

## Daftar Isi

- 1. PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT POS INDONESIA (PERSERO) KOTA LHOKSEUMAWE**  
*LISA IRYANI, S.Sos., M.A.P.*.....1
  
- 2. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GRAPARI TELKOMSEL KOTA LHOKSEUMAWE**  
*NANDA AMELIANY, S.Pd, M.Si* ..... 13
  
- 3. PENILAIAN KINERJA PELAYANAN BERBASIS SUMBER DAYA MANUSIA Di PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM Tirta Mon Pase Aceh Utara**  
*SUFI, S.Sos., M.A.P.*..... 23
  
- 4. PERAN KONSEP “MAWAH” SEBAGAI EDUKASI PERMODALAN MASYARAKAT ACEH**  
*SYAMSUDDIN, S.PD., M.PD* ..... 41

# **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GRAPARI TELKOMSEL KOTA LHOKSEUMAWE**

**NANDA AMELIANY, S.Pd, M.Si**

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Universitas Malikulsaleh

Email : ameliany.n@yahoo.com

## **ABSTRAK**

*PT. Telkomsel memiliki kantor layanan yang bernama Grapari (Graha Pari Sraya) yang berfungsi untuk memberikan layanan purnajual kepada konsumennya. Grapari merupakan media penghubung langsung antara perusahaan dengan pelanggannya. Ada dua jenis layanan dalam Grapari yaitu walk in centre dan call centre. Walk in centre adalah pusat layanan dimana pelanggan harus datang mengunjungi pusat layanan tersebut untuk mendapatkan layanan purnajual, sedangkan call centre adalah bagian dimana pelanggan cukup menghubungi customer service melalui telepon. Layanan dapat berupa pembayaran tagihan Kartu Halo, kerusakan simcard, dan lain-lain. Selain sebagai kantor pelayanan yang memfokuskan diri untuk melayani pelanggannya.*

## **A. PENDAHULUAN**

Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) sebagai salah satu operator seluler di Indonesia, tetap berusaha meningkatkan kualitas dan coverage agar tetap menjadi pilihan masyarakat Indonesia. Saat ini untuk jumlah pelanggan, baik pasca bayar maupun pra-bayar Telkomsel masih menjadi yang terbesar untuk di Indonesia sebanyak 110 juta pelanggan. Telkomsel juga sudah membangun lebih kurang 51.000 BTS (Base Transceiver Station), dimana 13.415 diantaranya adalah BTS 3G, juga membangun lebih kurang 83 shop Telkomsel dan 373 Gerai Halo 5 Call Center yang ersebar diseluruh Indonesia.

Guna memenangkan persaingan di industri seluler, ada 3 faktor pendukung yang tidak dapat diabaikan, yaitu teknologi,

produk, dan layanan. Disamping itu perusahaan harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang perubahan demand (permintaan) pelanggan, serta dapat meningkatkan kemampuan adaptasi produk untuk mengakomodasi perubahan tersebut. Ditengah persaingan tarif antara operator seluler saat ini, pelanggan semakin banyak pilihan dan semakin mudah untuk berpindah-pindah operator, untuk itu memahami permintaan pelanggan adalah salah satu hal yang sangat penting dan diakui sebagai salah satu kunci untuk mempertahankan daya saing perusahaan tanpa melupakan nilai bisnisnya. Kualitas pelayanan adalah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan akan melahirkan loyalitas terhadap produk yang dikonsumsi. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan pelayanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share (pangsa pasar) suatu produk. Kualitas pelayanan sangat berperan penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama (jangka panjang).

PT. Telkomsel memiliki kantor layanan yang bernama Grapari (Graha Pari Sraya) yang berfungsi untuk memberikan layanan purnajual kepada konsumennya. Grapari merupakan media penghubung langsung antara perusahaan dengan pelanggannya. Ada dua jenis layanan dalam Grapari yaitu *walk in centre* dan *call centre*. *Walk in centre* adalah pusat layanan dimana pelanggan harus datang mengunjungi pusat layanan tersebut untuk mendapatkan layanan purnajual, sedangkan *call centre* adalah bagian dimana pelanggan cukup menghubungi *customer service* melalui telepon. Layanan dapat berupa pembayaran tagihan Kartu Halo, kerusakan simcard, dan lain-lain. Selain sebagai kantor pelayanan yang memfokuskan diri untuk melayani pelanggannya.

Pelayanan yang dilakukan Telkomsel dengan mendirikan Grapari di setiap wilayah. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan tidak lepas dari kelima dimensi kualitas pelayanan. Parasuraman dalam (Lupioyadi dan Hamdani, 2009), kelima dimensi tersebut adalah *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan dan kepastian) *emphaty* (empati), *tangibles* (bukti

fisik). Penerapan kelima dimensi ini diharapkan pelanggan telkomsel selalu mendapatkan pelayanan secara baik, akurat dan konsisten melalui SOP (Standard Operating Procedures) dan diterapkannya standarisasi ISO. Selain itu pelanggan juga mendapatkan respon yang cepat tentang keluhan-keluhan dan jaminan yang pasti untuk penyelesaian permasalahan pelanggan, karena kepentingan pelanggan menjadi faktor yang utama, dan tentu saja dalam prosesnya pelanggan tersebut akan dilayani dengan perhatian dan perilaku yang santun dari setiap petugas, dengan tetap memperhatikan kenyamanan pelanggan selama berada di Grapari Telkomsel.

Telkomsel Lhokseumawe juga telah menerapkan standarisasi Internasional ISO, sebagai konsekuensinya tentu semua dimensi pelayanan yang tertuang pada dokumen ISO menjadi acuan yang harus dijalankan dalam seluruh aktivitas pelayanan dilokasi tersebut. Telkomsel Lhokseumawe setiap tahunnya juga melakukan audit baik dari internal maupun dari eksternal, sehingga dari sini dapat diharapkan selalu mendapatkan perbaikan-perbaikan menuju kualitas yang lebih baik.

Dengan melihat kondisi sekarang yang semakin banyak menjadi pilihan masyarakat untuk memilih produk layanan, tentu saja Telkomsel selalu berusaha untuk menjaga dan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan demi menjaga loyalitas pelanggan agar tidak berganti dengan produk layanan yang lain. Secara konsisten Telkomsel selalu berusaha memonitor dan mengontrol kualitas pelayanan diseluruh Grapari Indonesia melalui konsultan, salah satunya adalah mengukur Customer Loyalty Index (CLI) yang sejak Agustus 2013 menjadi parameter penilaian. Berikut adalah data Loyalty Index (CLI) PT Telkomsel Lhokseumawe.

Tabel Data Customer Loyalty Index PT Telkomsel Lhokseumawe

---

No	Bulan	Jumlah
1	Agustus 2013	89,53%
2	September 2014	88,50%
3	Oktober 2015	91,64%
4	November 2016	92,89%
5	Desember 2017	92,04%

Berdasarkan tabel diatas dapat menjadi gambaran indeks loyalitas pelanggan Telkomsel yang memperoleh pelayanan pada Grapari Telkomsel Lhokseumawe, angka index ini menjadi cerminan kualitas pelayanan di Telkomsel Lhokseumawe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mempengaruhi loyalitas dari pelanggan itu sendiri, serta terlihat dari tabel diatas bahwasanya kenaikan setiap tahunnya sangat sedikit. Hal inilah yang kedepannya menjadi tantangan bagaimana indeks loyalitas tersebut mendekati angka 100% atau paling tdak turun dibawah angka 90%.

PT Telkomsel Lhokseumawe diharapkan dapat mengambil peranan yang nyata dengn selalu berushaa meningkatkan kualitas pelayanan demi menjaga loyaitas pelanggan dan menjadi daya tarik dalam mendapatkan pelanggan yang baru, dan mempertahankan pelanggan yang lama agar dapat memenangi persaingan yang semakin ketat didunia bisnis jaringan selular di Indonesia. Atas dasar fenomena ini penulis tertarik untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Pada PT Telkomsel Lhokseumawe.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2012:312) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan kerja didefinisikan sebagai keadaan yang menyenangkan atau emosi positif yang dihasilkan dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang. Kepuasan kerja dihasilkan dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka menyediakan hal yang dipandang penting. (Luthans, 2006).

### **Loyalitas**

Menurut Oliver (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Sedangkan menurut Morais (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (2016) kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Serta kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh menurut (Zeithaml, 1990).

Adapun dimensi dari kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam (Lopioyadi dan Hamdani, 2009) adalah sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (tangbels), yaitu penampilan para pegawai dan faslitas fisik lainnya, seperti peralatan atau perlengkapan lainnya yang menunjang pelayanan.
2. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar, jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan.

3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu kesadaran atau keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan, serta respek terhadap pelanggan.
4. Jaminan dan kepastian (assurance), yaitu pengetahuan dan kemampuan para petugas untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Perhatian (emphaty), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

### C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

- Hasil Penelitian Hipotesis I dan II  
Tabel Hasil Uji Parsial Hipotesis I dan II



wop36A1.tmpMicrosoft\_Excel\_Worksheet1.xlsx

#### **Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan (Y1)**

Sumber: Hasil Penelitian 2013 (Data Diolah )

Berdasarkan pada Tabel I, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian adalah:

$$\hat{Y} = 5.140 + 3.247 X_1 - 0.580 X_2 + 1.710 - 0.268 + 1.714 + e$$

Senada dengan ini Golgate dan Danaher (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009) juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik. Implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran yang relasional yang dilakukan. Dan sebaliknya implematasi strategy yang dikategorikan terburuk akan menurunkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran relasional yang dilakukan.

Berdasarkan uraian tersebut terlihat bahwa variabel yang mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pembentukan kepuasan

pelanggan Telkomsel pada Grapari Telkomsel Lhokseumawe adalah variabel tangibles (bukti fisik) (X1), responsiveness (daya tanggap) (X3) dan empathy (perhatian) (X5). Karena ketiga variabel tersebut memiliki nilai dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

Namun berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui ada beberapa faktor yang masih belum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Terkomsel pada Grapari Telkomsel Lhokseumawe, yaitu Variabel reliability (kehandalan) dan variabel assurance (jaminan dan kepastian). Hal ini disebabkan karena pelanggan merasakan adanya penurunan kualitas jaringan telkomsel, keluhan yang dialami antara lain panggilan yang terputus, dan suara yang tidak jelas. Seperti yang diketahui data kuesioner ini disebar pada bulan Agustus 2018. Adapun penyebab hal ini terkait dengan beberapa pekerjaan penambahan perangkat telekomunikasi Terkomsel yang dilakukan dalam rangka menyambut Bula Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri. Ditambah di bulan Ramadhan dan menyambut Idul Fitri yang banyak program dari bagian Marketing yang memahankan para pelanggan dengan paket komunikasi dengan harga yang lebih terjangkau bagi masyarakat. Sejalan dengan ini maka pada bulan tersebut terjadi lonjakan volume traffic dari penggunaan layanan telekomunikasi. Hal inilah yang bisa jadi menyebabkan penurunan kualitas jaringan Telkomsel, sehingga berdampak kepada ketidakpuasan pelanggan yang datang mengunjungi Grapari Telkomsel Lhokseumawe. Untuk itu diharapkan Telkomsel dapat lebih meningkatkan kualitas jaringannya agar lebih meningkatkan kualitas jaringannya agar lebih meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Secara persial variabel tangibles (bukti fisik) (X1) berpengaruh lebih dominan dibandingkan variabel yang lain. Artinya, variabel tangibles (bukti fisik) lebih berperan dalam menentukan keluasan pelanggan Telkomsel pada Grapari Telkomsel Lhokseumawe. Dengan demikian diharapkan agar pihak Grapari Telkomsel Lhokseumawe dapat terus terjaga kualitas variabel tangibles (bukti fisik) yang ditunjukkan kepada pelanggan Telkomsel, agar pelanggan telkomsel tetap merasa puas.



- **Hasil Penelitian Hipotesis III dan IV**  
**Table hasil uji persial hipotesis III dan IV**



wop40F3.tmpMicrosoft\_Excel\_Worksheet2.xlsx

### **Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan (Y1)**

Hasil penelitian penunjukkan reliability (kehandalan) secara parsial belum memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan telkomsel hal ini disebabkan customer service telkomsel dianggap belum dapat memenuhi harapan pelanggan yang berkaitan dengan complain pelanggan, solusi yang disampaikan belum dapat menyelesaikan permasalahan pelanggan secara cepat dan tepat. Hal ini disebabkan karena pelanggan merasakan adanya penurunan kualitas jaringan telkomsel, keluhan yang dialami antara lain panggilan yang terputus, dan suara yang tidak ada jells. Seperti diketahui data kuesioner ini disebar pada bulan Agustus 2018. Adapun penyebab hal ini terkait dengan beberapa pekerjaan penambahan perangkat telekomunikasi telkomsel yang dilakukan dalam rangka menyambut bulan ramadhan dan hari raya idul fitri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh terhadap loyalitas dengan pelanggan telkomsel pada Grapari Telkomsel Lhokseumawe memiliki kesediaan dalam menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan inisiatif dalam memberikan solusi kepada pelanggan Grapari Telkomsel Lhokseumawe. Hasil penelitian menunjukkan variabel assurance (jaminan dan kepastian) secara pasrisal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan telkomsel pada Grapari Telkomsel Lhokseumawe. Hal ini dapat disebabkan karena pelanggan telkomsel yang merasa kurang puas terhadap batas waktu penyelesaiannya masalah yang dirasa pelanggan masih terlalu lama. Batas waktu penyelesaian masalah yang disampaikan costumer service tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima pelanggan.

Hasil penilitan menunjukkan variabel empathy (empati) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan telkomsel. Pada dasarnya penanganan secara personal bagi

seorang pelanggan adalah nilai tambah yang akan meningkatkan kualitas suatu pelayanan jasa yang dapat memuaskan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan telkomsel pada Grapari Telkomsel Lhokseumawe, variabel empathy (empati) yang ditunjukkan oleh customer service Grapari Telkomsel Lhokseumawe telah memberi kepuasan kepada pelanggan telkomsel.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kepuasan pelanggan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan telkomsel. Dari hal ini dapat disimpulkan kepuasan pelanggan belum mempengaruhi loyalitas pelanggan telkomsel, namun dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dengan kata lain walaupun tidak puas dengan kualitas pelayanan, pelanggan telkomsel masih loyal, hal ini dapat dipengaruhi variabel yang lain yaitu kualitas produk dan kualitas harga.

#### **D. PENUTUP**

Secara serempak kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel tangibles (bukti fisik), reliability (kehadnalan), responsiveness (daya tanggap) empathy (perhatian) dan kepuasan pelanggan sebesar 0.00498. pengaruh tidak langsung variabel assurance (jaminan dan kepastian) melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.00075. pengaruh tidak langsung variabel empathy (perhatian) melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.0049. Diharapkan kepada pegawai Grapari Telkomsel Lhokseumawe agar tetap menjaga penampilan dan fasilitas fisik agar menambah nilai kepuasan pada pelanggan. Dan diharapkan kepada Grapari Telkomsel Lokseumawe agar tetap menjaga nilai kualitas pelayanan kepada pelanggan guna menjaga kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan kepada Grapari Telkomsel Lhokseumawe. Dengan demikian semakin baik kualitas pelayanan maka akan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahaad, Nur. 2007. Analisis Simultan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Dan Minat Beli pada Grapari Telkomsel. *Jurnal Daya Saing*, 8(2): 52-66.
- Afrizal, Fendi, 2004. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Medan, *Tesis Ilmu Manajemen*, Sekolah Pasasarjana, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Arikunto, Suhaisimi. 2007. *Manajemen Penelitian*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Azwar, Saifudin. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2002. *Statistik Non-Parametrik*. Badan Perbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasan, Ali, 2009. *Marketing*, Media Pressindo, Jakarta.

•