

Visionist

Vol. 8, Nomor 2–September 2019

ANALISIS PENGARUH KOMPETENSI PENGURUS BUMKAM DAN PENYERTAAN MODAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI KAMPUNG <i>Aan Zeni, Andala R P Barusman dan Defrizal</i>	1-8
ANALISIS PERILAKU NASABAH DENGAN ADANYA LAYANAN <i>MOBILE BANKING</i> DI BANK SINARMAS TELUK BETUNG LAMPUNG <i>Ayu Tiara, Marzuki Noor dan Habibburahman</i>	9-14
ANALISIS PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DI DINAS BINA MARGA PROVINSI LAMPUNG <i>Devi Agustiana, A. Suharyo dan V. Saptarini</i>	15-21
ANALISIS PENGARUH PEMBERIAN KOMPENSASI DAN DISIPLIN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT <i>Dodi Irwansyah, Andala R P Barusman dan M. Oktavianur</i>	22-29
HUBUNGAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA (ABK) DAN PENGAWASAN FUNGSIONAL DENGAN AKUNTABILITAS KEUANGAN PADA BAGIAN UMUM SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN PESAWARAN <i>Meutia Yurisca, Haninun dan Hendri Dunan</i>	30-34
HUBUNGAN KEPEMIMPINAN DENGAN BUDAYA ORGANISASI PADA BPK PERWAKILAN PROVINSI LAMPUNG <i>Rendra, Yusuf S Barusman dan M. Oktavianur</i>	35-38
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI PEGAWAI DI KECAMATAN METRO PUSAT KOTA METRO <i>Rohim, Agus Wahyudi dan Marzuki Noor</i>	39-45
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL PADA MEREK KARTU AS DI BANDAR LAMPUNG <i>Sri Nur F, Andala R P Barusman dan Iskandar A</i>	46-50

Jurnal Manajemen Visionist	Volume 8	Nomor 2	Halaman 1 – 50	Bandar Lampung Sept 2019	ISSN 1411 – 4186
-------------------------------	----------	---------	-------------------	-----------------------------	---------------------

ISSN 1411 – 4186

Jurnal Manajemen

Visionist

Volume 8, Nomor 2 – September 2019

DEWAN PENYUNTING

Penyunting Ahli

Sudarsono (Ketua)
Sri Utami Kuntjoro
Sinung Hendratno
Agus Wahyudi
Abdul Basit

Penyunting Pelaksana

Budhi Waskito
Ardansyah
Eka Kusmayadi
Zainal Abidin

Alamat:

Jl. Z.A. Pagar Alam No. 89, Bandar Lampung
Tel. 0721- 789825; Fax. 0721 - 770261
Email: visionist@ubl.ac.id

Diterbitkan oleh:

Program Studi Manajemen (S2)
Program Pascasarjana Universitas Bandar Lampung

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Telkomsel Pada Merek Kartu As Di Bandar Lampung

Siti Nur Fadillah¹, Andala Rama Putra Barusman², Iskandar A Alam³
Program Studi Magister Manajemen Universitas Bandar Lampung

Abstrak

Kartu AS adalah salah satu product elekomunikasi seluler yang menawarkan pelayanan Prabayar kepada pelanggan Telkomsel di seluruh Indonesia. Kartu AS memberikan pelayanan dengan Tarif paling murah dibandingkan produk Telkomsel lain. Teridentifikasi bahwa pangsa pasar menurun akibat persaingan yang datang dari PT. Indosat. Tbk, PT. XL Axiata. Tbk, dan PT. Hutchison Whampoa. Diduga juga penyebabnya adalah ada keluhan dari pelanggan yang merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh Telkomsel Kartu AS. Kualitas pelayanan terbaik akan membuat pelanggan merasa puas sehingga menimbulkan perasaan loyal. Hal inilah yang mendasari penelitian ini untuk mengetahui tentang besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan Telkomsel Kartu AS di Bandar Lampung. Penelitian dilakukan dengan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif yaitu dengan menaburkan sebanyak 100 kuesioner kepada responden berdasarkan strata pengguna di area Bandar Lampung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 39,4% dengan nilai signifikan sebesar 0.000. bahwa variable kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas sebesar 33,6%. Secara umum dapat disimpulkan bahwa pelanggan memandang kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan Telkomsel Kartu AS mendapat rata-rata skor jawaban 4 yang artinya setuju bahwa kondisi kualitas pelayanan Telkomsel Kartu AS saat ini sudah baik.

Kata kunci: *Kartu AS; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; dan Loyalitas.*

Pendahuluan

Dalam beberapa waktu terakhir ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berjalan dengan sangat pesat. Sektor telekomunikasi adalah salah satu sektor yang berdampak paling pesat terhadap kemajuan teknologi. Baik komunikasi melalui suara maupun data, semakin mudah di pada saat ini dalam melakukan komunikasi. Telekomunikasi seluler di Indonesia mulai dikenalkan pada tahun 1984 dan ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang pertama mengadopsi teknologi seluler versi komersial. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2016 menunjukkan bahwa Telkomsel masih menempati urutan ke 1 pengguna operator telepon seluler tertinggi di Indonesia tahun 2016 pelanggan Telkomsel berjumlah 157,4 juta atau sekitar 46 persen dari total pelanggan seluler di Tanah Air. Angka jauh di atas para pesaingnya. Indosat di tempat kedua dengan pelanggan mencapai 85 juta. Sementara 3 dan XL berada di posisi ketiga dan keempat dengan masing-masing 56,5 juta dan 44 juta pelanggan. Saat ini Telkomsel menggelar lebih dari 84.000 BTS yang menjangkau sekitar 98% wilayah populasi di Indonesia. Sebagai operator selular nomor 6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pelanggan tahun 2016, Telkomsel merupakan pemimpin pasar industri telekomunikasi di Indonesia yang kini dipercaya melayani lebih dari 157 juta pelanggan pada tahun 2016.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) pada kepuasan pelanggan Kartu AS di Kota Bandar Lampung.
2. Pengaruh kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan Kartu AS di Kota Bandar Lampung.
3. Pengaruh Kualitas pelayanan (*service quality*) pada loyalitas pelanggan Kartu AS di Kota Bandar Lampung.

Metodologi

Populasi dalam penelitian adalah pelanggan Telkomsel Kartu AS di Kota Bandar Lampung.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Insidental Sampling*. Cara ini dapat dilakukan karena data pengguna kartu AS di Kota Bandar Lampung relative Homogen. Setiap unsur populasi harus memiliki kesempatan sama untuk bisa dipilih menjadi sampel. Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono (2005) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.” Ada lima dimensi penentu kualitas jasa menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2005) yang dapat dirinci sebagai berikut:

1. *Tangibles*
2. *Reliability*
3. *Assurance*
4. *Empathy*
5. *Responsiveness*

Kotler, (2006), Barusman (2012), Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Tjiptono (2002), Mega (2016), terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2007), Iskandar & Effendi (2013), bahwa hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan.

Regresi linier sederhana adalah regresi linear dimana sebuah variabel terikat (variable Y) dihubungkan dengan satu variabel bebas (variabel X) dan satu variabel. Dari pengertian tersebut, maka koefisien regresi linier sederhana menurut Hasan (2002) dapat dihitung berdasarkan formula:

$Y = a + bX_1$ dimana:

Y_1 = Kepuasan Pelanggan X = Kualitas Pelayanan

a = konstanta atau intercept

b = koefisien daya tarik kualitas pelayanan

Koefisien korelasi adalah sebuah uji untuk mengetahui kuat atau tidaknya sebuah hubungan variabel yang dinyatakan dengan fungsi linear (paling tidak mendekati) diukur dengan suatu nilai yang disebut koefisien korelasi.

Nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar $+1$.

Jadi jika r = koefisien korelasi, maka r dapat dinyatakan sebagai berikut :

Jika:

$r = +1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif

r mendekati $+1$, hubungan sangat kuat dan positif r mendekati -1 , hubungan sangat kuat dan negatif,

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan Untuk pengambilan keputusan statistik, dapat digunakan dengan cara:

- Apabila nilai Sig. $< 0,05$ Maka ada korelasi yang signifikan (H_a Diterima).
- Apabila nilai Sig. $> 0,05$ Maka tidak ada korelasi yang signifikan (H_0 Diterima). Dilihat dari tanda koefisien korelasi
- Tanda (-) berarti apabila variabel X tinggi maka variabel Y rendah.
- Tanda (+) berarti apabila variabel X tinggi maka variabel Y juga tinggi.

Koefisien Determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Bila model regresi diaplikasikan dan diestimasi dengan baik, makin tinggi nilai R^2 , makin besar kekuatan dari persamaan regresi, dengan demikian diprediksi dari variable criteria semakin baik (Sani dan Maharani, 2013).

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

$Y = a + bX_1$

$$Y = 4,528 + 0,628X1$$

Keterangan :

Y1 = Kepuasan Pelanggan a = konstanta atau inter cep

b = koefisien daya tarik kualitas pelayanan X = Kualitas Pelayanan

Sehingga persamaan regresi sederhana adalah $Y = 4,528 + 0,628X1$ Berdasarkan hasil penghitungan dan persamaan regresi sederhana tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa :

1. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif (koefisien regresi (b) = 0,628) terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya jika semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin baik atau tinggi kepuasan pelanggan.

Analisis Regresi Sederhana Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas

$$Y = a + bX1$$

$$Y = 3,291 + 0,58X1$$

Keterangan :

Y1 = Loyalitas Pelanggan a = konstanta atau inter cep

b = koefisien daya tarik kepuasan pelanggan X = Kepuasan Pelanggan

Sehingga persamaan regresi sederhana adalah $Y = 3,291 + 0,58X1$ Berdasarkan hasil penghitungan dan persamaan regresi sederhana tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa :

2. Loyalitas Pelanggan mempunyai pengaruh positif (koefisien regresi (b) = 0,58) terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya jika semakin puas pelanggan maka akan semakin tinggi Loyalitas pelanggan.

Analisis Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

$$Y = a + bX1$$

$$Y = 10,952 + 0,51X1$$

Keterangan :

Y1 = Loyalitas Pelanggan

a = constanta atau inter cep

b = koefisien daya tarik kepuasan pelanggan X = Kualitas Pelayanan

Sehingga persamaan regresi sederhana adalah $Y = 10,952 + 0,51X1$ Berdasarkan hasil penghitungan dan persamaan regresi sederhana tersebut diatas, maka dapat diketahui bahwa :

3. Loyalitas Pelanggan mempunyai pengaruh positif (koefisien regresi (b) = 0,51) terhadap Kualitas Pelayanan, artinya jika semakin baik Kualitas Pelayanan maka akan semakin tinggi Loyalitas pelanggan.

Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah sebuah uji untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh sebuah hubungan variabel.

Tabel 1 Correlations

		pelayanan	kepuasan y	Loyalitas Z
pelayanan Sig. (2-tailed) N	Pearson Correlation	1	.628**	.535**
		100	.000	.000
kepuasan y Sig. (2-tailed) N	Pearson Correlation	.628**	1	.510**
		.000	100	.000
Loyalitas Z Sig. (2-tailed) N	Pearson Correlation	.535**	.510**	1
		.000	.000	100

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah (2018).

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat disimpulkan :

- Koefisien Jalur Parsial diketahui nilai signifikansi dari variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) = 0,628 maka memberikan hasil bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) positif dan signifikan.
- Koefisien Jalur Parsial diketahui nilai signifikansi dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas (Z) = 0,510 maka memberikan hasil bahwa hubungan antara Kepuasan Pelanggan (Y) dan Loyalitas (Z)) positif dan signifikan.
- Koefisien Jalur Parsial diketahui nilai signifikansi dari variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas (Z) = 0,000 < 0,05 maka memberikan hasil bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dan Loyalitas (Z)) positif dan signifikan.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 2 Model Summary

Model	R	R Square	adjusted R Square	Error of the Estimate
1	.628a	.394	.388	5.095

Predictors: (Constant), pelayanan Sumber : Data diolah (2019).

Besarnya nilai R² atau R Square yang terdapat dari tabel Model Summary adalah sebesar 0.394. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 39,4% sementara sisanya 60,6% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 3 Model Summary

Model	R	R Square	justed R Square	Error of the Estimate
1	.580a	.336	.322	4.800

Predictors: (Constant), kepuasan y,

Hasil besarnya nilai R² atau R Square yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,336 hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas (Z) sebesar 33,6 % sementara sisanya 66,4% dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4 Model Summary

Model	R	R Square	justed R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510a	.260	.253	5.041

Predictors: (Constant), kepuasan z

Hasil besarnya nilai R² atau R Square yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,26 hal ini menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas (Z) sebesar 26% sementara sisanya 74% dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan dari hasil diatas, ialah:

1. Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).
2. Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas (Z) : Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas(Z).
3. Analisis pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas (Z) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas(Z).

Dari serangkaian pembahasan atas hasil diatas, kita dapat menarik kesimpulan bahwa hipotesis “Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan dan selanjutnya Loyalitas Pada Pelanggan Telkomsel Merek Kartu AS di Kota Bandar Lampung” dapat diterima.

Kesimpulan dan Implikasi

Kesimpulan

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Implikasi

Berdasarkan hasil perhitungan dan kesimpulan pada penelitian ini, beberapa saran yang bisa diajukan untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan yang baik yaitu:

1. Kualitas pelayanan yang semakin baik akan membuat pelanggan semakin puas dalam menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu diharapkan manajemen Telkomsel Kartu AS di Bandar Lampung bias terus meningkatkan dan mempertahankan faktor pendukung kualitas pelayanan diantara, sinyal dari Telkomsel yang baik agar tidak terjadi gangguan saat berkomunikasi maupun saat penggunaan internet.
2. Kualitas pelayanan lainnya yaitu *Customer Service* di Grapari Telkomsel Bandar Lampung agar semakin memberikan kenyamanan terhadap pelanggan seperti memperbaiki Fasilitas parkir di Grapari Telkomsel agar Luas dan Aman, maka perlu diberikan lahan yang lebih memadai untuk para pelanggan karena saat ini lahan parkir yang ada di Grapari Telkomsel Lampung terbilang cukup kecil dan tidak cukup untuk jumlah Customer yang datang setiap harinya.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat mengembangkan penelitian dengan menambah lebih lagi variabel bebas, sehingga penelitian ini menjadi lebih valid dan dapat digunakan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan oleh manajemen Telkomsel terhadap produk Telkomsel Kartu AS di Kota Bandar Lampung.

Daftar Pustaka

- Alam, Iskandar Ali & Effendi, Risky. 2013. Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Kesetiaan Pelanggan Pengguna Internet Modem Smartfren Connex di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol, 4, No; 1.
- Barusman, Andala Rama Putra, Riorini, Vandayuli Sri. 2012. *Zone of Tolerance Moderates Satisfaction Customer Trust and Inertia - Customer Loyalty in Commercial Bank*.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi. 13.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I.
- Parasuman, A.A. Zeithaml, V., and L. Berry, L.1995. “A *conceptual Model of Service Quality and Its Implications for future Research*”. *Journal of Marketing*. Vol.49 (fall)
- Philip Kotler. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia* Jilid 1.
- Philip Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia* Jilid 2.
- Mega, Selfia Alke. 2016. The Effect of Services Quality on Satisfaction of Visitors Tourism in Recreation Park Mutun Beach Lampung. *International Conference On Law, Business and Governance (ICon-LBG)*
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategi*.