



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan Kartu Pasca Bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh

Faisal Aqil Siraj¹, Erlinda², Said Firdaus³

Manajemen, Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh, Banda Aceh, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespodensi: faisalaqilelnino@mail.com

Diterima: 15-08-2026 | Disetujui: 21-08-2026 | Diterbitkan: 23-08-2026

ABSTRACT

Customer trust determines the survival of cellular service providers amid intense competition. Postpaid customer data at Grapari Telkomsel Banda Aceh show a declining trend since 2022, while a preliminary survey indicates a low level of customer trust. This study measures the effect of service quality and complaint handling on postpaid customer trust at Grapari Telkomsel Banda Aceh, both partially and simultaneously. The study applies a quantitative approach with a causal design. The sample consists of 100 customers, determined with the Slovin formula and drawn through convenience sampling. Primary data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed with multiple linear regression. The results show that service quality significantly affects customer trust, with a calculated t value of 6.032 exceeding the table t value of 1.985 at a significance of 0.000. Complaint handling also significantly affects customer trust, with a calculated t value of 5.413 exceeding the table t value of 1.985 at a significance of 0.000. Simultaneously, both variables significantly affect customer trust, with a calculated F value of 55.921 exceeding the table F value of 3.09. The adjusted R square value of 0.526 indicates that service quality and complaint handling explain 52.6 percent of the variance in customer trust, while other variables outside the model explain the rest. Grapari Telkomsel Banda Aceh should improve its digital service system and speed up complaint resolution to strengthen customer trust further.

Keywords: service quality, complaint handling, customer trust, postpaid card, Telkomsel

ABSTRAK

Kepercayaan pelanggan menjadi faktor penentu keberlangsungan usaha jasa seluler di tengah persaingan yang ketat. Data pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh menunjukkan tren penurunan sejak tahun 2022, sementara survei awal mengindikasikan tingkat kepercayaan pelanggan yang masih rendah. Penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan komplain terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Sampel penelitian berjumlah 100 pelanggan yang dihitung dengan rumus Slovin dan ditarik dengan teknik convenience sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert lalu dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dengan nilai t hitung 6,032 lebih besar dari t tabel 1,985 pada signifikansi 0,000. Penanganan komplain juga berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dengan nilai t hitung 5,413 lebih besar dari t tabel 1,985 pada signifikansi 0,000. Secara simultan kedua

variabel berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dengan nilai F hitung 55,921 lebih besar dari F tabel 3,09. Nilai adjusted R square sebesar 0,526 menunjukkan kualitas pelayanan dan penanganan komplain menjelaskan 52,6 persen variasi kepercayaan pelanggan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Grapari Telkomsel Banda Aceh disarankan memperbaiki sistem pelayanan digital dan mempercepat penanganan keluhan pelanggan agar kepercayaan pelanggan terus meningkat.

Katakunci: kualitas pelayanan, penanganan komplain, kepercayaan pelanggan, kartu pasca bayar, Telkomsel

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Siraj, F. A., Erlinda, E., & Firdaus, S. . (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan Kartu Pasca Bayar Pada Grapari Telkomsel Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia, 2(2), 4814-4826. <https://doi.org/10.63822/70mcjz74>

PENDAHULUAN

Sektor jasa seluler tumbuh pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat dan perkembangan teknologi telekomunikasi. Indonesia menjadi pasar seluler terbesar keempat di dunia, dan tujuh operator bersaing memperebutkan pelanggan di pasar ini, yaitu Tri, XL Axiata, Indosat, Ceria, Telkomsel, Smartfren, dan Bakrie Telecom (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2022).

PT. Telkomsel memimpin pasar seluler nasional. Pada tahun 2022, jumlah pelanggan Telkomsel mencapai 151,07 juta dari total 345,47 juta pengguna jasa seluler di Indonesia, disusul Indosat dengan 98,5 juta pelanggan dan XL Axiata dengan 57,9 juta pelanggan, sementara Smartfren tercatat 38 juta pelanggan (Investor.id, 2023). Perubahan struktur pasar dari monopoli menjadi kompetitif sejak tahun 1999 membuat kepercayaan pelanggan menjadi perhatian utama perusahaan dalam mempertahankan posisi pasarnya.

Grapari Telkomsel Banda Aceh menawarkan kartu Halo sebagai lini pascabayar premium dengan berbagai keuntungan, termasuk panggilan tanpa batas dan akses internet yang lebih stabil. Jumlah pelanggan kartu pascabayar di kota ini justru menurun sejak tahun 2021. Data internal Grapari mencatat penurunan dari 54.972 pelanggan pada 2021 menjadi 53.898 pelanggan pada 2022, dan turun lagi menjadi 53.603 pelanggan pada 2023. Survei awal terhadap 30 pelanggan pada akhir tahun 2023 menemukan bahwa 53,3 persen pelanggan kurang percaya terhadap komitmen telkomsel dalam menyediakan jaringan berkualitas dengan harga terjangkau, sementara hanya 33,3 persen yang menyatakan yakin dan percaya. Survei yang sama terhadap kualitas pelayanan menunjukkan hasil lebih baik, dengan 66,7 persen pelanggan menilai layanan Telkomsel lebih berkualitas dibanding operator lain.

Kepercayaan pelanggan terbentuk ketika pelanggan yakin perusahaan dapat diandalkan memenuhi kewajiban transaksinya dan bertanggung jawab atas kepentingan terbaik pelanggan (Sari & Yasa, 2020). Kualitas pelayanan turut menentukan kepercayaan ini, karena pelanggan cenderung mempercayakan kebutuhannya pada penyedia jasa yang mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka (Fajarini & Meria, 2020). Selain kualitas pelayanan, penanganan komplain juga berperan penting. Penanganan keluhan yang cepat dan adil menunjukkan kejujuran dan kepedulian perusahaan terhadap pelanggan, sehingga memperkuat rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan (Suprpto & Azizi, 2020).

Penelitian terdahulu memperlihatkan hasil yang beragam mengenai hubungan kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kepercayaan pelanggan. Taliupan (2022) menemukan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Indomaret Winenet di Kota Bitung. Nawangsih (2019) membuktikan kualitas layanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Sitohang & Putri (2019) mendapati keamanan dan penanganan komplain berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia di Medan, sementara fasilitas tidak berpengaruh. Indriyani & Mardiana (2019) menunjukkan lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa. Dwiya (2018) menemukan penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Honda Astra Motor, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Penelitian ini berbeda dari studi-studi tersebut karena menguji kombinasi kualitas pelayanan dan penanganan komplain secara khusus pada objek kartu pascabayar Grapari Telkomsel Banda Aceh, sebuah objek dan lokasi yang belum diteliti pada studi-studi sebelumnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan adalah pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang muncul ketika pelanggan meyakini bahwa penyedia jasa dapat diandalkan dan bertanggung jawab atas kepentingan terbaiknya. Kepercayaan terbentuk dari pengalaman sebelumnya dan berubah seiring waktu sesuai kebijakan yang dijalankan perusahaan. Sari & Yasa, (2020) mengukur kepercayaan pelanggan melalui tiga indikator, yaitu integritas, kebajikan, dan kompetensi.

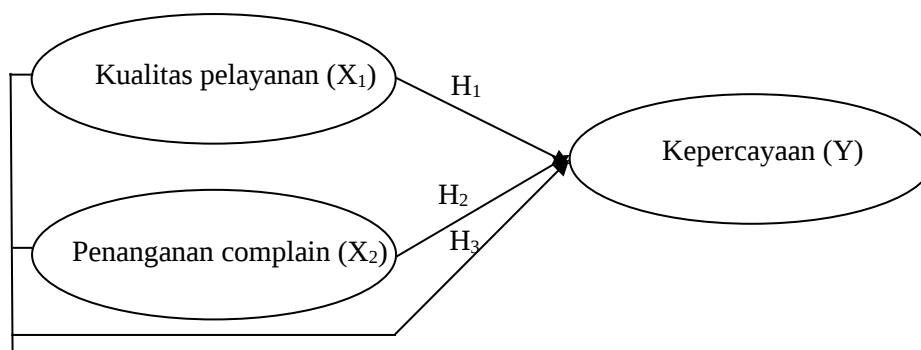
Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2017). Pelanggan cenderung mempercayakan pemenuhan kebutuhannya kepada penyedia jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih baik, karena hal ini menurunkan risiko ketidakpuasan. Lima indikator kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah berwujud, empati, cepat tanggap, keandalan, dan kepastian (Tjiptono, 2017).

Penanganan Komplain

Penanganan komplain adalah respons perusahaan terhadap keluhan tertulis maupun lisan dari konsumen ketika produk atau jasa yang diterima tidak sesuai harapan (Dwiya, 2018). Penanganan komplain yang cepat dan adil menunjukkan kejujuran dan kepedulian perusahaan terhadap pelanggan, sehingga memperkuat kepercayaan pelanggan. Empat indikator penanganan komplain yang digunakan meliputi empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan penanganan keluhan, kewajaran dan keadilan dalam memecahkan masalah, serta kemudahan pelanggan menghubungi perusahaan.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Sumber : Model penelitian berdasarkan penelitian Dwiya (2018), dikembangkan oleh peneliti.

Kualitas pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan membuat pelanggan merasa puas dan percaya terhadap kemampuan penyedia jasa (Fajarini & Meria, 2020). Penanganan keluhan yang baik juga meningkatkan kepercayaan karena pelanggan merasa perusahaan memperhatikan kepentingannya, bukan sekadar mengejar keuntungan (Suprpto & Azizi, 2020). Kedua hubungan ini didukung temuan Taliupan (2022) dan Nawangsih (2019) yang membuktikan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penelitian ini merumuskan tiga hipotesis sebagai berikut:

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh.
- H2: Penanganan komplain berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh.
- H3: Kualitas pelayanan dan penanganan komplain secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal untuk menguji hubungan sebab akibat antar variabel. Penelitian dilaksanakan di Grapari PT. Telkomsel Banda Aceh yang beralamat di Jalan Teuku Moh. Daud Beureueh Nomor 23, Gampong Laksana, Kecamatan Kuta Alam. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan penanganan komplain (X2), sedangkan variabel terikat adalah kepercayaan pelanggan (Y). Pengumpulan data dilakukan dalam satu tahap (*one shot study*).

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh yang berjumlah 53.603 pelanggan pada tahun 2023. Ukuran sampel dihitung dengan rumus Slovin pada tingkat kepercayaan 90 persen, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 pelanggan. Penarikan sampel menggunakan teknik convenience sampling, yaitu peneliti menjumpai langsung pelanggan pada lokasi penelitian.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi langsung oleh responden dengan skala Likert 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kepercayaan pelanggan diukur dengan tiga item pertanyaan, kualitas pelayanan dengan lima item pertanyaan, dan penanganan komplain dengan empat item pertanyaan.

Data dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, dengan Y sebagai kepercayaan pelanggan, X1 sebagai kualitas pelayanan, X2 sebagai penanganan komplain, b1 dan b2 sebagai parameter regresi, a sebagai konstanta, dan e sebagai error term. Sebelum pengujian regresi, instrumen penelitian diuji validitas dengan korelasi Pearson product moment dan diuji reliabilitas dengan koefisien Cronbach's Alpha. Model regresi juga diuji dengan uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t untuk melihat pengaruh parsial dan uji F untuk melihat pengaruh simultan pada taraf signifikansi 5 persen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

**Tabel 1. Tingkat Umur Responden/ Pelanggan Kartu Pasca Bayar
Pada Grapari Telkomsel Banda Aceh**

Karakteristik		Frekuensi (n)	Persentase (%)
Umur	26-30 tahun	8	8,0
	31-35 tahun	11	11,0
	36-40 tahun	18	18,0
	41-45 tahun	25	25,0
	46-50 tahun	24	24,0
	>50 Tahun	14	11,0
	Total	100	100,0

(Sumber: Data Primer (diolah), 2024)

Menjelaskan bahwa Responden penelitian berjumlah 100 pelanggan kartu pasca bayar Grapari Telkomsel Banda Aceh. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang 41 sampai 45 tahun sebanyak 25 persen, diikuti rentang 46 sampai 50 tahun sebanyak 24 persen. Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki mendominasi dengan 68 persen, sedangkan responden perempuan sebanyak 32 persen. Berdasarkan pendidikan, 60 persen responden berpendidikan S1 dan 11 persen berpendidikan S2. Berdasarkan pekerjaan, 34 persen responden bekerja sebagai profesional dan 27 persen sebagai karyawan swasta. Berdasarkan pendapatan, 40 persen responden berpenghasilan Rp7 sampai Rp9 juta per bulan dan 22 persen berpenghasilan di atas Rp9 juta per bulan.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 2. Tingkat Umur Responden/ Pelanggan Kartu Pasca Bayar
Pada Grapari Telkomsel Banda Aceh**

Indikator		Koefisien Korelasi	Nilai Kritis r N = 100	Keterangan
B1	Kepercayaan pelanggan	0,649	0,195	Valid
B2		0,822	0,195	Valid
B3		0,717	0,195	Valid
C1	Kualitas pelayanan	0,508	0,195	Valid
C2		0,613	0,195	Valid
C3		0,743	0,195	Valid
C4		0,803	0,195	Valid
C5		0,610	0,195	Valid
D1	Penanganan komplain	0,901	0,195	Valid
D2		0,782	0,195	Valid
D3		0,843	0,195	Valid

*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan Kartu Pasca Bayar
pada Grapari Telkomsel Banda Aceh*

(Siraj, et al.)

D4	0,596	0,195	Valid
----	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Seluruh nilai atribut pertanyaan kuesioner untuk data primer variabel kepercayaan pelanggan (Y) yang terbentuk dari item pertanyaan B1 sampai dengan B3, data primer variabel kualitas pelayanan (X_1) yang terbentuk dari item pertanyaan C1 sampai dengan C5, serta data primer variabel penanganan komplain (X_2) yang terbentuk dari item pertanyaan D1 sampai dengan D4 seluruhnya dinyatakan valid karena nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel tersebut lebih besar dari nilai kritis product-moment pada *level of significant* 5% yaitu sebesar 0,195.

**Tabel 3. Tingkat Umur Responden/ Pelanggan Kartu Pasca Bayar
Pada Grapari Telkomsel Banda Aceh**

Variabel	Jumlah Atribut	Item Pertanyaan	Nilai Alpha	Keterangan
Kepercayaan pelanggan (Y)	3	B1 s/d B3	0,648	Handal
Kualitas pelayanan (X_1)	5	C1 s/d C5	0,630	Handal
penanganan komplain (X_2)	4	D1 s/d D4	0,791	Handal

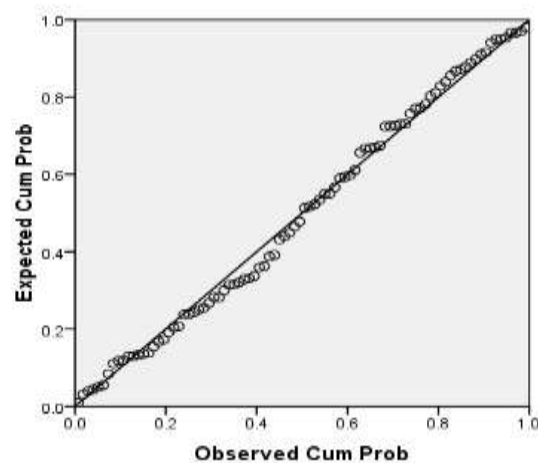
Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Hasil uji reliabilitas terhadap deret data kuesioner untuk variabel kepercayaan pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan komplain (X_2), yang terlibat dalam penelitian ini diperoleh nilai alpha masing-masing lebih besar dari nilai *combrach alfa* 0,60. Dengan demikian instrument yang digunakan untuk pengumpulan data primer untuk variabel penelitian tersebut telah dapat dipercaya atau telah memenuhi aspek konsistensi, artinya tidak menimbulkan perbedaan dalam penafsiran data yang digunakan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan gambar normal P-P Plot di atas menunjukkan bahwa hasil observasi dari sebanyak 100 data observasi kepercayaan (Y) pelanggan terhadap kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh seluruhnya tersebar mendekati garis distribusi normal, sehingga seluruh data yang digunakan telah terdistribusi secara normal begitu juga untuk empat variabel lainnya sebagaimana Terlampir.

Hasil uji normalitas dapat terlihat pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2.
Grafik P-P Plot Uji Normalitas

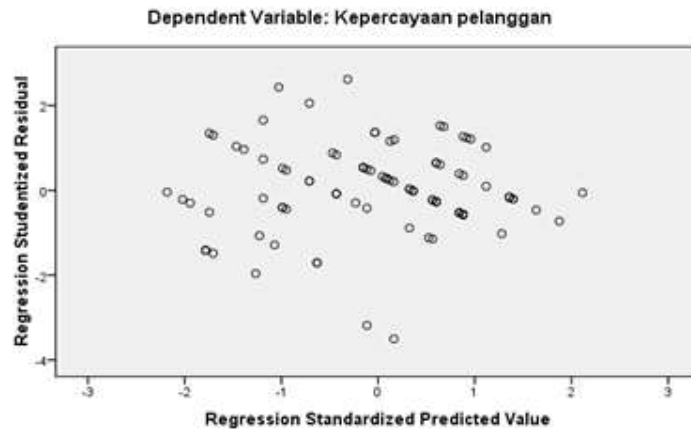
Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X_1)	0,829	1,206	Non Multikolinieritas
2	Penanganan komplain (X_2)	0,829	1,206	Non Multikolinieritas

Sumber :Data Primer (diolah), 2024

Hasil pengujian multikolinieritas pada Tabel 4 menunjukkan nilai tolerance dari dua variabel bebas dalam model penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel penanganan komplain (X_2) masing-masing diperoleh nilai tolerance adalah 0,829 atau $< 0,10$ sehingga dapat diartikan tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel bebas tersebut. Kemudian berdasarkan nilai VIF dari dua variabel bebas tersebut masing-masing memiliki nilai VIF 1,206 atau $< 10,0$, sehingga dapat diartikan tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel bebas tersebut. Dengan demikian model regresi yang dianalisis dalam penelitian ini masing-masing diprediksi secara terpisah oleh kekuatan masing-masing variabel tersebut dan tidak terjadi ketergantungan. Output SPSS hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3.
Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan diagram scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar tanpa pola tertentu di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil out put spss pada Tabel di atas dapat dibuat garis persamaan linier adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,337 + 0,541X_1 + 0,372X_2$$

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta
Konstanta	0,337	0,343	-
Kualitas pelayanan (X1)	0,541	0,090	0,458
Penanganan komplain (X2)	0,372	0,069	0,411

Sumber :Data Primer (diolah), 2024

Nilai konstanta sebesar 0,337 menunjukkan tingkat kepercayaan pelanggan yang masih rendah jika kualitas pelayanan dan penanganan komplain diabaikan. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,541 berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan sebesar 0,541 satuan. Koefisien regresi penanganan komplain sebesar 0,372 berarti setiap peningkatan penanganan komplain sebesar satu satuan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan sebesar 0,372 satuan. Kualitas pelayanan memberi kontribusi lebih besar terhadap kepercayaan pelanggan dibandingkan penanganan komplain, dilihat dari nilai koefisien beta yang lebih tinggi. Sementara kolerasi determinasi (r^2) menjelaskan sejauhmana kontribusi hubungan satu variabel dengan variabel lainnya adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Korelasi dan Diterminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,732	0,536	0,526

Sumber :Data Primer (diolah), 2024

- Koefisien korelasi diperoleh $r = 0,732$ artinya terdapat hubungan positif antara variabel terikat yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan komplain (X_2) dengan variabel bebas yaitu kepercayaan pelanggan (Y) kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh dengan kekeratan hubungan 73,2%. Hubungan tersebut tergolong kuat karena masuk dalam kategori 0,60 - 0,799 (Sugiyono, 2018)
- Koefisien diterminasi Adjusted r Square diperoleh = 0,526 artinya kepercayaan pelanggan terhadap kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh (Y) adalah sebesar 52,6% dipengaruhi oleh variabel bebas meliputi kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan komplain (X_2), sementara selebihnya 0,474 (47,40%) dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji t pada taraf signifikansi 5 persen dengan nilai t tabel sebesar 1,985.

Tabel 7. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		t hitung	t tabel	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	0,337	0,343	0,981	1,985	0,329
	Kualitas pelayanan	0,541	0,090	6,032	1,985	0,000
	Penanganan komplain	0,372	0,069	5,413	1,985	0,000

Sumber :Data Primer (diolah), 2024

Tabel di atas menjelaskan pengaruh dari masing-masing variabel adalah:

- Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh .
Dari hasil analisis spss diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel kualitas pelayanan sebesar 6,032 pada batasan nilai probabilitas signifikan 0,000. Sementara nilai t tabel pada batasan nilai probabilitas signifikan 5% adalah 1,985. Dengan demikian $t \text{ hitung } (6,032) > t \text{ tabel } (1,985)$ sehingga H_{a1} diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dipublikasi oleh Nawangsih (2019) dengan judul pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap kepercayaan (Studi Pada BPRS Suriyah Cabang Salatiga). Penelitian ini berhasil membuktikan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan.
- Hasil analisis pengaruh penanganan komplain terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh

Dari hasil analisis spss diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel penanganan komplain sebesar 5,413 pada batasan nilai probabilitas signifikan 0,000. Sementara nilai t tabel pada batasan nilai probabilitas signifikan 5% adalah 1,985. Dengan demikian $t_{hitung} (5,413) > t_{tabel} (1,985)$ sehingga H_{a2} diterima, artinya variabel penanganan komplain berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dipublikasi oleh Nawangsih (2019) dengan judul pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap kepercayaan (Studi Pada BPRS Suriyah Cabang Salatiga). Penelitian ini berhasil membuktikan penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. Pembuktian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Analisis Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,006	2	7,503	55,921	0,000
	Residual	13,015	97	0,134		
	Total	28,021	99			

Sumber :Data Primer (diolah), 2024

Hasil pembagian mean square diperoleh nilai F hitung adalah sebesar 55.921 pada batasan tingkat signifikansi 0,000. Sementara nilai F tabel taraf signifikan % dan df 96 adalah sebesar 3,09. Dengan demikian terlihat bahwa nilai F hitung ($55.921 > F_{tabel} (3,09)$) sehingga hipotesis H_{a3} yang menyatakan kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan komplain (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan (Y) dalam menggunakan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh dapat diterima kebenarannya. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dipublikasi oleh Nawangsih (2019) dengan judul pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap kepercayaan (Studi Pada BPRS Suriyah Cabang Salatiga). Penelitian ini berhasil membuktikan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,032 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,541 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepercayaan pelanggan.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung memiliki kepercayaan yang lebih tinggi ketika memperoleh pelayanan yang andal, cepat, responsif, memberikan jaminan, serta memperhatikan kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nawangsih (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Pengaruh Penanganan Komplain terhadap Kepercayaan Pelanggan

Penanganan komplain juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,413 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Koefisien regresi sebesar 0,372 menunjukkan bahwa semakin baik penanganan komplain, semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap Grapari Telkomsel Banda Aceh.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kecepatan, kemudahan, empati, dan kewajiban dalam menyelesaikan keluhan menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Penanganan komplain yang baik memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap permasalahan yang mereka hadapi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nawangsih (2019) yang membuktikan adanya pengaruh penanganan keluhan terhadap kepercayaan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain terhadap Kepercayaan Pelanggan

Secara simultan, kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 55,921 lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,526 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan komplain mampu menjelaskan 52,6% variasi kepercayaan pelanggan, sedangkan 47,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Hasil tersebut menegaskan bahwa kepercayaan pelanggan tidak hanya dibentuk oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan secara tepat. Oleh karena itu, Grapari Telkomsel Banda Aceh perlu mempertahankan kualitas pelayanan sekaligus meningkatkan kecepatan dan ketepatan penyelesaian komplain, baik melalui pelayanan langsung maupun sistem digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh dengan nilai t hitung $> t$ tabel.
2. Penanganan komplain berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh dengan nilai t hitung $> t$ tabel.
3. Kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh dengan nilai F hitung $> F$ tabel.

Saran

Berdasarkan kelemahan yang di dapat pada nilai-nilai indikator sebelumnya maka dapat disarankan beberapa saran antara lain:

1. PT. Telkomsel perlu memiliki kebijakan untuk selalu memikirkan pelanggan dengan menawarkan

*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan Kartu Pasca Bayar
pada Grapari Telkomsel Banda Aceh*

(Siraj, et al.)

berbagai kemudahan bagi pelanggan dengan harga yang lebih terjangkau.

2. PT. Telkomsel perlu cepat tanggap dalam mengatasi berbagai masalah yang dihadapi pelanggan
3. PT. Telkomsel perlu selalu bertindak secara cepat jika adanya pelanggan yang mengeluh.
4. Untuk penelitian yang akan datang sebaiknya memperbanyak variabel bebas yang relevan dan terkait dengan kepercayaan pelanggan pada kartu pasca bayar pada Grapari Telkomsel Banda Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiya, K. G. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan: Studi Kasus Pada Honda Astra Motor. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(1).
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty Inc). *JCA Ekonomi*, 1, 481–491.
- Indriyani, S., & Mardiana, S. (2019). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 2(1).
- Nawangsih, R. E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Pada BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*.
- Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com*.
- Sitohang, T. O. P., & Putri, R. I. (2019). Pengaruh Fasilitas, Keamanan, Penanganan Komplain (Complain Handling) Terhadap Kepercayaan Menggunakan Jasa Transportasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. *Jurnal Creative Agung*, 9(2), 196–209.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Taliupan, R. (2022). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complain Handling) terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Minimarket Indomaret di Kota Bitung (Studi Kasus Indomaret Winenet). *Journal on Education*, 4(4), 1940–1949.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Andi.