

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SIMPATI TELKOMSEL (STUDI KASUS PADA PT. TELKOMSEL BRANCH BANDUNG)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON TELKOMSEL CUSTOMER LOYALTY (CASE STUDY AT PT. TELKOMSEL BANDUNG BRANCH)

Sinatrio Wirawan Muhammad¹, Aditya Wardhana²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

Sinatriowirawan@student.telkomuniversity.ac.id¹, Adityawardhana@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Pt. Telkomsel Branch Bandung) , dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa terdapat konsumen telkomsel di Bandung yang kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Telkomsel Branch Bandung.

Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu purposive sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018:84). Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sample dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga di harapkan dapat menjawab permasalahan penelitian, berdasarkan perhitungan tersebut, sampel yang didapat sebesar 96,04 orang, tetapi peneliti melakukan pembulatan dan untuk mempermudah hitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden yang merupakan para pengguna produk dan jasa Telkomsel mengenai kualitas pelayanan berada pada kategori tinggi, sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan Telkomsel Branch Bandung kepada para konsumen sudah baik/memuaskan dan tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan, berada pada kategori cukup, sehingga dapat dinyatakan bahwa loyalitas pelanggan Telkomsel Branch Bandung cukup baik/cukup loyal kepada Telkomsel Branch Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati Telkomsel pada PT Telkomsel Branch Bandung", maka diperoleh kesimpulan, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada simpati di Telkomsel Branch Bandung

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas pelanggan, Pemasaran

Abstract

This research was conducted to determine the results of the influence of service quality on customer loyalty Simpati Telkomsel (Case Study at Pt. Telkomsel Branch Bandung), in this study there is a phenomenon that there are Telkomsel consumers in Bandung who are not satisfied with the quality of service provided by Telkomsel Branch Bandung.

This study uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. Non-probability sampling is a sampling technique that does not provide opportunities or opportunities for each element or member of the population to be selected as a sample (Sugiyono 2018:84). The technique that will be used in this research is purposive sampling, namely taking samples by determining special characteristics that are in accordance with the research objectives so that it is expected to answer research problems, based on these calculations, the sample obtained is 96.04 people, but the researchers rounded up and to simplify the calculation, the researchers took a sample of 100 people

Based on the results of descriptive analysis that has been carried out, it can be seen that the responses of respondents who are users of Telkomsel's products and services regarding service quality are in the high category, so it can be stated that the quality of services provided by Telkomsel Branch Bandung to consumers is good/satisfactory and the response respondents regarding customer loyalty, are in the sufficient category, so it can be stated that the customer loyalty of Telkomsel Branch Bandung is quite good / quite loyal to Telkomsel Branch Bandung.

Based on the results of research on "The Influence of Service Quality on Customer Loyalty of Simpati Telkomsel at PT Telkomsel Branch Bandung", it is concluded, Service quality has a significant effect on customer loyalty on sympathy at Telkomsel Branch Bandung.

Keywords: Service Quality, Customer loyalty, Marketing

1. PENDAHULUAN

Sejak berdiri pada 26 Mei 1995, Telkomsel secara konsisten melayani Indonesia dengan membuka akses telekomunikasi di seluruh nusantara, dari Sabang hingga Merauke. Dengan lebih dari 160 juta pelanggan, Telkomsel saat ini menjadi operator seluler terbesar di Indonesia. Untuk melayani pelanggan di seluruh Indonesia, bahkan di daerah terpencil, pulau terluar, dan perbatasan, Telkomsel telah membangun lebih dari 228.000 BTS.

Komunikasi merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap elemen masyarakat, maka untuk memenuhi kebutuhannya di era globalisasi ini sebagian besar masyarakat memiliki Handphone atau telepon genggam sebagai alat komunikasi yang mudah digunakan, dapat berpindah (*mobile*), dan memiliki fitur-fitur yang menarik. Handphone merupakan bagian tidak terpisahkan dari operator kartu seluler.

Dalam hal pemasaran perusahaan harus bersikap baik dan ramah terhadap pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan senang sehingga pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang. Kualitas pelayanan juga harus dijaga oleh perusahaan. Pelayanan yang disampaikan harus memenuhi persyaratan, harapan, dan kepuasan pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan. Pelanggan memiliki peran penting berkaitan dengan persepsi yang berpengaruh pada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan telah didefinisikan sebagai tingkat dan arah antara harapan pelayanan dan persepsi 7 pelanggan. Selanjutnya, juga dapat dilihat sebagai seberapa baik pelayanan dari perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan (Saravanakumar, 2014).

TABEL 1. 1
HASIL PRA KUESIONER KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	Persentase
		5	4	3	2	1			
		SS	S	CS	TS	STS			
1	Minimnya kesalahan yang dilakukan oleh karyawan dalam memberikan layanan	5	9	8	8	0	101	150	67%
2	Informatif dalam menyampaikan informasi kepada konsumen	4	17	8	1	0	116	150	77%
3	Memberikan jaminan penuh terhadap pelanggan yang membeli produk	9	10	10	1	0	116	150	77%
4	Telkomsel branch Bandung selalu mengutamakan kepuasan pelanggan	7	20	3	0	0	124	150	83%
5	Lokasi Telkomsel branch Bandung sangatlah strategis	4	6	5	15	0	104	150	69%

Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2021

Dari hasil prakuesioner yang ada diatas maka nilai paling tertinggi ada pada item pernyataan "Telkomsel branch Bandung selalu mengutamakan kepuasan pelanggan" sebesar 83%, hal ini dapat diartikan bahwa selama ini pihak Telkomsel branch Bandung selalu memberikan pelayanan terbaik demi membuat pelanggannya puas dengan cara selalu mengutamakan pelanggan dalam memberikan pelayanan, kemudian nilai paling rendah ada pada pernyataan "Minimnya kesalahan yang dilakukan oleh karyawan dalam memberikan layanan" dengan nilai paling rendah 67%,

hal ini dapat disimpulkan bahwa masih terjadinya kesalahan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan yang dilakukan oleh karyawan Telkomsel branch Bandung, hal ini harus diperbaiki dengan cara meningkatkan quality control pada Telkomsel branch Bandung.

TABEL 1.2
HASIL PRA KUESIONER LOYALITAS PELANGGAN

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	Persentase
		5	4	3	2	1			
		SS	S	CS	TS	STS			
1	Melakukan pembelian ulang produk dan jasa Telkomsel Branch Bandung	5	9	8	8	0	101	150	67%
2	Tidak terpengaruh penilaian buruk dari pengguna lainnya	4	17	8	1	0	116	150	77%
3	Merekomendasikan kepada orang lain	3	7	6	14	0	89	150	59%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penulis, 2021

Dari hasil prakuesioner mengenai Loyalitas Pelanggan, nilai paling tinggi ada pada pernyataan “Tidak terpengaruh penilaian buruk dari pengguna lainnya” dengan nilai sebesar 77%, hal ini dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen cukup besar karena selalu menghiraukan apa yang menjadi omongan orang lain mengenai brand Telkomsel, kemudian nilai paling rendah ada pada pernyataan “Merekomendasikan kepada orang lain” dengan skor sebesar 59%, hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan Telkomsel masih sangat minim untuk merekomendasikan produk telkomsel kepada orang lain seperti saudara, teman ataupun keluarga.

Dari penelitian-penelitian terdahulu masih ada beberapa yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga penelitian tersebut perlu diteliti ulang dan dikembangkan pada kondisi, waktu, dan tempat yang tentunya berbeda mengingat banyaknya persaingan dalam dunia bisnis atau usaha yang mengakibatkan perusahaan perlu menjaga kepuasan dari pelanggannya sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Pt. Telkomsel Branch Bandung)**”.

1.1 Rangkuman Teori

Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:47) pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social, salah satu definisi terbaik terpendek dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.

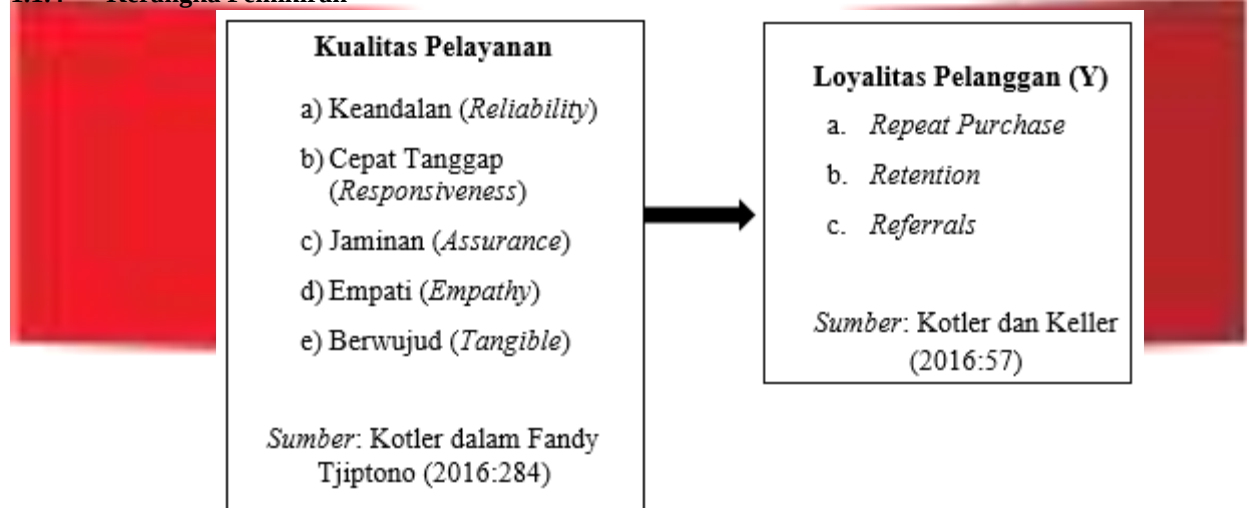
Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Loyalitas Pelanggan

Menurut (Kotler dan Keller, 2016:138) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan adalah sebuah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan pada suatu produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang dilakukan oleh pesaing yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku pelanggan.

1.1.4 Kerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka penelitian yang telah dibuat (Wiratna, 2015:68). Hipotesis merupakan pernyataan tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di gambarkan sebelumnya, Oleh karena itu, hipotesis pada penelitian ini adalah “Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukuran (Sujarweni, 2015a:39).

Penelitian ini bertujuan sebagai penelitian deskriptif. Sebagaimana pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2015:254) yang dimaksud dengan metode deskriptif ialah “Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi”.

2.2 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu purposive sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018:84). Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sample dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga di harapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti tidak mengetahui populasi dari besarnya konsumen Telkomsel di kota Bandung secara pasti, maka penentuan jumlah besarnya sampel menggunakan rumus Bernoulli, berdasarkan perhitungan, sampel yang didapat sebesar 96,04 orang, tetapi peneliti melakukan pembulatan dan untuk mempermudah itungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden yang merupakan para pengguna produk dan jasa Telkomsel mengenai kualitas pelayanan berada pada kategori tinggi, sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan Telkomsel Branch Bandung kepada para konsumen sudah baik/memuaskan dan tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan, berada pada kategori cukup, sehingga dapat dinyatakan bahwa loyalitas pelanggan Telkomsel Branch Bandung cukup baik/cukup loyal kepada Telkomsel Branch Bandung.

3.2 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018: 52) mengatakan bahwa suatu kuesioner atau hasil penelitian dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner dan mampu untuk mengungkapkan sesuatu sehingga hasil penelitian tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur oleh peneliti.

TABEL 4. 1
UJI VALIDITAS

Variabel	No Item	Rhitung	Rkritis	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	P1	0.360	0.300	Valid
	P2	0.459	0.300	Valid
	P3	0.497	0.300	Valid
	P4	0.496	0.300	Valid
	P5	0.468	0.300	Valid
	P6	0.447	0.300	Valid
	P7	0.683	0.300	Valid
	P8	0.699	0.300	Valid
	P9	0.611	0.300	Valid
	P10	0.630	0.300	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	P1	0.676	0.300	Valid
	P2	0.564	0.300	Valid
	P3	0.746	0.300	Valid
	P4	0.626	0.300	Valid
	P5	0.585	0.300	Valid
	P6	0.634	0.300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas hasil uji validitas, diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan pada kedua variabel memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari kritis sebesar 0.300, sehingga didapatkan disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel dapat dinyatakan valid.

3.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Ghazali, (2018:45) adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu

TABEL 4. 2
UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	0.721	0.600	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.707	0.600	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefisien realibilitas *cronbach alpha* >0.600, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel.

3.4 Analisis Regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memperkirakan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2018) dinyatakan bahwa regresi linier sederhana didasarkan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

TABEL 4. 3
ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	10.416		4.542	.000
	Kualitas Produk	.428	.047	.678	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier sederhana, sebagai berikut:

$$Y = 10.416 + 0.428X$$

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 10.416, artinya jika kualitas produk bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 10.416.
- Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0.428 yang bernilai positif, yang artinya jika kualitas produk meningkat satu-satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0.428.

3.5 Pengujian Hipotesis

Santosa (2018:12) mengemukakan bahwa hipotesis secara umum merefleksikan masalah dalam penelitian dengan tujuan untuk mendorong seseorang melakukan penelitian dan juga dijelaskan bahwa dalam hipotesis terdapat H_0 dan H_a . Hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t, dengan kriteria pengambilan keputusan pada uji t, yaitu sebagai berikut:

- $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan t_{tabel} diperoleh dari hasil probabilitas 5% dan $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1.984. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis dengan uji t, sebagai berikut:

TABEL 4. 4
PENGUJIAN HIPOTESIS (UJI T)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.204	1.531		.787 .433
	Kualitas Pelayanan	.493	.052	.689	9.409 .000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, hasil pengujian hipotesis pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 9.409 dengan signifikansi ($pvalue$) sebesar 0.000, dikarenakan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9.409 > 1.984$) dan signifikansi ($pvalue$) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada simpati di Telkomsel Branch Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati Telkomsel pada PT Telkomsel Branch Bandung", maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

- Kualitas layanan yang diberikan Telkomsel Branch Bandung kepada para konsumen sudah baik/memuaskan.
- Loyalitas pelanggan Telkomsel Branch Bandung cukup baik/cukup loyal kepada Telkomsel Branch Bandung.
- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada simpati di Telkomsel Branch Bandung, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t, diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9.409 > 1.984$) dan signifikansi ($pvalue$) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Referensi

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Z. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembuatan Perijinan Terhadap Citra Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu (Kppt) Kota Palembang (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening)*. *Jurnal EKIBOS*, 96-110.
- Hair, J. F. (2011). *PSL-SEM: Indeed a Silver Bullet*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 139-145.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta: PT. Luxima Metro Media.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan (11ed)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Kartajaya. 2000. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Isaac Oladepo, Onigbinde and Abimbola, Odunlami Samuel. *The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A Study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria*. *British Journal of Marketing Studies*. Vol.3, No.4, pp.97-109, May 2015
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin. 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi Ketigabelas, Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Murdifin, Haming, Mahfud, Nurnajamuddin. 2012, *Manajemen Produksi Modern*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.