggi	11	22%
Pekerjaan		
Tani/ buruh	6	12%
Swasta	16	32%
Wiraswasta	11	22%
Ibu rumah tangga	5	10%
PNS	4	8%
Lain-lain	8	16%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa dari 50 responden, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan persentase 52% (26 responden). Untuk kelompok umur, persentase tertinggi pada responden yang berusia 55-65 tahun, yaitu sebesar 26% (13 responden). Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat, dengan persentase 34% (17 responden). Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, responden yang bekerja di swasta mendominasi yaitu mencapai 32% (16 responden).

3. Distribusi Frekuensi Keluhan Pelanggan

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Keluhan Pelanggan

Karakteristik Responden	f	%
Jenis Keluhan		
Antri kamar	12	24%
Infus macet	6	12%
Kebersihan ruangan	12	24%
Kebersihan kamar mandi	8	16%
Gizi	3	6%
Fasilitas ruangan	9	18%
Penyampaian Keluhan		
Langsung	50	100%
Kotak saran	0	0%
Telepon	0	0%

Berdasarkan tabel 4.2 jenis keluhan mayoritas responden mengeluhkan antri kamar dan kebersihan ruangan, dengan persentase 24% atau 12 responden. Sedangkan, dalam hal cara penyampaian keluhan, seluruh responden (100%) menyampaikan keluhan mereka secara langsung, yang berjumlah 50 responden.

4. *Handling Complaint*

Tabel 4.3

Handling Complaint

<i>Handling Complaint</i>	f	%
Baik	26	52%
Tidak baik	24	48%
Total	50	100%

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa penilaian responden pada *handling complaint* mayoritas baik yaitu sebesar 52% (26 responden), sedangkan responden yang menunjukkan penilaian tidak baik sebanyak 48% (24 responden).

Tabel 4.4

Indikator *Handling Complaint*

Indikator <i>Handling Complaint</i>	f	(%)
Empati		
Baik	26	52%
Tidak baik	24	48%
Kecepatan dalam penanganan keluhan		
Baik	27	54%
Tidak baik	23	46%
Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan		
Baik	29	58%
Tidak baik	21	42%
Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi rumah sakit	68%	32%
Baik	34	68%
Tidak baik	16	32%

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari empat indikator yang diisi oleh 50 responden pasien atau keluarga pasien RSUD Jati Husada terdapat responden yang memberikan penilaian terhadap empati yang baik sebanyak 26 responden (52%). Kecepatan dalam penanganan keluhan terdapat responden yang memberikan penilaian baik sebanyak 27 responden (54%). Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah terdapat responden yang memberikan penilaian baik sebanyak 29 responden (58%). Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi rumah sakit terdapat responden yang memberikan penilaian baik sebanyak 34 responden (68%).

5. Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.5

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan	f	%
Loyal	34	68%
Tidak Loyal	16	32%
Total	50	100%

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa penilaian responden pada loyalitas pelanggan mayoritas loyal yaitu sebesar 68% (34 responden), sedangkan responden yang menunjukkan penilaian tidak loyal sebanyak 32% (16 responden).

Tabel 4.6

Indikator Loyalitas Pelanggan

Indikator Loyalitas Pelanggan	f	%
Melakukan kunjungan ulang		
Loyal	35	70%
Tidak loyal	15	30%
Merekomendasikan jasa		
Loyal	24	48%
Tidak loyal	26	52%
Kemampuan bertahan dari daya tarik pesaing		
Loyal	35	70%
Tidak loyal	15	30%

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa distribusi frekuensi loyalitas pelanggan berdasarkan jawaban dari tiga indikator yang diisi oleh 50 responden pasien atau keluarga pasien RSUD Jati Husada terdapat responden yang memberikan penilaian terhadap melakukan kunjungan ulang yang loyal sebanyak 35 responden (70%), merekomendasikan jasa terdapat responden yang memberikan penilaian tidak loyal sebanyak 26 responden (52%), kemampuan bertahan dari daya tarik pesaing terdapat responden yang memberikan penilaian loyal sebanyak 35 responden (70%).

6. Hubungan variabel bebas dan terikat

Tabel 4.7

Tabulasi silang hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan

<i>Handling complaint</i>	Loyalitas	
	Loyal	Tidak loyal
Baik	19	7
Tidak baik	10	14

Berdasarkan tabel 4.7 tabulasi silang hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di RSUD Jati Husada menunjukkan bahwa dari 26 responden memiliki *handling complaint* yang baik dengan loyalitas pelanggan loyal sebanyak 19 responden sedangkan responden yang memiliki *handling complaint* baik dengan loyalitas pelanggan tidak loyal sebanyak 7 responden. Dari 24 responden yang memiliki *handling complaint* tidak baik dengan loyalitas pelanggan loyal sebanyak 10 responden, sedangkan *handling complaint* tidak baik dengan loyalitas pelanggan tidak loyal sebanyak 14 responden.

Tabel 4.8

Hubungan *Handling Complaint* dengan Loyalitas Pelanggan

		Loyalitas Pelanggan
<i>Handling complaint</i>	Pearson Correlation	.318
	Sig (2-tailed)	.024

Berdasarkan tabel 4.8 yang dianalisa menggunakan uji *chi square* didapatkan hasil Sig (2-tailed) sebesar 0,024 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan.

B. Pembahasan

1. *Handling Complaint* di Rumah Sakit Umum Jati Husada

Berdasarkan distribusi frekuensi *handling complaint* dari 50 responden terdapat 52% (26 responden) yang memberikan penilaian baik terhadap penanganan keluhan, dan terdapat 48% (24 responden) yang memberikan penilaian tidak baik terhadap penanganan keluhan, sehingga dapat diketahui bahwa penanganan keluhan yang dilakukan oleh rumah sakit sudah cukup baik.

Menurut Wibowo (2021), keluhan adalah suatu ungkapan atau ekspresi dari seorang pelanggan yang mengungkapkan rasa ketidakpuasannya atas produk atau jasa yang telah diberikan. Komplain merupakan bagian dari bentuk komunikasi dari pelanggan kepada penyedia layanan yang berisi ketidaksesuaian

antara produk atau jasa yang diperoleh dan produk atau jasa yang telah dijanjikan. Komplain sangat diperlukan untuk menghasilkan sebuah informasi, baik positif ataupun negatif. Komplain dari pelanggan sangat diperlukan untuk evaluasi suatu usaha jika dicermati dengan baik. Kewajiban pemegang usaha adalah mengelola komplain dengan baik, menempatkan komplain sebagai bagian dari komunikasi serta evaluasi, dan tidak menjadikan komplain sebagai ancaman bagi usahanya sehingga justru mengabaikan keluhan yang diterima dari pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Tazkiya et al., (2019), keluhan merupakan hal yang disampaikan oleh konsumen karena mereka merasakan adanya ketidaksesuaian atas jasa yang diterima dengan yang dijanjikan. Suatu pengaduan dan keluhan bisa dijadikan kesempatan untuk perusahaan agar memperbaiki kesalahan yang ada. Dengan demikian perusahaan dapat mengembangkan ide-ide yang baru dan meningkatkan pemasaran ataupun pelayanan.

Penanganan keluhan di RSUD Jati Husada mayoritas masuk dalam kategori baik (52%), namun demikian masih terdapat (48%) penanganan keluhan yang masuk pada kategori kurang. Adapun indikator yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan kurang yaitu indikator empati yang didukung dari pernyataan bahwa petugas rumah sakit tidak peduli terhadap pasien yang mengeluh yang dijawab cukup oleh 48% responden, kecepatan dalam

penanganan keluhan yang dijawab cukup 46%, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah yang dijawab cukup oleh 42% responden, dan kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi rumah sakit yang dijawab cukup oleh 32% responden. Menurut Hanggara (2019), empati adalah kemampuan untuk merasakan dan menghubungkan seseorang dengan pikiran, emosi, dan pengalaman orang lain. Menurut Kusyanti et al., (2023), empati adalah kemampuan untuk merasakan hal yang sama dengan orang lain, berada dalam situasi yang sama, dan merasakan hal yang sama. Meskipun penanganan keluhan di RSUD Jati Husada sudah cukup baik namun masih ada kesempatan untuk meningkatkan empati dalam berinteraksi dengan pasien. Peningkatan empati akan berperan penting dalam menciptakan pengalaman pasien yang baik, sehingga pelanggan merasa lebih dihargai dan didengarkan agar dapat meningkatkan kualitas penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Walaupun mayoritas pelanggan di RSUD Jati Husada mengatakan *handling complaint* sudah baik, namun demikian masih ada pelanggan yang mengatakan bahwa *handling complaint* kurang baik dalam hal empati agar tercipta loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Perbaikan jasa atas ketidakpuasan pelanggan sangat penting dilakukan. Dengan adanya perbaikan jasa, pelanggan akan merasa diperhatikan oleh pihak rumah sakit,

sehingga rasa kekecewaan atas ketidaksesuaian harapan pelayanan yang diterimanya akan berubah menjadi rasa puas jika keluhan pelanggan tersebut ditangani dengan dengan sangat baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Santi et al (2024), komplain dari pelanggan yang tidak puas akan berpengaruh pada kepuasan pasien. Apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan menggunakan jasa yang ditawarkan kembali, sebaliknya apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan cenderung akan melakukan komplain dan tidak menggunakan jasa yang ditawarkan kembali. Untuk itu perlu adanya penanganan komplain yang baik agar pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas bahkan menjadi pelanggan yang setia.

Untuk meningkatkan *handling complaint* perlu adanya penilaian *handling complaint* yang baik dari pihak manajemen RSUD Jati Husada khususnya bagian yang menangani penanganan keluhan dan semua pihak yang terkait, sehingga pelanggan yang merasa tidak puas menjadi puas akan pelayanan yang diterimanya.

2. Loyalitas Pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada

Dapat diketahui bahwa distribusi frekuensi loyalitas dari 50 responden yang terdiri dari pasien atau keluarga pasien rawat inap RSUD Jati Husada terdapat responden dengan loyalitas pelanggan tidak loyal 16 responden (32%) dan pelanggan loyal sebanyak 34 responden (68%). Sehingga dapat diketahui bahwa

rumah sakit telah berhasil menjaga hubungan yang baik dengan sebagian besar pelanggannya, baik dari segi pelayanan, fasilitas, atau pengalaman pelanggan.

Menurut Kristanto (2022), loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Hal ini diperkuat oleh pendapat Hermanto (2019), bahwa loyalitas konsumen pada umumnya dapat ditafsirkan kesetiaan seseorang dalam suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas adalah manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam penggunaan struktur dan jasa pelayanan yang disediakan oleh pihak perusahaan serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan di RSUD Jati Husada mayoritas masuk dalam kategori baik (68%), namun demikian masih terdapat 32% loyalitas pelanggan yang masuk pada kategori kurang. Adapun indikator yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan kurang hal ini didukung dari pernyataan pelanggan akan memberikan tanggapan yang positif kepada teman, keluarga atau tetangga tentang pelayanan rumah sakit yang dijawab cukup oleh 52% responden, tidak melakukan kunjungan ulang (30%), tidak mampu

bertahan dari daya tarik pesaing (30%) . Menurut Asmarina et al (2022), merekomendasikan jasa adalah keinginan pelanggan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, antar pelanggan, atau kepada pihak lain mengenai suatu jasa. Pelanggan akan merekomendasikan jasa kepada orang lain seperti keluarga, teman, dan tetangga apabila pelanggan puas menggunakan jasa, dan jika tidak puas maka pelanggan tidak akan merekomendasikan kepada orang lain. Meskipun 48% pelanggan RSUD Jati Husada menunjukkan loyalitas yang baik namun terdapat 52% pelanggan yang loyalitasnya kurang serta ketidakmampuan pelanggan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain yang menunjukkan bahwa rumah sakit perlu fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan. Loyalitas yang tinggi tidak hanya bergantung pada penggunaan atau kunjungan berulang tetapi juga pada kepuasan yang dapat mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut.

Menurut Nugraha, et al. (2023), ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu perhatian dimana perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan maupun permasalahan yang dihadapi pelanggan, dengan perhatian pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan mereka akan melakukan transaksi ulang dengan perusahaan sehingga pada akhirnya mereka juga akan menjadi pelanggan yang loyal. Kepercayaan yang muncul

dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan maka usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan akan semakin mudah. Perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya baik kualitas produk maupun segi pelayanannya agar pelanggan merasa nyaman saat melakukan transaksi dengan perusahaan karena pelanggan merasa mendapat perlindungan yang mereka butuhkan. Kepuasan akumulatif merupakan keseluruhan penilaian berdasarkan total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu dari kepuasan akumulatif dapat ditentukan oleh berbagai komponen seperti kepuasan terhadap sikap *service provider* maupun kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri.

Menurut Griffin (2002) dalam Puspaningrum (2021), bahwa tingginya kesetiaan pelanggan sesuai dengan perilaku pembelian yang biasa diperlihatkan oleh pelanggan yang loyal. Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal setiap perusahaan harus menciptakan citra yang baik dimata pelanggan, karena citra yang dimiliki pelanggan terhadap perusahaan pada akhirnya menimbulkan penilaian pelanggan akan keberadaan perusahaan tersebut. Membina dan mempertahankan suatu citra yang kuat sangat penting bagi organisasi suatu jasa, jika ingin menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitasnya. Hal ini sejalan

dengan penelitian Anggraini & Budiarti (2020), loyalitas timbul karena adanya kepuasan terhadap suatu merk tertentu yang memenuhi kriteria yang diinginkan dan akan melakukan pembelian secara terus-menerus. Pelanggan dikatakan setia atau loyal jika apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. untuk menimbulkan loyalitas pelanggan dibutuhkan rasa puas pelanggan terlebih dahulu terhadap suatu produk atau jasa tertentu.

Pasien/keluarga pasien yang loyal akan berlangganan kembali jika membutuhkan pelayanan kesehatan, merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain, dan tetap memilih rumah sakit tersebut meskipun rumah sakit lain menawarkan kualitas jasa dan pelayanan yang sama. Hal ini dilakukan karena mereka merasa puas akan pelayanan yang telah diterimanya sehingga muncul sikap loyalitas dari pelanggan. Hal ini diperkuat oleh teori Tehuayo (2021) dalam Yucha et al., (2024), bahwa loyalitas konsumen dapat diperlihatkan dari sikap dan perilaku. Sikap termasuk niat pembelian kembali atau membeli produk lain dari perusahaan, niat untuk merekomendasikan dan kekebalan terhadap pesaing. Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*) dan seseorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan

perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama.

3. Hubungan *Handling Complaint* dengan Loyalitas Pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada

Berdasarkan hasil analisis uji *chi-square* menunjukkan hasil uji statistik nilai signifikansi antara *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan $0,024 < \alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa ada hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di RSU Jati Husada.

Menurut Mujito et al., (2024), penanganan keluhan yang secara efektif adalah kunci untuk meminimalkan dampak negatif dan bahkan mengubah keluhan menjadi peluang untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan sehingga perusahaan menekan sedemikian rupa agar keluhan sangat sedikit. Hal ini sejalan dengan penelitian Ani & Jatmiko (2023), penanganan komplain menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan. Penanganan komplain yang tidak baik juga memberikan kontribusi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan dan bisa meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan. Menghindari citra negatif terhadap perusahaan dan memberikan masukan yang positif bagi perusahaan agar lebih tanggap dalam menangani keluhan atau komplain dan juga untuk

meningkatkan kualitas pelayanan secara tertulis maupun secara lisan. Dengan penanganan komplain yang baik, akan terbentuk sebuah ikatan antara pelanggan dengan perusahaan yang dinamakan loyalitas. Loyalitas pelanggan merupakan alat penting dan juga menguntungkan bagi perusahaan, mempertahankan konsumen yang ada akan lebih menguntungkan karena memberikan informasi atau rekomendasi positif ke orang lain, melakukan tindakan persuasif kepada orang lain, melakukan pembelaan dan memiliki kekebalan terhadap penawaran dari perusahaan lain. Loyalitas konsumen berawal dari penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima berdasarkan harapan yang sudah diharapkan sebelumnya, pelanggan akan merasa puas jika kualitas layanan yang didapatkannya sesuai dengan keinginannya ataupun melebihi harapannya. Efek dari loyalitas pelanggan bersifat jangka panjang, semakin lama pelanggan tersebut menggunakan produk atau jasa maka semakin besar kemungkinan perusahaan meraih keuntungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Akira & Sudibyo (2020) yaitu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara *complaint handling* terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil dan nilai F sebesar 217,681 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ($<0,05$). Demikian juga menurut penelitian Sinulingga & Telagawathi (2021) menunjukkan bahwa ada

pengaruh *handling customer complaint* terhadap loyalitas konsumen.

Dengan adanya penanganan keluhan yang baik dari pihak rumah sakit, maka pelanggan akan merasa ada perhatian dari pihak rumah sakit karena sudah mau mendengarkan dan memperbaiki kualitas jasa yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, dengan begitu akan terciptanya kepuasan pelanggan yang nantinya akan menimbulkan loyalitas bagi pelanggan. Jika loyalitas pelanggan tercipta maka pihak rumah sakit akan mendapatkan keuntungan tersendiri dari pelanggan yang loyal tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Susanti & Edgina (2021) jika pelanggan puas maka pelanggan akan cenderung loyal kepada perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas karena harapan yang sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan tersebut. Ketika perusahaan ingin membuat pelanggan loyal maka terlebih dahulu yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah membuat pelanggan puas akan pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan tentang hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penanganan keluhan di Rumah Sakit Umum Jati Husada masuk dalam kategori baik dengan jumlah presentase 52%
2. Loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada masuk dalam kategori loyal dengan jumlah presentase 68%
3. Ada hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada dengan $p\text{ value } 0,024 < \alpha = 0,05$

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang hubungan *handling complaint* dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Rumah Sakit Umum Jati Husada

- a. Rumah Sakit Umum Jati Husada diharapkan untuk lebih meningkatkan aspek empati dalam penanganan keluhan bisa ditunjukkan dengan sikap peduli, mendengarkan keluhan, menawarkan bantuan, serta memastikan bahwa pasien mendapatkan perhatian yang layak agar tercipta kepuasan pelanggan yang lebih baik.
- b. Rumah Sakit umum Jati Husada diharapkan untuk mengirimkan *follow up* kesehatan setelah pasien menjalani perawatan, memberikan layanan konsultasi gratis untuk pasien yang ingin bertanya lebih lanjut setelah perawatan.
- c. Meminta pasien yang puas untuk memberikan testimoni dan ulasan yang positif di media sosial atau situs resmi rumah sakit, agar rumah sakit dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pelanggan untuk merekomendasikan jasa rumah sakit kepada orang lain.
- d. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Rumah Sakit Umum Jati Husada untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan agar pihak rumah sakit bisa lebih memahami kebutuhan, keinginan, harapan pelanggan dan dapat memanfaatkan penelitian ini untuk memperbaiki strategi komunikasi dengan pelanggan.

2. Bagi institusi pendidikan kesehatan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan wawasan dan bahan tolok ukur untuk kajian selanjutnya khususnya mengenai *handling complaint* dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber data untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *handling complaint* maupun loyalitas pelanggan dan diharapkan untuk memperluas penelitian untuk memperdalam *handling complaint* maupun loyalitas di rawat jalan maupun rawat inap.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian adalah:

1. Peneliti tidak membatasi karakteristik responden berdasarkan Pendidikan dan pekerjaan dimana karakteristik responden tersebut mungkin berpengaruh pada kemampuan menyampaikan keluhan dan penilaian terhadap penanganan keluhan yang dilakukan oleh RSUD Jati Husada.
2. Dalam penelitian ini pengambilan data hanya dilakukan pada pasien atau keluarga pasien yang menjalani perawatan di unit rawat inap dan penelitian ini tidak mencakup pasien rawat jalan sehingga hasil yang diperoleh lebih spesifik untuk yang menjalani rawat inap di rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghivirwati, G. A., Juliawati, P., Lumbanraja, T., Qosim, N., Sofyanty, D., Dewiningrat, A. I., Joko Kismanto, S. K. N. M. S., Abdul Munim, S. E. M. M., Anna Noviana, S. E. M. M., & Dr. Festus Evly R. I. Liow, S. T. M. S. (2022). *Manajemen Kualitas*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=sr6bEAAAQBAJ>
- Akira, A. P., & Sudibyo, A. G. (2020). Pengaruh Kegiatan Complaint Handling Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment* |, 2(1), 1–15.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Asmarina, N. L. P. G. M. (2022). *PENGARUH PERCEIVED OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP NIAT BELI KEMBALI*. Pascal Books. <https://books.google.co.id/books?id=3bCSEAAAQBAJ>
- Elfrianto, Lesmana, G., & Tanjung, B. N. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=43yAEAAAQBAJ>
- Firmansyah, D. F. A. (2023). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=txyPDwAAQBAJ>
- Gainau, M. B. (n.d.). *Pengantar Metode Penelitian*. PT Kanisius. <https://books.google.co.id/books?id=L40pEAAAQBAJ>
- Hanggara, A. D. (2019). *Kepemimpinan Empati Menurut Al-Qur'an*. CV Jejak (Jejak Publisher). <https://books.google.co.id/books?id=a8TRDwAAQBAJ>
- Hermansah, Yamin, A., & Suparman. (n.d.). *Meningkatkan Kualitas Layanan Publik di Pelabuhan: Peran Responsivitas dan Kemampuan Pelayanan Pegawai*. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=GnncEAAAQBAJ>
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Jimung, M. (2018). *Petunjuk praktis karya tulis ilmiah berbasis riset keperawatan*. trans info media.
- Kaihatu, T. S., Daengs, D. A., & Indrianto, A. T. L. (2015). *Manajemen Komplain*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=5YuACwAAQBAJ>
- Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>
- Kustina, K. T., Nurhayati, Pratiwi, E., Hertati, L., Qodari, A., Nurhayati, A., Jaya, A., Saefullah, A., Marthalia, D., & Munim, A. (2022). *Sistem Informasi*

- Manajemen. Cendikia Mulia Mandiri.*
<https://books.google.co.id/books?id=JSi3EAAAQBAJ>
- Tatik Kusyanti, S. S. T. M. K., Istiqomah Dwi Andari, S. S. T. M. K. C., Riri Aprianti, S. K. B. M. K., Titin Ifayanti, S. S. T. M. B., Susanto, A., R Roro Ratuningrum A, S. T. K. M. K., Dr. Tuti Rohani, S. S. T. M. K., Nur Anita, S. S. T. M. K., Afrida Yelni, S. S. T. M. K., & Karwati, S. S. T. M. M. M. K. (2023). *Komunikasi Digital Kebidanan. Kaizen Media Publishing.*
<https://books.google.co.id/books?id=exyuEAAAQBAJ>
- Larasati, T., Winoto Tj, H., & Wahyoedi, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pasien Bpjs Dimediasi Oleh Kepuasan Pasien Pada Klinik Mutiara Gading Medika Bekasi. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 1856–1867.
<https://doi.org/10.54783/jser>.
- Maharani, P. H., Dewi, L. K. C., & Martini, L. K. B. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Mediasi Di Masa Pandemi Covid Di RSK Bedah Bimc, Kuta. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 19(1), 134–145.
<https://doi.org/10.31967/relasi.v19i1.667>
- Mujito, S. E. M. M., Dwi Oktiana Irawati, S. I. P. M. S., Tika Kartika Asri, S. A. P. M. B. A., Anneu Fitriyanti, S. P., & Fathurrahman, I. (2024). *Manajemen Pelayanan Prima.* EDU PUBLISHER.
<https://books.google.co.id/books?id=DcsrEQAAQBAJ>
- Nugraha, K., Arief, Abdinagoro, B., Heriyati, P., & Kurniatun, T. C. (2023). *Disrupting Diverting Effects: Teori dan Implikasi Pada Bank Syariah Indonesia.* Indonesia Emas Group.
<https://books.google.co.id/books?id=PJPgEAAAQBAJ>
- Nugraha, K., Arief, Abdinagoro, Bp. H., & Kurniatun, T. C. (2023). *Peran Incumbent Holding Effects dalam Praktik Bank Syariah di Indonesia.* Indonesia Emas Group.
<https://books.google.co.id/books?id=hJTgEAAAQBAJ>
- Puspaningrum, A. (2021). *KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: Kajian Perilaku Pelanggan Hypermart.* Media Nusa Creative (MNC Publishing).
<https://books.google.co.id/books?id=5wdMEAAAQBAJ>
- Rizkia, N. D., Istianingsih, N., Nuryanto, U. W., Surya, A. P., Bander, S. E., Safarida, N., & Indrajaya, S. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS.* CV. Intelektual Manifes Media.
https://books.google.co.id/books?id=xQ_Qeaaaqbaj
- Santi, Herman, A., & Iswantoro. (2024). *Hubungan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Banjarmasin.* 3, 1–14.
- Sembiring. (2021). *Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik.* Media Nusa Creative (MNC Publishing).
<https://books.google.co.id/books?id=Nn5JEAAAQBAJ>
- Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image.* Penerbit NEM.

<https://books.google.co.id/books?id=AeBsEAAAQBAJ>

- Sinulingga, A. B., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh Handling Customer Complaints Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Gojek Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Di Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 311. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32522>
- Sumar'in, Sarianti, K., Hananto, D., Makmur, M., Damayanti, N., Annas, M., Tahendrika, A., & Yusman, F. N. (2024). *Manajemen Bisnis Ritel*. Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=faPvEAAAQ>
- Susanti Febsri, & Edgina Dea. (2021). Pengaruh Pelayanan Keluhan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui ACPI PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 47–58. <https://doi.org/10.31961/ijaaf.v1i1.1167>
- Suryadi, A. S. (2019). *Bahan ajar kesehatan lingkungan : metodologi penelitian*. Kementerian Kesehatan RI. <https://books.google.co.id/books?id=2HTLEAAAQBAJ>
- Tazkiya, F. H., Wulan, I. A. D. P., & Damayanti, R. (2019). *analisis kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan kartu BPJS rumah sakit Dr. Oen Surakarta*. 03(02), 485–492.
- Tjiptono, F. (2022). *SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 3* Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=6n6REAAAQBAJ>
- Transyah, C. H. (2023). *TERAPI RENDAM KAKI AIR HANGAT TERHADAP TEKANAN DARAH LANSIA HIPERTENSI*. CV. AZKA PUSTAKA. <https://books.google.co.id/books?id=IIHAEAAAQBAJ>
- Ulfah, A. K., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, A., Bukhory, U., Wahyuningrum, R., Yusup, M., Inderawati, R., & Muqoddam, F. (2022). *RAGAM ANALISIS DATA PENELITIAN (Sastra, Riset dan Pengembangan)*. IAIN Madura Press. <https://books.google.co.id/books?id=WpSdEAAAQBAJ>
- Viddy, A. (2024). *Penelitian Vokasi*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=DQYKEQAAQBAJ>
- Waine, I., Meliala, A., & Siswawianti, V. D. Y. (2022). Penanganan Komplain Di Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan (The Indonesian Journal of Health Service Management)*, 23(04), 127–132. <https://doi.org/10.22146/jmpk.v23i04.4253>
- Wibowo, S. (2021). *Pengelolaan Bengkel Sepeda Motor SMK/MAK Kelas XII*. Gramedia Widiasarana indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=YWoYEAAAQBAJ>
- Workforce and Facilities NHS Digital. (2022). *Data on Written Complaints in the NHS*. NHS Digital. <https://digital.nhs.uk/data-and-information/publications/statistical/nhs-workforce-statistics>

- Yucha, N., Arif, D., Sevana, B. C., & Wardana, M. A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN TERKAIT LOYALITAS PELANGGAN*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=nf0QEQAAQBAJ>
- Yuliani, W., Supriatna, E., & Utomo, P. (2023). *METODE PENELITIAN BAGI PEMULA*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=P-HIEAAAQBA>

LAMPIRAN



YAYASAN KESEHATAN PANTI KOSALA
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN PANTI KOSALA

Jalan Raya Solo - Beki Km. 4 Gedangan, Solo Baru, Grogol, Telp. (0271) 621313
Email : stikespantikosala@gmail.com Website : www.stikespantikosala.ac.id
SUKOHARJO - JAWA TENGAH

Nomor : 564/STIKESPK/PEND/IX/2024
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Sukoharjo, 2 September 2024

Yang terhormat
Direktur
Rumah Sakit Umum Jati Husada
di tempat

Dengan hormat,

Berkaitan dengan adanya kegiatan penelitian oleh mahasiswa Program Studi Sarjana Administrasi Rumah Sakit STIKES PANTI KOSALA, maka kami mengajukan permohonan izin untuk penelitian di Rumah Sakit Umum Jati Husada. Berikut ini :

Nama : Zahra Apriliani Prihatiningtyas
NIM : S1A2021.020
Judul Penelitian : Hubungan *Handling Complaint* Dengan Loyalitas Pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada

Maka dengan ini kami mengajukan permohonan untuk dapat diberikan izin pengambilan data untuk penelitian tersebut.

Demikian atas perhatian Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih.

STIKES PANTI KOSALA
KETUA

Ratna Indriati, S.Pd., M.Kes.



RUMAH SAKIT UMUM JATI HUSADA KARANGANYAR

Jl. Solo - Tawangsanga Km. 10,3 Jati, Jaten, Karanganyar
Telp. (0271) 821910, 821911, 8486918, Telp. Emergency : 8271 - 6497619
Fax. (0271) 821911; email : rsu.jatihusada.kar@gmail.com



Nomor : 10.09.1175 / RSJH / 2024
Lampiran : -
Perihal : Jawaban Ijin Penelitian

Karanganyar, 9 September 2024

Kepada Yth.
Ketun STIKes Panti Kosala
Di
SUKOHARJO

Dengan hormat,

Menjawab surat Ketua STIKes Panti Kosala Nomor 564/STIKESPK/PEND/IX/2024 tanggal 2 September 2024 Perihal Permohonan Ijin Penelitian atas Nama : Zahra Apriliani Prihatiesingtyas NIM : SIA2021.020 dengan Judul Penelitian Hubungan Handling Complaint Terhadap Loyaltas Pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada Karanganyar, bersama ini kami sampaikan bahwa permohonan tersebut dapat disetujui dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Data yang diberikan adalah sesuai dan relevan dengan judul pengambilan data atau penelitian
2. Memberikan salinan buku hasil penelitian kepada RSU Jati Husada Karanganyar
3. Jadwal berkoordinasi dengan Kepala Bagian Humas RSU Jati Husada Karanganyar, dengan kontak person Sdri. Elisa Handaruki, A.Md. Keb. nomor HP (0895346353904)

Demikian, atas perhatiannya dan kerja samanya kami sampaikan terima kasih.

RSU Jati Husada Karanganyar
Direktur,

(Dr. Hj. Sri Hartini, MM.)

Tembusan Kepada Yth. :

1. Kepala Bagian Personalia dan Pengembangan SDM RSU Jati Husada Karanganyar
2. Kepala Bagian Humas RSU Jati Husada Karanganyar
3. Arsip

8/28/24, 2:52 PM

HOLPK-RSDM



**HEALTH RESEARCH ETHICS COMMITTEE
KOMISI ETIK PENELITIAN KESEHATAN**

Dr. Moewardi General Hospital
RSUD Dr. Moewardi

ETHICAL CLEARANCE
KELAIKAN ETIK

Nomor : 2.133 / VIII / HREC / 2024

The Health Research Ethics Committee Dr. Moewardi
Komisi Etik Penelitian Kesehatan RSUD Dr. Moewardi

setelah meninjau dan menyetujui rancangan penelitian, dosen pembimbing akan menyetujui dan menandatangani surat pernyataan persetujuan. Setelah disetujui, peneliti akan melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu pengumpulan data.

That the research proposal with topic :
Bahwa usulan penelitian dengan judul

Hubungan Handling Complaint Dengan Loyalitas Pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada

Principal Investigator : Zahra Apriliani Pihalingnyas
Peneliti Utama : S1A2021.020

Location of research : RSU Jati Husada Jalan Karanganyar
 Lokasi Tempai Penelitian

Is ethically approved
Dinyatakan layak etik

Issued on : 25 Agustus 2024

Chelmon
Kuhua

Dr. Wahyu Dwi Atmoko, Ss.F
18770234 201001 | 006



YAYASAN KESEHATAN PANTI KOSALA
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN PANTI KOSALA
 Jalan Raya Solo - Baki Km. 4 Gedangan, Solo Baru, Grogol, Telp. (0271) 621313
 Email : stikespantikosala@gmail.com Website : www.stikespantikosala.ac.id
 SUKOHARJO - JAWA TENGAH

Nomor : 006/STIKESPK/PEND/1/2025 Sukoharjo, 04 Januari 2025
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Selesai Penelitian

Yang terhormat
 Direktur
 Rumah Sakit Umum Jati Husada
 di tempat

Dengan hormat,

Berkaitan dengan kegiatan penelitian oleh mahasiswa Program Studi Sarjana Administrasi Rumah Sakit STIKES PANTI KOSALA yang telah dilakukan di Rumah Sakit Umum Jati Husada, atas:

Nama : Zahra Apriliani Prihatiningtyas
 NIM : S1A2021.020
 Judul Penelitian : Hubungan *Handling Complaint* dengan Loyalitas Pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada

Maka dengan ini kami mengajukan permohonan untuk dapat diberikan surat keterangan selesai penelitian tersebut.

Demikian atas perhatian Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih.





RUMAH SAKIT UMUM JATI HUSADA KARANGANYAR

Jl. Solo - Tawangmangu Km. 10,3 Jati, Jaten, Karanganyar
Telp. (0271) 821910, 821911, 6496918, Telp. Emergency : 0271 - 6497619
Fax. (0271) 821911; email : rsu.jatihusada.kra@gmail.com



Nomor : 10.01.0056 / RSJH / 2025
Lampiran : -
Perihal : Konfirmasi Selesai Penelitian

Karanganyar, 9 Januari 2025

Kepada Yth.
Ketua STIKes Panti Kosala
Di
SUKOHARJO

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat Ketua STIKes Panti Kosala Nomor 006/STIKESPK/PEND/1/2025 tanggal 4 Januari 2025 perihal Permohonan Selesai Penelitian, bersama ini kami sampaikan perihal konfirmasi selesai penelitian atas nama Zahra Apriliani Prihatiningtyas yang berjudul Hubungan Handling Complaint dengan Loyalitas Pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada Karanganyar, maka kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan laporan yang sudah kami terima penelitian telah selesai dilaksanakan dengan baik pada tanggal 31 Oktober 2024 dan seluruh data yang diperlukan telah berhasil dikumpulkan sesuai dengan yang direncanakan
2. Memberikan salinan buku hasil penelitian kepada RSU Jati Husada Karanganyar
3. Rumah Sakit mengucapkan terimakasih atas kerja sama dan pelaksanaan penelitian yang telah berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang berlaku di RSU Jati Husada Karanganyar
4. Kami berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan kualitas pelayanan di RSU Jati Husada Karanganyar

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

RSU Jati Husada Karanganyar

Direktur,

(dr. Hj. Sri Hartini, MM.)

Tembusan Kepada Yth. :

1. Kepala Bagian Personalia dan Pengembangan SDM RSU Jati Husada Karanganyar
2. Kepala Bagian Humas RSU Jati Husada Karanganyar
3. Arsip

Variabel Handling Complaint																	
Responden	Empati				Kecepatan Penanganan Keluhan			Kewajaran/ Keadilan penanganan keluhan				kemudahan menghubungi RS				Nilai	KET
	E1	E2	E3	E4	R1	R2	R3	F1	F2	F3	F4	S1	S2	S3	S4		
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	2	68	BAIK
2	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	67	BAIK
3	4	5	5	4	5	4	1	5	5	5	4	5	4	4	5	65	BAIK
4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	2	5	4	5	67	BAIK
5	4	4	3	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	5	64	BAIK
6	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2	67	BAIK
7	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	69	BAIK
8	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	69	BAIK
9	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	2	67	BAIK
10	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	68	BAIK
11	4	3	4	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	64	BAIK
12	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	65	BAIK
13	5	5	5	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	3	3	63	BAIK
14	5	5	5	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	3	3	63	BAIK
15	4	4	5	4	4	2	3	5	4	5	4	5	4	4	5	62	BAIK
16	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	60	TIDAK BAIK
17	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58	TIDAK BAIK
18	4	5	5	4	4	5	2	4	5	5	4	5	4	5	4	65	BAIK
19	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	65	BAIK
20	4	4	5	3	4	3	3	4	5	5	4	3	4	4	4	59	TIDAK BAIK
21	4	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	TIDAK BAIK
22	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	TIDAK BAIK

Variabel Handling Complaint																	
Responden	Empati				Kecepatan Penanganan Keluhan			Kewajaran/ Keadilan penanganan keluhan				kemudahan menghubungi RS				Nilai	KET
	E1	E2	E3	E4	R1	R2	R3	F1	F2	F3	F4	S1	S2	S3	S4		
23	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	4	57	TIDAK BAIK
24	4	5	5	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	56	TIDAK BAIK
25	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	65	BAIK
26	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	2	64	BAIK
27	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	65	BAIK
28	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	61	TIDAK BAIK
29	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	62	BAIK
30	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	TIDAK BAIK
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	1	69	BAIK
32	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	68	BAIK
33	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1	67	BAIK
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	68	BAIK
35	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	57	TIDAK BAIK
36	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53	TIDAK BAIK
37	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	56	TIDAK BAIK
38	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	51	TIDAK BAIK
39	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	54	TIDAK BAIK
40	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	61	TIDAK BAIK
41	4	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	62	TIDAK BAIK
42	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	57	TIDAK BAIK
43	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	56	TIDAK BAIK
44	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	58	TIDAK BAIK

Variabel Handling Complaint																	
Responden	Empati				Kecepatan Penanganan Keluhan			Kewajaran/ Keadilan penanganan keluhan				kemudahan menghubungi RS				Nilai	KET
	E1	E2	E3	E4	R1	R2	R3	F1	F2	F3	F4	S1	S2	S3	S4		
45	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	5	55	TIDAK BAIK
46	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	57	TIDAK BAIK
47	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	56	TIDAK BAIK
48	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	59	TIDAK BAIK
49	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	5	4	5	61	TIDAK BAIK
50	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	64	BAIK
TOTAL																30 90	
MEAN																61.8	
STANDAR DEVIASI																4.81	
MEAN + SD																66.61	
MEAN - SD																56.99	

Variabel Loyalitas Pelanggan											
Responden	melakukan pembelian ulang			Merekomendasikan jasa			Kekebalan daya tarik pesaing			Nilai	KET
	P1	P2	P3	M1	M2	M3	K1	K2	K3		
1	5	5	5	5	5	4	4	3	3	39	LOYAL
2	4	3	5	4	3	3	3	5	4	34	TIDAK LOYAL
3	5	4	4	5	5	5	5	2	5	40	LOYAL
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	LOYAL
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	43	LOYAL
6	4	3	4	5	4	3	5	4	5	37	LOYAL
7	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43	LOYAL
8	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43	LOYAL
9	4	3	5	4	5	3	5	5	4	38	LOYAL
10	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40	LOYAL
11	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	LOYAL
12	4	3	4	5	4	3	4	5	5	37	LOYAL
13	5	5	5	5	4	5	3	4	5	41	LOYAL
14	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41	LOYAL
15	5	4	3	4	5	5	4	5	5	40	LOYAL
16	4	3	5	4	5	3	4	4	4	36	TIDAK LOYAL
17	3	3	3	4	5	3	3	5	4	33	TIDAK LOYAL
18	3	3	4	4	5	3	5	5	5	37	LOYAL
19	4	5	4	4	5	3	3	3	3	34	TIDAK LOYAL
20	3	4	4	5	5	5	4	4	4	38	LOYAL
21	4	5	4	4	5	3	4	4	3	36	LOYAL
22	4	5	5	5	3	3	5	3	3	36	TIDAK LOYAL
23	4	3	4	3	5	3	2	3	3	30	TIDAK LOYAL
24	4	5	4	5	5	4	4	3	3	37	LOYAL
25	4	5	4	5	5	3	5	5	4	40	LOYAL
26	5	3	4	3	4	3	3	4	3	32	TIDAK LOYAL
27	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	LOYAL
28	4	4	5	4	5	3	5	5	5	40	LOYAL
29	4	3	4	3	5	3	3	4	4	33	TIDAK LOYAL
30	4	4	4	4	5	3	4	4	5	37	LOYAL
31	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40	LOYAL
32	4	4	4	4	5	3	4	4	4	36	TIDAK LOYAL
33	5	4	4	4	5	3	4	3	4	36	TIDAK LOYAL

Variabel Loyalitas Pelanggan											
Responden	melakukan pembelian ulang			Merekomendasikan jasa			Kekebalan daya tarik pesaing			Nilai	KET
	P1	P2	P3	M1	M2	M3	K1	K2	K3		
34	5	1	5	5	5	5	5	5	5	41	LOYAL
35	5	5	4	4	5	3	4	4	2	36	TIDAK LOYAL
36	4	3	4	5	5	3	4	4	4	36	TIDAK LOYAL
37	5	5	4	5	4	3	4	3	4	37	LOYAL
38	5	5	4	5	5	3	4	4	5	40	LOYAL
39	5	4	4	4	5	3	3	4	4	36	TIDAK LOYAL
40	3	5	4	4	5	5	5	4	3	38	LOYAL
41	4	4	5	3	3	3	4	4	4	34	TIDAK LOYAL
42	4	3	4	4	4	3	4	3	4	33	TIDAK LOYAL
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	LOYAL
44	4	3	4	4	4	3	5	5	4	36	TIDAK LOYAL
45	3	3	4	4	5	3	3	3	3	31	TIDAK LOYAL
46	3	3	4	5	4	3	3	3	3	31	TIDAK LOYAL
47	4	3	4	4	3	3	4	4	3	32	TIDAK LOYAL
48	5	4	5	5	4	5	4	3	3	38	LOYAL
49	5	4	3	5	5	3	5	4	4	38	LOYAL
50	3	3	4	5	4	3	4	3	3	32	TIDAK LOYAL
TOTAL										1872	
MEAN										37.44	
STANDAR DEVIASI										3.77	
MEAN + SD										41.21	
MEAN - SD										33.67	

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	24	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	26	52.0	52.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tani/buruh	6	12.0	12.0	12.0
	Swasta	16	32.0	32.0	44.0
	Wiraswasta	11	22.0	22.0	66.0
	Ibu rumah tangga	5	10.0	10.0	76.0
	PNS	4	8.0	8.0	84.0
	Lain-lain	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tamat SD	4	8.0	8.0	8.0
	Tamat SD	7	14.0	14.0	22.0
	Tamat SMP/ sederajat	7	14.0	14.0	36.0
	Tamat SMA/ sederajat	17	34.0	34.0	70.0
	Tamat akademi	4	8.0	8.0	78.0
	Tamat Perguruan tinggi	11	22.0	22.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

JENIS KELUHAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Antri kamar	12	24.0	24.0	24.0
	Infus macet	6	12.0	12.0	36.0
	Kebersihan ruangan	12	24.0	24.0	60.0
	Kebersihan kamar mandi	8	16.0	16.0	76.0
	Gizi	3	6.0	6.0	82.0
	Fasilitas ruangan	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Tahun	8	16.0	16.0	16.0
	26-35 Tahun	11	22.0	22.0	38.0
	36-45 Tahun	7	14.0	14.0	52.0
	46-55 Tahun	4	8.0	8.0	60.0
	56-65 Tahun	13	26.0	26.0	86.0
	<66 Tahun	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Empati

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	26	52.0	52.0	52.0
	Tidak baik	24	48.0	48.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Kecepatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	27	54.0	54.0	54.0
	Tidak baik	23	46.0	46.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Kewajaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	29	58.0	58.0	58.0
	Tidak Baik'	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Kemudahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	34	68.0	68.0	68.0
	Tidak baik	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Melakukan Pembelian Ulang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Loyal	35	70.0	70.0	70.0
	Tidak loyal	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Merekomendasikan jasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Loyal	24	48.0	48.0	48.0
	Tidak loyal	26	52.0	52.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Kekebalan daya tarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Loyal	35	70.0	70.0	70.0
	Tidak loyal	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Correlations

		HANDLING COMPLAINT	LOYALITAS PELANGGAN
HANDLING COMPLAINT	Pearson Correlation	1	.318 [*]
	Sig. (2-tailed)		.024
	N	50	50
LOYALITAS PELANGGAN	Pearson Correlation	.318 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.024	
	N	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5.055 ^a	1	.026		
Continuity Correction ^b	3.847	1	.050		
Likelihood Ratio	5.138	1	.023		
Fisher's Exact Test				.044	.024
Linear-by-Linear Association	4.953	1	.026		
N of Valid Cases	50				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.08.

b. Computed only for a 2x2 table

HANDLING COMPLAINT * LOYALITAS PELANGGAN Crosstabulation

			LOYALITAS PELANGGAN		Total
			LOYAL	TIDAK LOYAL	
HANDLING COMPLAINT	BAIK	Count	19	7	26
		Expected Count	15.1	10.9	26.0
		% within HANDLING COMPLAINT	73.1%	26.9%	100.0%
	TIDAK BAIK	Count	10	14	24
		Expected Count	13.9	10.1	24.0
		% within HANDLING COMPLAINT	41.7%	58.3%	100.0%
Total	Count	29	21	50	
	Expected Count	29.0	21.0	50.0	
	% within HANDLING COMPLAINT	58.0%	42.0%	100.0%	

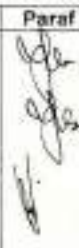
LEMBAR KONSULTASI
PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN PANTI KOSALA

Nama Mahasiswa : Zahra Apriliani Prihatiningtyas
 NIM : S1A2021.020
 Pembimbing : Lilik Sriwiyati, S.Kep., Ns., M.Kep
 Judul : Hubungan *handling complaint* terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada

No	Tanggal	Topik Konsultasi	Paraf
1.	6/5/24	BAB I - perbaiki susun sks tambah isi laporan	zh.
2.	18/5/24	BAB I - perbaikan Lanjut BAB II	zh.
3.	22/5/24	BAB I - cek kembali	zh.
4.	3/6/24	BAB II - perbaikan	zh.
5.	15/6/24	BAB I. II - perbaikan	zh.
6.	18/6/24	BAB I - II - perbaikan Lanjut BAB II	zh.
7.	19/6/24	BAB I. II - penelitian relevan Lanjut BAB II	zh.
8.	22/6/24	BAB II - perbaikan	zh.
9.	29/6/24	BAB III - cek kembali	zh.
10.	2/7/24	BAB III - perbaikan	zh.
11.	5/7/24	BAB I. II. III - sdh diperbaiki Perbaiki lampiran	zh.

LEMBAR KONSULTASI
PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN PANTI KOSALA

Nama Mahasiswa : Zahra Apriliani Prihatiningtyas
 NIM : S1A2021.020
 Judul : Hubungan *handling complaint* terhadap loyalitas
 pelanggan di Rumah Sakit Umum Jati Husada
 Pembimbing : Lilik Sriwiyati, S.Kep., Ns., M.Kep

No	Tanggal	Topik Konsultasi	Paraf
12.	27/7/2024	Revisi	
13.	29/7/2024	ACC	
14.	27/7/2024	Revisi ACC	
15.	29/7/24	ACC dr. Mui	

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN PANTI KOSALA
PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI RUMAH SAKIT

Nama : Zahra Apriliani Prihatiningtyas
 NIM : S1A2021.020
 Judul Penelitian : Hubungan *Handling Complaint* dengan Loyalitas Pelanggan di RSU Jati Husada
 Pembimbing : Lilik Sriwyati, S.Kep., Ns., M.Kep

No	Tanggal	Topik Konsultasi	Paraf
1.	26 / 11 / 2024	Revisi Bab 3	zh
2.	30 / 11 / 2024	Revisi Bab 3	zh
3.	9 / 12 / 2024	Acc Bab 3, Rev bab 4	zh
4.	19 / 12 / 2024	Revisi bab 4	zh
5.	26 / 12 / 2024	Revisi bab 4, Rev bab 5	zh
6.	29 / 12 / 2024	Revisi bab 4, Rev bab 5	zh
7.	28 / 12 / 2024	Revisi bab 4, Rev bab 5	zh
8.	9 / 1 / 2024	ACC	zh
9.	24 / 1 / 24	Pengantar	zh
10.	25 / 1 / 24	Sudah dikerjakan	zh
11.	3 / 2	Revisi post ujian Acc	zh
12.	3 / 2	Revisi post ujian ACC	zh