

ABSTRAK

Perkembangan teknologi seluler yang begitu cepat berbanding lurus dengan tingkat penetrasi internet yang terus bertumbuh setiap tahunnya. Hal ini tentu mengakibatkan munculnya persaingan yang ketat antar perusahaan operator seluler yang terdapat di Indonesia. Persaingan ketat yang terjadi antar operator saat ini, memaksa seluruh perusahaan telekomunikasi melakukan perang harga demi mengamankan pelanggan setia dan menambah pangsa pasar ke depan. Telkomsel adalah perusahaan telekomunikasi dengan jumlah pelanggan terbanyak di Indonesia, namun Telkomsel juga merupakan operator seluler yang menempati urutan pertama sebagai operator seluler yang paling banyak dikeluhkan pelanggan menurut survei yayasan lembaga konsumen Indonesia pada tahun 2021.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Service Quality dan Price terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Layanan Operator Seluler Telkomsel”. Adapun aspek-aspek pada service quality yang diteliti yaitu reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness, network aspect, dan convenience.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data melakukan penyebaran kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel yang akan diteliti sebanyak 400 responden yang menggunakan layanan operator seluler Telkomsel di seluruh Indonesia.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan service quality (reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness, network aspect, convenience) dan price terhadap kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) terhadap loyalitas pelanggan (customer loyalty), dan juga terdapat pengaruh positif dan signifikan service quality (reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness, network aspect, convenience) dan price terhadap loyalitas pelanggan (customer loyalty) melalui kepuasan pelanggan (customer satisfaction).

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi bagi perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia, khususnya pada PT. Telkomsel sebagai acuan kedepannya. Beberapa evaluasi yang perlu dilakukan oleh Telkomsel antara lain evaluasi terhadap standar harga yang telah ditetapkan di setiap daerah. Hal tersebut diharapkan mampu mengubah pandangan orang yang selama ini dinilai mahal, menjadi terjangkau dan memahami kebutuhan pelanggan, agar biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan nantinya sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Disamping itu, untuk pengembangan penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menambahkan indikator dan atau variabel service quality lain yang belum dimasukkan kedalam model penelitian ini seperti variabel value added services dan variabel complain handling.

Kata kunci : Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty