

MODEL PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN TELKOMSEL (STUDI KASUS PADA KONSUMEN TELKOMSEL DI DKI JAKARTA)

Danny Santoso dan Mirza

Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana

dannysantoso.[81@gmail.com](mailto:dannysantoso.81@gmail.com); mirza@mercubuana.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the effect of SERVQUAL and network quality in Telkomsel consumer satisfaction in DKI Jakarta, and as addition this study also measuring gap analysis between the consumer expectation and Telkomsel's performance.. Sampling method used was probability sampling by using cluster sampling system, this method is used because it's considered the most suitable when the respondents is heterogent This research was conducted by questionnaire method, done to 385 customers of Telkomsel in DKI Jakarta. Quantitive analysis includes validity and reliability test, classical assumption test, coefficient of determination R^2 , F test, t-test and multiple regression analysis. R^2 value of 0,59 indicates that 59,0% consumer satisfaction achieved was indeed influenced by independent variables (service quality and network quality) used in this study. Additionally, F 0,000 value suggested that service quality and network quality as independent variables simultaneously affect Telkomsel customer satisfaction.. service quality and network quality simultaneously are having significant influence to the Telkomsel customer satisfaction in Jakarta. Empathy and network quality dimension has the most significant in influencing Telkomsel customer satisfaction in Jakarta.

Keywords: SERVQUAL, network quality, costumer satisfaction, telecommunication.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi SERVQUAL, kualitas jaringan, dan kepuasan konsumen Telkomsel di Jakarta, kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan Telkomsel, pengaruh SERVQUAL dan kualitas jaringan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di Jakarta. Metode *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling* dengan menggunakan sistem sampel *cluster sampling* ,metode ini dipilih karena dianggap cocok untuk responden yang heterogen. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner, dilakukan terhadap 385 konsumen Telkomsel di DKI Jakarta. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi R^2 , uji F, uji t dan analisis regresi berganda. Nilai R^2 0,590 menunjukkan bahwa 59,0% kepuasan konsumen yang dicapai memang dipengaruhi oleh variabel independen (kualitas layanan dan kualitas jaringan) yang digunakan dalam penelitian ini. Uji nilai F 0,000; yang menunjukkan kualitas layanan dan kualitas jaringan sebagai variabel independen secara bersamaan memengaruhi kepuasan pelanggan Telkomsel di DKI Jakarta. Dimensi *empathy* dan dimensi kualitas jaringan memiliki korelasi positif dan paling signifikan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta.

Keywords: SERVQUAL, kualitas jaringan, kepuasan konsumen, telekomunikasi.

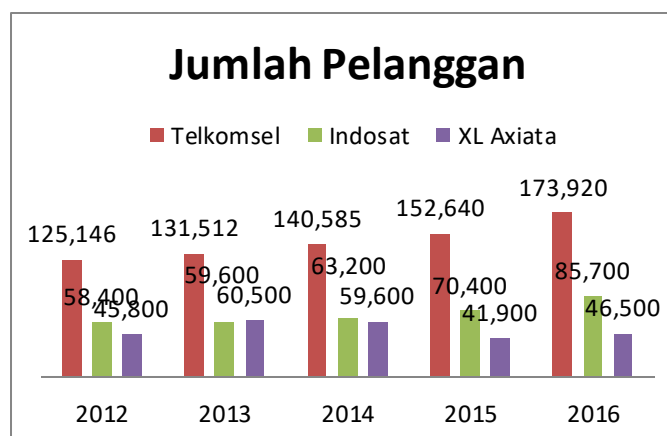
PENDAHULUAN

Telekomunikasi, khususnya seluler adalah memiliki fungsi strategis, karena kehadirannya memungkinkan untuk membuka keterisolasian, meningkatkan kualitas pendidikan, pengembangan ekonomi, hingga pemenuhan kebutuhan gaya hidup modern. Sejak 2012 terjadi perubahan perilaku konsumen dalam penggunaan layanan seluler. Menurut penelitian jaringan seluler dunia, O2, rata-rata penggunaan smartphone menggunakan gadgetnya lebih dari dua jam sehari. Dari dua jam itu, 25 menit dihabiskan untuk berselancar di dunia maya, 17 menit untuk bersosial media, 16 menit mendengarkan musik, dan 13 menit untuk bermain game. Sedangkan menelpon hanya berada di posisi 5 dengan rata-rata 12 menit 6 detik (beritasatu.com, 2012). Dalam beberapa tahun terakhir di tengah tren penurunan pendapatan SMS dan *voice* (telepon), layanan paket data menjadi tumpuan pendapatan operator

selular. Sebagai contoh di hari raya Idul Fitri 2017, terjadi peningkatan layanan data sebesar 136% pada operator Telkomsel atau menembus 6.000 TB (terabyte), sedangkan trafik layanan suara turun 6% dan SMS cenderung stagnan (beritasatu.com, 2017).

Persaingan adalah bagian alami dari setiap bisnis. Pada tahun 1995-1999 pemerintah melakukan liberalisasi besar-besaran pada sektor telekomunikasi. Membuat jumlah operator meningkat tajam sehingga menyebabkan terjadinya perang harga hingga saat ini. Dampak persaingan ini, *churn rate* dari sektor telekomunikasi nasional adalah 20%. *Churn rate* sendiri bisa diartikan sebagai jumlah persentase pelanggan yang berhenti atau berpindah ke operator lain (kontan.co.id, 2017). Pada triwulan I-2016, pelanggan selular sudah mencapai 340,7 juta pelanggan atau melebihi populasi penduduk Indonesia, kondisi ini bisa diartikan penetrasi pasar sudah mencapai titik penetrasi (Mandiri Institute, Industry update Vol. 14, Juli 2016X). Dengan tajamnya kondisi persaingan, pasar yang sudah ada di titik saturasi, dan *churn rate* yang tinggi, organisasi manapun tidak akan bisa bertahan secara berkesinambungan jika tidak mampu memberikan kualitas pelayanan yang tinggi (Baruah, Nath dan Bora, 2015).

Kepuasan pelanggan adalah faktor krusial untuk kesuksesan bisnis perusahaan secara jangka panjang dan berkesinambungan. Agar suatu perusahaan bisa terus menjaga *market share* atau bahkan memperbesar *market share* yang sudah dimiliki, operator telekomunikasi harus mampu memberikan lebih dari apa yang ditawarkan pesaing mereka dengan cara menjaga kepuasan pelanggan mereka melalui pelayanan yang berkualitas tinggi (Saghier & Nathan, 2013). Kepuasan pelanggan secara umum diasumsikan sebagai faktor yang menentukan terhadap terjadinya pembelian ulang, *word of mouth* yang positif, dan kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia akan kembali dan bertransaksi lebih banyak lagi serta menceritakan pengalaman mereka (Fornell, Johnson, Anderson, Bryant, 1996). Menurut Gerpot et al, hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan operator adalah kunci keberhasilan perusahaan untuk tetap bertahan di lingkungan yang kompetitif. Di Indonesia, industri penyedia layanan selular didominasi oleh tiga operator besar yaitu Telkomsel, Indosat Ooredoo, XL Axiata. Data perbandingan pelanggan untuk ketiga operator tersebut dapat dilihat pada gambar 1.0



Gambar 1. Grafik Perbandingan *customer base* Telkomsel, Indosat, dan XL 2012-2016
 Sumber: Annual Report Telkomsel, Indosat Ooredoo, XL Axiata 2013 - 2016

KAJIAN TEORI

Kualitas Layanan/Jasa. *Service quality is more difficult for the consumer to evaluate than goods quality. Service quality perceptions result from a comparison of consumer expectations with actual service performance.* (Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1985:42).

Kesimpulan dari definisi diatas adalah kualitas layanan adalah hasil umpan balik dari konsumen terhadap kepuasan dan kesesuaian harapan yang diterima atas pelayanan yang diberikan produsen jasa, yang kemudian membentuk menjadi satu komitmen, kepercayaan, dan

loyalitas terhadap jasa tersebut. Kualitas layanan dari Telkomsel dapat menentukan di tingkat mana kepuasan yang dimiliki oleh para pelanggannya.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang paling banyak digunakan sebagai acuan adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985).

Menurut Baruah, Nath, dan Bora (2015) dimensi – dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL industri telekomunikasi adalah (1) *Reliability* yang merujuk pada kemampuan untuk mewujudkan layanan/janji sesempurna mungkin dan dalam periode waktu yang telah dijanjikan, (2) *Responsiveness* yang mengacu pada keinginan untuk membantu konsumen, (3) *Assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan dari pegawai serta kemampuan mereka dalam menciptakan kepercayaan konsumen, (4) *Empathy* yang berarti pengertian/pemahaman yang jelas tentang apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, (5) *Tangibles* yang merujuk pada tampilan fisik fasilitas, perlengkapan, pegawai dan lainnya, (6) *Network Quality* mengacu pada kekuatan daripada jaringan yang disediakan dan kualitas telepon.

Sedangkan menurut Rahhal (2015) terdapat dua dimensi kualitas layanan kritical yang berbeda satu sama lain secara mendasar yaitu kualitas teknis (*technical quality*) dan kualitas fungsional (*functional quality*). Kualitas teknis berhubungan dengan layanan yang ditawarkan yaitu kualitas jaringan sedangkan kualitas fungsional lebih berhubungan dengan bagaimana layanan tersebut diberikan. Yang dimaksud kualitas fungsional adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, convenience, dan complaint handling*.

Dari dua konsep jurnal diatas, maka penulis mengambil konsep SERVQUAL dengan lima dimensi SERVQUAL (*Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy, Tangibles*) dan satu dimensi tambahan yaitu *Network Quality*.

Kepuasan Konsumen. Boone dan Kurtz (2007) mengartikan kepuasan konsumen sebagai hasil dari barang atau jasa yang memenuhi atau melebihi kebutuhan dan harapan pembeli. Sebuah perusahaan yang tidak dapat memenuhi kepuasan konsumen dibandingkan dengan pesaingnya, maka perusahaan tersebut tidak dapat bertahan dalam persaingan.

Jani dan Heesup (2011) mendefinisikan kepuasan sebagai sikap emosi yang dihasilkan dari interaksi antara pelanggan dengan penyedia jasa dalam kurun waktu tertentu. Gerson (2002) mengartikan kepuasan pelanggan adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi dan terlampaui, terdapat dua kepuasan konsumen : (1) kepuasan fungsional : kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk/jasa yang digunakan. (2) kepuasan psikologikal : kepuasan yang diperoleh dari atribut yang tidak berwujud dari suatu produk/jasa. Henning-Thurau dan Klee (1997) mengatakan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi akan membuat konsumen untuk melakukan kunjungan berulang ke toko (*outlet*), melakukan pembelian ulang, dan promosi *word of mouth* positif ke kerabat. Sehingga kepuasan konsumen disimpulkan sebagai : keinginan melakukan transaksi berulang, memberikan rekomendasi positif kepada kerabat, tidak sensitif terhadap harga dan tidak terlalu memperhatikan produk pesaing.

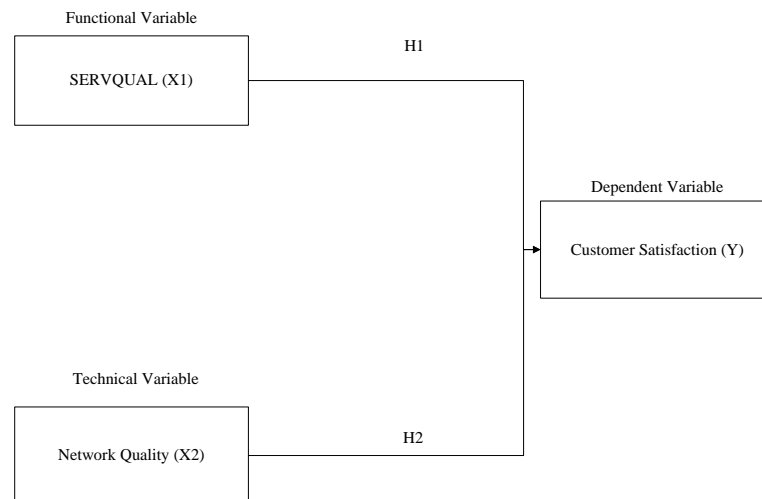
Hubungan antara SERVQUAL terhadap Kepuasan Konsumen. Menurut Cronin & Taylor (1992), kualitas layanan adalah determinan dari kepuasan konsumen. Hashedi & Abkar (2017) menemukan bahwa kelima dimensi dalam SERVQUAL memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan Hashedi & Abkar (2017) menguatkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Baruah, Nath dan Bora (2015).

H₁: Variabel SERVQUAL(X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta (Y).

Hubungan antara kualitas jaringan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas jaringan adalah salah satu atribut produk atau jasa yang digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi operator telekomunikasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Baruah, Nath dan Bora (2015), variabel kualitas jaringan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan

terhadap kepuasan konsumen di industri telekomunikasi, sedangkan menurut Rahhal (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₂: Variabel kualitas jaringan (X₂) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta (Y).



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber : Data Diolah 2018

METODE

Desain Penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Menurut tingkat eksplanasinya, penelitian ini dikelompokkan ke dalam penelitian deskriptif dan asosiatif yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk hubungan kausal, hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi terdapat variabel yang memengaruhi (X) dan variabel yang dipengaruhi (Y) (Sugiyono, 2016:38).

Data dan Metode Pengumpulan Data. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan kualitas jaringan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:130-134), sumbernya data dibagi menjadi dua yaitu data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*). Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner kepada sampel yang sudah dipilih (konsumen Telkomsel di DKI Jakarta) dengan menggunakan skala Likert. Data sekunder dalam penelitian ini mengacu terhadap informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri yang diberikan oleh media, website dan lain-lain.

Populasi dan Metode Sampling. Populasi dalam penelitian ini menggunakan populasi pelanggan Telkomsel di DKI Jakarta. Lokasi yang terpilih adalah DKI Jakarta dikarenakan DKI Jakarta adalah kota yang paling kompetitif. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *probability sampling* dengan metode *cluster sampling*. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kesalahan 5% sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 X P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,5) atau *sampling error* = 5%

Jika didasarkan pada rumus Lemeshow tersebut, maka n yang didapat adalah 385 orang.

Teknik Analisis Data. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linear Berganda dengan level signifikansi 5% dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ %. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas memiliki syarat yang harus dipenuhi untuk setiap *item* kuesioner dinyatakan *valid* dengan kriteria jika $r \geq 0,30$ (Sugiyono, 2016:241). Uji reliabilitas untuk mengukur reliabilitas butir-butir pertanyaan dalam koefisien dinyatakan semakin *reliable* apabila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,70$ (Ghozali, 2013:48). Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik Inferensial digunakan untuk menarik kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dari sampel untuk menggambarkan karakteristik atau ciri dari suatu populasi (Sugiyono 2016:148). Uji asumsi klasik dilakukan agar data sampel yang akan diolah memang dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik meliputi: uji normalitas data dengan menggunakan pendekatan grafik normal plot (Ghozali, 2013:160-163), uji multikolinieritas dengan menggunakan nilai *tolerance* $\geq 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ (Ghozali, 2013:105) dan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID (Ghozali, 2013:139).

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu SERVQUAL dan kualitas jaringan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta dengan menggunakan uji model regresi yang terdiri dari koefisien determinasi R^2 dengan nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$, uji F menurut Ghozali (2016:96) dengan tingkat signifikansi (α) 5% sehingga model regresi fit dengan data apabila nilai signifikansi $F < 0,05$ dan uji t untuk menguji hipotesis parsial dengan tingkat signifikansi 5% dapat diterima atau ditolak (Ghozali, 2013:98). Analisis korelasi dimensi digunakan untuk menunjukkan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk pengukuran kekuatan suatu hubungan antar dimensi/asosiasi (Sugiyono, 2016:178).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan yaitu sebesar 56,1% atau dengan jumlah 216 responden, sedangkan jumlah responden laki-laki sebesar 43,9% atau dengan jumlah 169 responden. Hal ini menunjukkan mayoritas pelanggan Telkomsel di DKI Jakarta adalah kaum wanita, menurut penelitian yang dilakukan oleh University of Maryland School of Medicine bahwa wanita memiliki 30% lebih banyak protein FOXP2 dibanding pria. FOXP2 adalah sendiri adalah hal yang bertanggung jawab terhadap mengelola berapa banyak manusia berbicara (<http://nationalgeographic.grid.id/read/13299276/alasan-wanita-lebih-banyak-bicara-dibanding-pria?page=all>). Sebaran responden pada penelitian ini sebagian besar berasal dari Jakarta Timur (28,3%) dan Jakarta Barat (22,1%) sedangkan untuk responden yang berasal dari Jakarta Selatan sebesar 21,3%, Jakarta Utara (16,6%) dan terakhir adalah Jakarta Pusat adalah sebesar 11,7%. Sebagian besar rentang usia responden adalah ≤ 30 tahun (55,5%). Untuk pendidikan terakhir dari responden didominasi SMA/setingkat dan Mahasiswa S1 (76,6%). mayoritas responden adalah konsumen yang telah menggunakan Telkomsel lebih dari ≥ 12 bulan (72,2%). Hal ini mengindikasikan responden adalah konsumen yang puas dengan kinerja Telkomsel. Mayoritas responden memiliki pengeluaran > 2 juta Rupiah (54,6%), melakukan pengisian pulsa maksimal dua kali dalam sebulan (67,7%) dengan nominal Rp 50.000 sampai dengan Rp 100.000 (54%). Dilihat dari sisi pengeluaran, frekuensi pengisian pulsa dan nominal pengisian pulsa maka bisa diindikasikan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta berasal dari kalangan menengah atas.

Uji Validitas. Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa 27 item pertanyaan masing-masing dinyatakan *valid* karena memiliki nilai $r \geq 0,30$ dan untuk nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,098.

Uji Reliabilitas

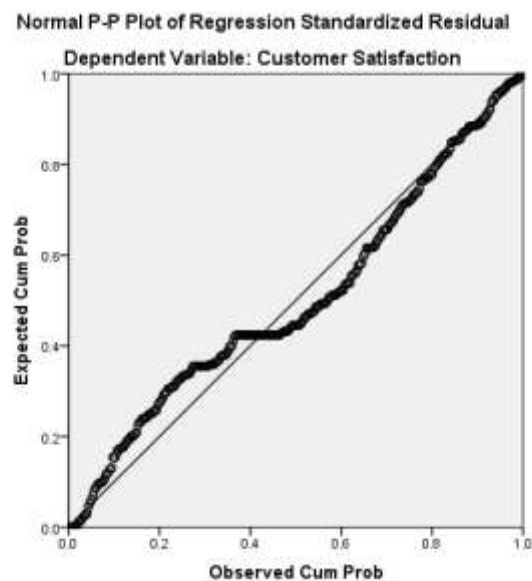
Tabel 1. Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Hasil
1	SERVQUAL (X_1)	0.934	Reliable
2	Kualitas jaringan (X_2)	0.796	Reliable
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0.819	Reliable

Sumber : Data Diolah dari SPSS 24, 2018

Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa masing-masing variabel penelitian dinyatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data penelitian dan kuesioner dapat digunakan sebagai *instrument* penelitian karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$, oleh sebab itu seluruh variabel meliputi SERVQUAL dan kualitas jaringan anan memenuhi syarat untuk pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

Uji Normalitas Data. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji normal *probability plot of Regression*. Berdasarkan hasil pengujian, Gambar 2 didapatkan bahwa nilai residual atau error term terdistribusi secara normal karena data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Diolah dari SPSS, 2018

Uji Multikolinieritas. Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas lain. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

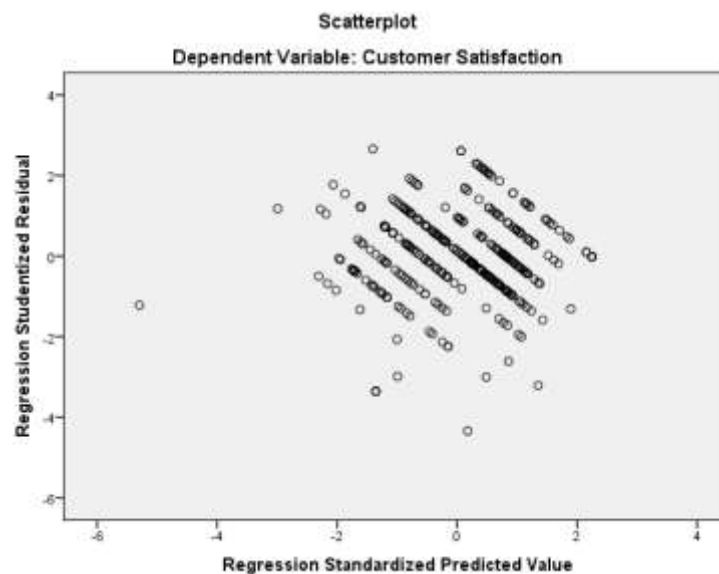
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
SERVQUAL	.465	2.151
Kualitas jaringan	.465	2.151

a. *Dependent Variable:* Kepuasan

Sumber : Data Diolah dari SPSS, 2018

Berdasarkan hasil pengujian, Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variabel SERVQUAL (X_1) 2,151 dengan nilai *tolerance* 0,465; VIF untuk variabel kualitas jaringan (X_2) 2,151 dengan nilai *tolerance* 0,465. Kedua variabel tersebut memiliki nilai $VIF \leq 10$ dan nilai *tolerance* $\geq 0,1$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Caranya dapat dilakukan dengan melihat pola grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SRESID). Jika grafik yang diperoleh membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti telah terjadi heteroskedastisitas

**Gambar 4.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data Diolah dari SPSS, 2018

Berdasarkan hasil Gambar 3. dapat disimpulkan bahwa terlihat regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model regresi ini baik dan ideal dapat terpenuhi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2). Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen variasi variabel bebas dapat dijelaskan oleh variasi variabel terikat, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel di luar model. Berdasarkan hasil Tabel 4. menunjukkan besarnya nilai koefisien determinasi R Square (R^2) adalah sebesar 0,59 dimana angka tersebut mengandung arti bahwa kualitas layanan dan kualitas jaringan terhadap kepuasan konsumen sebesar 59% sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut sebagai *error (e)*.

Uji F. Berdasarkan nilai pada uji F pada Tabel 4. di bawah ini maka dapat disimpulkan bahwa SERVQUAL dan kualitas jaringan berpengaruh bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig. F yaitu 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji t. Berdasarkan nilai pada uji t pada Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai sig. t hitung dari SERVQUAL dan kualitas jaringan sebesar 0,000, ini berarti bahwa sig. t hitung < 0,05, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel SERVQUAL dan kualitas jaringan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta

Tabel 4. Hasil Pengujian Model

Variabel	koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
Konstanta	0.355	2.155	0.032
SERVQUAL(X_1)	0.439	6.999	0.000
Kualitas jaringan (X_2)	0.492	10.151	0.000
Koefisien Determinasi R^2	0,590		
F hitung	275.350		0.000

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2018

Analisis Regresi Berganda. Berdasarkan hasil pada Tabel 6. maka prediksi kepuasan konsumen dapat dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,355 + 0,439 \cdot X_1 + 0,492 \cdot X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat dilihat pengaruh antara fasilitas, harga dan kualitas layanan masing-masing terhadap kepuasan konsumen.

1. Konstanta (α) positif sebesar 0,355 dengan sig. 0,000 menunjukkan pengaruh positif variabel bebas yakni fasilitas, harga dan kualitas layanan dianggap konstan, maka kepuasan konsumen sebesar 0,355 satuan.
2. Koefisien regresi untuk fasilitas (β_1) sebesar 0,439 dengan sig. 0,000 artinya bahwa setiap peningkatan fasilitas sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,439 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
3. Koefisien regresi untuk harga (β_2) sebesar 0,492 dengan sig. 0,000 artinya bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,492 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

Korelasi Antar Dimensi. Korelasi antar dimensi digunakan untuk mengetahui serta menganalisis dimensi guna mengetahui dimensi mana yang memiliki pengaruh yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat. Rancangan matriks korelasi dimensi antara variabel yang akan digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat hubungan antar dimensi dari variabel bebas (X) yang terdiri dari SERVQUAL (X_1), dan kualitas jaringan (X_2) dengan dimensi yang dimiliki oleh variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil tabel 4.10. menunjukkan variabel *service quality* (X_1) dengan dimensi empathy ($X_{1.5}$) memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen dalam memilih Telkomsel sebagai pilihan utama (Y_1) dengan nilai korelasi yang paling kuat diantara dimensi lainnya sebesar 0,603. Sedangkan pada variabel *network quality* (X_2) terhadap kepuasan konsumen memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen untuk memilih Telkomsel sebagai pilihan utama (Y_1) dengan nilai korelasi 0,558.

Tabel 5. Korelasi Antar Dimensi

No	Variabel	Dimensi	Y1	Y2	Y3	
			Senang Telkomsel sebagai pilihan utama	Kepuasan dengan kinerja Telkomsel	Pilihan terhadap Telkomsel adalah pilihan yang tepat	
1	Service Quality (X1)	Tangible	X1.1	0,391	0,464	0,435
		Reliability	X1.2	0,422	0,520	0,446
		Responsiveness	X1.3	0,436	0,510	0,504
		Assurance	X1.4	0,551	0,552	0,508
		Empathy	X1.5	0,603	0,594	0,546
2	Network Quality (X2)	X2	0,558	0,511	0,479	

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2018

PENUTUP

Kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh kualitas layanan dan kualitas jaringan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta, maka kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan secara positif terhadap tingkat kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta. Dimensi *Empathy* memiliki pengaruh tertinggi terhadap kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta. Semakin tinggi rasa empati yang diterima oleh konsumen maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan mereka.
2. Kualitas jaringan berpengaruh signifikan secara positif terhadap tingkat kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta, jangkauan sinyal, kejernihan suara, dan layanan internet yang baik menjadi kunci utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta.

Saran

Bagi Perusahaan (Telkomsel). Dimensi *empathy* menjadi dimensi yang memiliki pengaruh terbesar terhadap tingkat kepuasan konsumen Telkomsel di DKI Jakarta, secara lebih rinci, dimensi *empathy* mengatakan bahwa konsumen ingin dilayani lebih ramah, konsumen ingin *Customer Service* Telkomsel lebih memahami kebutuhan mereka, konsumen ingin keluhan mereka menjadi perhatian dari pihak Telkomsel. Sehingga diharapkan para petugas *Customer Service* Telkomsel di DKI Jakarta bisa diberikan pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan untuk menumbuhkan rasa empati terhadap pelanggan mereka.

Pada variabel kualitas jaringan terkait erat dengan kepuasan konsumen dengan kinerja Telkomsel. Telkomsel harus menjaga kualitas jaringan, internet dan kejernihan suara sampai ke ujung pelosok nusantara.

Bagi Peneliti Selanjutnya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di area yang berbeda untuk mendapatkan hasil dengan demografi, geografi, dan psikografi yang berbeda.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) didapat nilai 0,590 dimana angka tersebut megandung arti bahwa SERVQUAL dan kualitas jaringan mempengaruhi 59% kepuasan pelanggan Telkomsel di DKI Jakarta, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sehingga dapat dilakukan penelitian dengan variabel atau faktor yang belum ada dalam penelitian ini seperti variabel harga, promosi, dan loyalitas konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Anderson, Eugene W., Fornell, Mazvancheryl. (2004). "Customer Satisfaction and Shareholder Value". *Journal of Marketing*, Vol. 68, No.4, pp. 172-185.
- Author's Guide*. 2012. Smartphone Ternyata Bukan Untuk Menelpon. <http://www.beritasatu.com/iptek/57508-smartphone-ternyata-bukan-untuk-menelepon.html> (Diunduh pada 29 September 2017).
- Author's Guide*. 2015. Alasan wanita lebih banyak bicara dibanding pria . <http://nationalgeographic.grid.id/read/13299276/alasan-wanita-lebih-banyak-bicara-dibanding-pria?page=all> (Diunduh pada 22 Desember 2018).
- Author's Guide*. 2016. *Annual Report* Telkomsel 2017. <https://www.telkomsel.com/en/about-us/investor-relations> (Diunduh pada 23 September 2017).
- Author's Guide*. 2017. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2017. Bps.go.id (Diunduh pada 6 Agustus 2017).
- Baruah, Nath, and Bora. (2015). "Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction in Telecom Sector". *International Journal of Engineering Trends and Technology (IJETT)* - Vol 27. 111-117
- Boone dan Kurtz. 2007. "Pengantar Bisnis Kontemporer". Edisi 11. Salemba Empat. Jakarta.
- Cronin & Taylor, (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension". *Journal of Marketing* Vol. 56, No.3 (Jul., 1992), pp. 55-68.
- Emanuel Kure, Abdul Muslim dan AZ. 2016. Industri TIK Tumbuh Melebihi Ekonomi. <http://www.beritasatu.com/digital-life/392306-industri-tik-tumbuh-melebihi-ekonomi.html> (Diunduh pada 2 Oktober 2017).
- Gerson, Richard F. (2002). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kedua. PPM. Jakarta.
- Gerpott, T.J.1998. *Wettbewerbsstrategien Im Telekommunikationsmarkt*. 3rd ed. Schaffer-Poeschel. Stuttgart.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hashedi, Abkar. (2017). "The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction in Telecom Mobile Companies in Yemen". *American Journal of Economics* 2017, 7(4): 186-193
- Henning-Thurau, T., & Klee, A. (1997). "The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development. *Psychology and Marketing*". 14(8), 737-764.
- Malhotra, Naresh K. (2012). *Basic Marketing Research*. International Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I. H. 1994. *Psychometric Theory 3rd Edition*. McGraw-Hill. New York
- Parasuraman, Zeithaml, Berry. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications For Future Research". *Journal of Marketing* Vol. 49 (Fall 1985), 41-50
- Rahhal. (2015). "The Effects of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction: An Empirical Investigation in Syrian Mobile Telecommunication Services". *International Journal of Business and Management Invention* Vol 4 Issue 5 PP 81-89
- Reichheld, Saser. (1990). "Zero Defections: Quality Comes To Service". *Harvard Business Review*, September – October, pp 105-11
- Rust, Oliver. (1994). "Service Quality Insights and Managerial Implications From The Frontier". *Service Quality New Directions In Theory and Practise*
- Sekaran & Bougie, (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 7th Edition. New York: Wiley.
- Subana. (2000). *Statistik Pendidikan*. Pustaka Setia. Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung

- Suliyanto (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI. Yogyakarta.
- Supranto, J. dan Nandan Limakrisna. 2010. *Perilaku Konsumen*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Tantyo Prasetya. 2017. Kartu Perdana Murah, *Churn Rate* Operator Tinggi. <http://industri.kontan.co.id/news/kartu-perdana-murah-churn-rate-operator-tinggi> (Diunduh pada 3 Oktober 2017).
- Vasita (2005). "Consumer Preferences and Satisfaction Towards Various Mobile Phone Service Providers". *Gurukul Business Review (GBR)*, 7, 1-11.
- Widoyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.