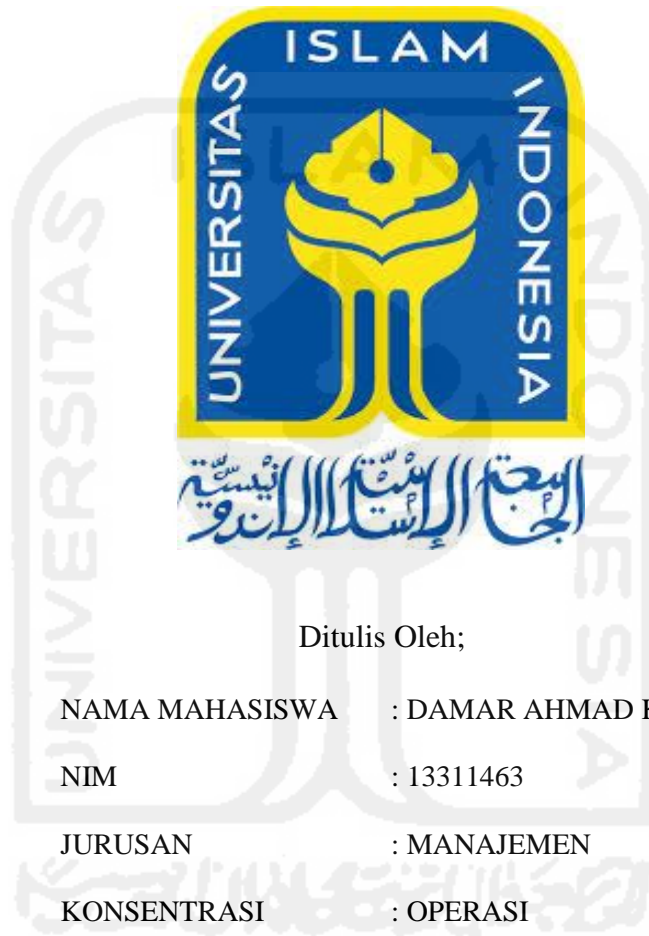


**PENGARUH KINERJA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS PELANGGAN PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK.**

**CABANG YOGYAKARTA**

**JURNAL**



Ditulis Oleh;

NAMA MAHASISWA : DAMAR AHMAD KESAWASIDHI

NIM : 13311463

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : OPERASI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

LEMBAR PENGESAHAN

Jurnal

**Pengaruh Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas  
Pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Cabang Yogyakarta**

NAMA MAHASISWA : DAMAR AHMAD KESAWASIDHI

NIM : 13311463

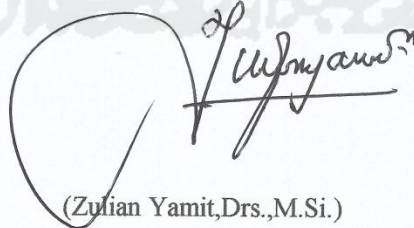
JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : OPERASI

Yogyakarta, Mei 2017

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



(Zulian Yamit, Drs., M.Si.)

## **Pengaruh Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Cabang Yogyakarta**

Damar Ahmad Kesawasidhi  
Fakultas Ekonomi Manajemen  
Universitas Islam Indonesia  
Email: [damarkesawasidhi@gmail.com](mailto:damarkesawasidhi@gmail.com)

### ***ABSTRAK***

Penelitian ini menitik beratkan pada kualitas pelayanan PT Telkom Cabang Yogyakarta kepada para pelanggannya mengingat peranan kualitas pelayanan yang diberikan sangat penting dan berhubungan erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk mengetahui kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka PT Telkom Cabang Yogyakarta harus mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan selama ini dijadikan prioritas utama untuk dilaksanakan sesuai dengan harapan pelanggan.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Cabang Yogyakarta, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Telkom Cabang Yogyakarta, (3) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT Telkom Cabang Yogyakarta.

Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah 100 responden, dengan menyebar 100 kuesioner secara acak. Data yang dikumpulkan dan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Hasil penelitian ini adalah (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom cabang Yogyakarta, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkom cabang Yogyakarta, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkom cabang Yogyakarta, dan (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT Telkom Cabang Yogyakarta.

**Kata Kunci :** Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan.

This research focus to find out quality of service of PT Telkom Yogyakarta branch to its customer. Service quality holds important role, especially on customer satisfaction and loyalty. Therefore, PT Telkom Yogyakarta branch should put service quality as main priority to reach customer expectation.

There are four aims of this research; first, to find out quality of service PT Telkom Yogyakarta branch to its customer. Second, to find out impact between quality of service and customer loyalty. Third, to find out impact between customer satisfaction and customer loyalty. Fourth, to find out impact between quality of service and customer loyalty through customer satisfaction.

This research had surveyed 100 respondents randomly to collect the data. The data then being processed and analyzed using SPSS version 20. The results are: first,

there are positive and significant implication between quality of service and customer satisfaction of PT Telkom Yogyakarta branch. Second, there are positive and significant implication between quality of service and customer loyalty of PT Telkom Yogyakarta branch. Third, there are positive and significant implication between customer satisfaction and customer loyalty. Fourth, there are positive and significant implication between quality of service of PT Telkom Yogyakarta Branch and its customer loyalty.

**Key words** : quality of service, customer satisfaction, customer loyalty.

## **Latar Belakang Masalah**

Dimasa globalisasi seperti sekarang ini atau masa lebih kita kenal dengan perdagangan bebas, suatu perusahaan baik perusahaan yang bergerak di dalam bisnis jasa maupun di dalam bisnis manufaktur haruslah siap dan tanggap dalam menghadapi suatu persaingan yang ketat dan juga sengit di dalam berbisnis dengan para kompetitornya. Oleh sebab itu perlunya perhatian khusus dan strategi dalam memuaskan pelanggan sangatlah penting agar kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat tercapai dengan sebaik mungkin dari para pesaing atau para kompetitor bisnis yang juga khususnya sama-sama merebutkan pasar dan menarik hati konsumennya.

Kepuasan konsumen menurut Kotler (1997) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Harapan pelanggan diyakini mempunyai peran yang besar dalam menentukan suatu kepuasan. Menurut Zeithaml (1993), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam memilih kinerja produk tersebut.

Oleh karena itu perusahaan haruslah proaktif dan juga peka dalam membaca situasi keinginan atau kebutuhan dari pelanggan yang sangatlah beragam dan cepat berubah dimasa globalisasi seperti sekarang ini. Salah satu faktor dalam memenangkan persaingan dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang memakai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Menurut Buttle (2007), naiknya tingkat kepuasan akan meningkat pula kecenderungan konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Untuk itulah perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggannya mau kembali untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Jika konsumen telah merasa terpuaskan, maka akan terciptalah sebuah hubungan kerjasama yang baik antara konsumen dengan pihak perusahaan. Dengan demikian akan sangat menguntungkan bagi perusahaan tersebut. Menurut Kotler *et al* (2002) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan. Tetapi

apabila konsumen tersebut merasa tidak terpuaskan oleh pelayanan yang diberikan atau produk yang dikonsumsi maka yang terjadi adalah konsumen akan meninggalkan dan berpindah pada produk lain yang itu akan sangat menguntungkan bagi perusahaan lain. Sehingga perusahaan haruslah mempertimbangkan akan salah satu faktor tersebut agar tidak menyesal dikemudian waktu.

Seiring dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat yang semakin modern maka kebutuhan primer tidak lagi terdiri dari tempat tinggal, pakaian, dan makanan, melainkan juga kebutuhan pokok jasa yang akan membantu untuk menghemat waktu dan memberikan informasi secara cepat dan mudah. Salah satu bentuk bisnis kebutuhan pokok jasa adalah sarana di bidang komunikasi, maka dari itu perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi sangat dituntut untuk memberikan pelayanan kepada pelanggannya dengan sebaik mungkin, dan disini saya akan mengambil contoh perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi adalah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT. Telkom).

PT. Telkom sendiri merupakan penyedia pelayanan telekomunikasi yang pertama dan terbesar di Indonesia. Untuk itu PT. Telkom akan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada para pelanggannya. Salah satu produk Telkom yang telah lama di kenal masyarakat adalah produk telpon tetap atau PSTN (*Public Switched Telephone Network*). Produk ini terus meningkatkan pertumbuhan sampai tahun 2005, namun seiring dengan perkembangan dan dibebaskannya sistem monopoli maka pada tahun 1999 dengan ditetapkannya undang-undang Nomer 36 Tahun 1999 tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan Telekomunikasi oleh pemerintah maka muncul banyak persaingan. Untuk tetap mempertahankan pelanggan dan mendapatkan disektor PSTN maka Telkom berupaya meningkatkan pelayanannya beserta pemberian promosi-promosi tertentu.

Salah satu promosi yang diterbitkan pada triwulan terakhir tahun 2012 adalah promosi speedy instan yang berupa harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga reguler. Produk ini sifatnya menumpang dengan pada produk induknya yaitu PSTN. Disamping berfungsi meningkatkan pelayanan kepada pelanggan PSTN dalam hal kontrol kualitas jaringan, juga memberi manfaat kepada pelanggan untuk bisa dijadikan sebagai salah satu pilihan pelayanan dalam mengakses internet. Selain itu calon pelanggan speedy diberikan beberapa kemudahan antara lain dipasangkan secara gratis kepada pelanggan PSTN dan diberikan akses gratis selama satu bulan agar pelanggan dapat mengenali produk ini secara dekat. Dengan demikian perpaduan antara kualitas pelayanan dan promosi tersebut diharapkan pelanggan akan merasa puas sehingga selalu loyal kepada PT. Telkom Tbk. Dalam urusan dunia bisnis tentunya kepuasan pelanggan tidak dapat dipisahkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services* ("TIMES") di kawasan regional. Adalah visi yang di usung PT. Telkom yang sampai sekarang masih menjadi komitmennya dalam menghadapi persaingan. Meskipun di dalam perjalanannya selalu menemui kompetitor baru yang memiliki keunggulan masing-masing, tetapi PT. Telkom terus berinovasi dengan meluncurkan berbagai produk jasa. Lalu PT. Telkom juga memiliki suatu misi menyediakan pelayanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif dan menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia. Misi tersebut memiliki makna bahwa PT. Telkom berusaha untuk mengelola bisnisnya dengan

melaksanakan program-program terbaik, mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif serta membangun kemitraan yang menguntungkan kedua belah pihak sekaligus saling mendukung secara sinergis, memberikan pelayanan dengan menyediakan kualitas terbaik dan harga yang bersaing.

Jika perusahaan sudah mengenal dan mengerti keinginan dari pelanggan, maka perusahaan dapat dengan mudah untuk memahami kemauan atau harapan dari pelanggan di masa yang akan datang. Dari sinilah perusahaan dapat menilai kinerja yang dimiliki, bila kinerja tersebut sudah baik dan dapat memuaskan pelanggan maka perusahaan harus meningkatkannya. Jika kinerja belum baik maka perusahaan wajib memperbaikinya agar pelanggan terpenuhi kepuasannya. Karena faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu pelayanan yang baik yang diberikan kepada konsumen dengan tingkat kepuasan yang baik dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan PT. Telkom Indonesia Tbk.

Berdasarkan dengan uraian di atas, maka penulis akan menganalisis pengaruh kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan yang diberikan oleh PT. Telkom cabang Yogyakarta kepada konsumen yang ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, dengan harapan pelanggan terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom cabang Yogyakarta dan berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik mengangkat judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Cabang Yogyakarta”.

## **Kajian Pustaka**

Hasil penelitian terdahulu yang relevan dalam menunjang penelitian ini adalah:

Seguro (2008) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan suatu penelitian pada penyedia jasa telepon seluler di Jawa Barat obyek penelitian adalah PT. Indosat, grup head regional Jawa Barat populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa dari delapan perguruan tinggi terbesar di kota Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 370 responden dalam pengambilan sampel menggunakan pengukuran skala likert dengan rentang 1-6 metode analisis yang menggunakan *structural equation modeling (sem)* dengan memakai *software lisrel 8.54* dan diuji dengan uji-t hasil penelitian menunjukkan persepsi kualitas pelayanan didukung data berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruhnya bersifat positif dan kepuasan pelanggan didukung data berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruhnya bersifat positif.

Sugianto (2013) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pelayanan PT. Telkom Speedy di Kecamatan Pontianak Selatan obyek penelitian adalah PT. Telkom Speedy di Kecamatan Pontianak Selatan populasi penelitian adalah 171 pengguna pelayanan speedy yang masih aktif jumlah sampel diambil sebanyak 120 konsumen pengguna metode pengambilan sampel diambil secara acak sebanyak 120 konsumen pengguna layanan speedy metode pengambilan sampel menggunakan kuesioner metode analisis yang digunakan dengan teknik analisis korelasi sederhana dan regresi linier sederhana yang korelasinya produk momen perhitungan menggunakan program spss versi 17.0 hasil penelitian ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan speedy dengan kepuasan pelanggan yang berada di kecamatan pontianak selatan dan tingkat presentase yang dipengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

speedy pada plaza telkom kecamatan pontianak sebesar 45,4% sisanya 54,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Zain (2013) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Speedy Instan obyek penelitian pelanggan speedy instan di PT. Telkom kota Jember yang terdiri dari kecamatan kaliwates, kecamatan sumber sari, kecamatan patrang, kecamatan pakusari, dan kecamatan sukorambi penelitian mengambil sampel sebanyak 140 sampel metode pengambilan sampel diambil secara acak metode pengambilan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah structural equation modeling (sem) dengan program amos 20.0.0 hasil penelitian variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan variabel keputusan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hadiati, Ruci (1999) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Telkomsel Malang Area obyek penelitian pelanggan pelanggan malang area populasi penelitian ini bersifat infinite dengan jumlah sampel sebanyak 113 orang yang merupakan 10% dari populasi pelanggan telkomsel malang area metode pengambilan sampel menggunakan simple random sampling metode analisis yang digunakan diagram cartesius yang dapat mengetahui tingkat kepentingan pelayan menurut konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan hasil penelitian menunjukkan perilaku pelayanan pelanggan (komponen pertama) tanggapan atas keluhan pelanggan (komponen kedua) dan fasilitas tambahan (komponen ketiga) terletak pada kuadran 1 berarti mereka puas dan dipandang penting bagi pelanggan jasa pembayaran (komponen kelima) terletak pada kuadran 3 berarti kurang memuaskan dan dipandang penting bagi pelanggan idealnya ketetapan waktu pelanggan perlu dipindah ke kuadran 1 sehingga mampu memuaskan pelanggan.

Nugroho (2014) penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta obyek penelitian pelanggan Speedy Telkom dikota Surakarta dalam penelitian ini populasi peneliti terdiri berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, lamanya penggunaan speedy dengan jumlah sampel sebanyak 197 responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan simple random sampling metode analisis yang digunakan menggunakan spss versi 21 untuk menentukan taraf signifikan atau linieritas dari regresi kriterianya ditentukan dengan menggunakan uji f atau uji nilai signifikansi (sig) hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan jadi apabila speedy melakukan peningkatan kualitas pelayanan maka otomatis kepuasan dan loyalitas pelanggan akan meningkat pula.

## **Metode Penelitian**

### **Obyek Penelitian**

Obyek penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Cabang Yogyakarta.

## Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Telkom Indonesia cabang Yogyakarta dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dan metode yang digunakan berupa *convenience sampling*.

Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa PT Telkom cabang Yogyakarta, diperoleh jumlah sampel sebanyak 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden dan hal ini dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti.

## Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data di peroleh dari penggabungan antara data primer dan data sekunder. Data primer berisikan tentang informasi yang didapatkan dari tangan pertama oleh peneliti yang berhubungan dengan variabel yang bersangkutan yang kemudian diamati dan diambil kesimpulan, data yang diambil adalah persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas.

Sedangkan data sekunder sendiri berisikan tentang informasi yang dikumpulkan seseorang sebagai data pendukung dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan dari obyek penelitian yaitu pengguna atau konsumen dari PT. Telkom Speedy cabang Yogyakarta.

Data primer yang didapatkan berupa hasil dari olahan kuesioner yang dibagikan kepada para pelanggan atau konsumen PT. Telkom Speedy cabang Yogyakarta. Sedangkan data sekundernya didapatkan dari penelitian terdahulu, pustaka, teori-teori yang berguna sebagai data pendukung dalam penelitian.

## Metode Pengumpulan Data

### Kuisisioner

Penulis dalam mengumpulkan data dengan cara menyebarkan angket dan meminta responden untuk mengisi angket tersebut yang di dalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang harus diisikan dengan lengkap dan jujur. Jika ada pertanyaan yang terlewatkan atau belum terjawab maka penulis mengembalikan angket tersebut kepada responden untuk mengisi pertanyaan yang belum terjawab.

Adapun faktor kualitas seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari lima poin jawaban yaitu: Sangat setuju (SS), diberi nilai 5; Setuju (S) diberi nilai 4; Cukup setuju (KS); diberi nilai 3; Tidak setuju (TS) diberi nilai 2; Sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1

Selain dengan angket atau data primer dalam mengumpulkan data juga menggunakan studi pustaka sebagai data sekunder untuk memperkuat hasil penelitian dimana sumbernya berasal dari buku, jurnal, dan sumber bacaan lainnya yang menyangkut dengan penelitian.



## Hasil Penelitian

### Analisis Deskripsi Jawaban Responden

#### Variabel Kualitas Pelayanan

Dari hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel kualitas pelayanan pada tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Pelayanan**

Variabel	Pertanyaan	Mean	Kriteria
Kualitas	PT. Telkom Cabang Yogyakarta memiliki lokasi yang strategis	4,18	Tinggi
	Gedung PT. Telkom Cabang Yogyakarta bersih dan rapi	4,13	Tinggi
	Penampilan karyawan PT. Telkom Cabang Yogyakarta menarik	4,07	Tinggi
	Peralatan yang digunakan mendukung pelayanan	4,15	Tinggi
	Sarana parkir luas dan memadai	3,86	Tinggi
	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan	3,78	Tinggi
	Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	4,08	Tinggi
	PT. Telkom cabang yogyakarta tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	3,57	Tinggi
	Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan	3,81	Tinggi
	Karyawan selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan yang dialami pelanggan	4,05	Tinggi
	Karyawan dapat mengatakan dengan pasti kapan pelayanan yang dibutuhkan dapat terlaksana	3,71	Tinggi
	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat dan tepat	3,65	Tinggi
	Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan baik	3,75	Tinggi
	Karyawan terampil dalam menangani pelanggan	3,96	Tinggi
	Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan pada setiap pelanggan	4,23	Sangat Tinggi
	Karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami	4,11	Tinggi
	Karyawan memberi jaminan profesionalisme dalam melayani	3,98	Tinggi
	Karyawan dapat menciptakan suasana komunikasi yang baik dan nyaman kepada pelanggan	4,13	Tinggi
	Karyawan memberikan perhatian baik secara personal atau individu	3,93	Tinggi
	Karyawan dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan dari pelanggan	4,01	Tinggi

	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	4,02	Tinggi
	Jam pelayanan PT. Telkom cabang yogyakarta sesuai dengan kebutuhan pelanggan	3,84	Tinggi
	<b>Total Rata-Rata Penilaian</b>	3,95	Tinggi

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Secara keseluruhan rata-rata penilaian variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini dikategorikan tinggi dengan rata-rata nilai sebesar 3.95. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom cabang Yogyakarta dapat dikategorikan tinggi.

#### Variabel Kepuasan Pelanggan

Dari hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel kepuasan pelanggan pada tabel 4.9 berikut ini :

**Tabel 4.9**  
**Deskriptif Variabel Penelitian Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Pertanyaan	Mean	Kriteria
Kepuasan	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	3,81	Tinggi
	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan atas jasa yang diberikan	3,92	Tinggi
	Merasa senang dengan pelayanan yang diberikan	3,93	Tinggi
	Fasilitas dan kenyamanan yang diberikan sesuai dengan harapan	3,9	Tinggi
	PT. Telkom cabang yogyakarta memiliki kinerja yang tinggi	3,91	Tinggi
	<b>Total Rata-Rata Penilaian</b>	3,89	Tinggi

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Secara keseluruhan rata-rata penilaian variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dikategorikan tinggi dengan rata-rata nilai sebesar 3.89. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. Telkom cabang Yogyakarta dapat dikategorikan tinggi.

#### Variabel Loyalitas Pelanggan

Dari hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel loyalitas pelanggan pada tabel 4.10 berikut ini :

**Tabel 4.10**  
**Deskriptif Variabel Penelitian Loyalitas Pelanggan**

Variabel	Pertanyaan	Mean	Kriteria
Loyalitas	Apabila saya ingin menggunakan jasa telekomunikasi maka saya akan menggunakan jasa telekomunikasi pada PT. Telkom cabang Yogyakarta	3,99	Tinggi

	Saya berkeinginan untuk tetap menjadi pelanggan PT. Telkom cabang yogyakarta	3,91	Tinggi
	Saya tidak terpengaruh oleh biaya yang lebih rendah yang ditawarkan oleh perusahaan selain PT. Telkom cabang yogyakarta	3,69	Tinggi
	Saya tidak terpengaruh oleh bujukan dari kantor lain untuk berpindah menggunakan jasanya	3,7	Tinggi
	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa Telekomunikasi PT. Telkom cabang yogyakarta	3,87	Tinggi
	<b>Total Rata-Rata Penilaian</b>	3,83	Tinggi

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Secara keseluruhan rata-rata penilaian variabel loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dikategorikan tinggi dengan rata-rata nilai sebesar 3.83. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. Telkom cabang Yogyakarta dapat dikategorikan tinggi.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* dapat dilihat dalam tabel 4.11 berikut ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test***

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Residual	0,909	0,05	Normalitas

Sumber: Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas = 0,909 > 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinieritas

Untuk melihat hasil analisis ini dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,300	3,338	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepuasan Pelanggan	0,300	3,338	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

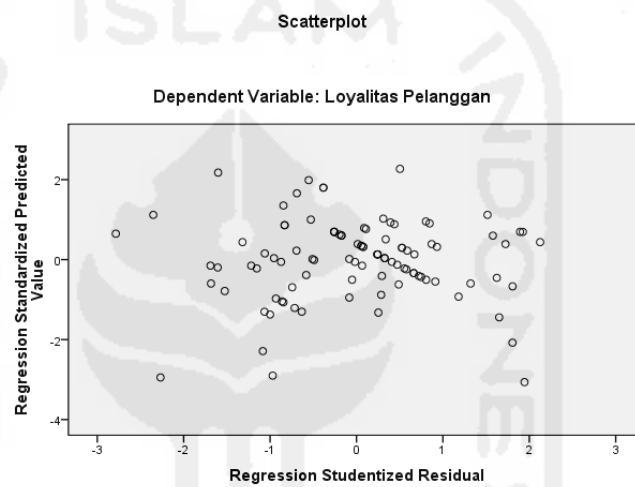
Dari Tabel Hasil uji multikolinieritas menggunakan SPSS 20 di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

adalah sebesar 0,300 lebih besar dari 0,10 dan VIF adalah sebesar 3,338 artinya lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi ini tidak terjadi masalah multikolinearitas artinya tidak ada korelasi diantara variabel-variabel sehingga model regresi dapat digunakan dalam penelitian ini.

#### Uji Heterokedasitas

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk melihat hasil analisis ini dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:

**Gambar 4. 1**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Dari Gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa data residual pada model regresi menyebar baik diatas maupun dibawah titik 0 dan data residual tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat simpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

## Uji Regresi Berganda

Regeresi berganda model satu

Hasil uji linier berganda model satu yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan terlihat pada tabel 4.13 berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis regresi pengaruh X terhadap Y1**

Variabel Bebas	Standardized Coefficient Beta	T	Sign
Constanta		-3.254	.002
Kualitas Pelayanan	.837	15.138	.000
Variabel Terikat = Kepuasan Pelanggan			
R = .837			
R Square (R <sup>2</sup> ) = .700			
Sig F = .00			
S <sub>e</sub> = 1.633			

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Dari tabel 4.13 di atas, dapat diperoleh model persamaan pertama sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 0.837 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$$

Hasil uji f pada tabel diperoleh sig F (probabilitas) sebesar 0,00 ( $p < 0,05$ ), dengan demikian  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t diperoleh sig sebesar 0,00  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil uji t dan uji f menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpeengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis pertama terbukti. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau *Adjusted R<sup>2</sup>*.

Pada tabel menunjukkan  $R^2 = 0.700$  berarti 70.0 % variasi kepuasan pelanggan bisa dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Untuk *standar error estimate (S<sub>e</sub>)*, apabila semakin kecil nilainya maka akan membuat regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

Regeresi berganda model dua

Hasil uji linier berganda model dua yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas terlihat pada tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis regresi pengaruh X terhadap Y2**

Variabel Bebas	Standardized Coefficient Beta	t	Sign
Constanta		-.578	.656
Kualitas Pelayanan	.659	8.682	.000
Variabel Terikat = Loyalitas Pelanggan R = .659 R Square (R <sup>2</sup> ) = .435 Sig F = .00 S <sub>e</sub> = 2.355			

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Dari tabel di atas, dapat diperoleh model persamaan kedua sebagai berikut:

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 0.659 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$$

Hasil uji f pada tabel diperoleh sig F (probabilitas) sebesar 0,00 ( $p < 0,05$ ), dengan demikian Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t diperoleh sig sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil uji t dan uji f menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan demikian hipotesis kedua terbukti. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau *Adjusted R<sup>2</sup>*.

Pada tabel menunjukkan  $R^2 = 0.435$  berarti 43.5 % variasi loyalitas pelanggan bisa dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Untuk *standar error estimate (S<sub>e</sub>)*, apabila semakin kecil nilainya maka akan membuat regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

Regeresi berganda model ketiga

Hasil uji linier berganda model ketiga yaitu pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan terlihat pada tabel 4.15 berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Analisis Regresi Pengaruh Y1 terhadap Y2**

Variabel Bebas	Standardized Coefficient Beta	T	Sign
Constanta		4.188	.000
Kepuasan Pelanggan	.593	7.295	.000
Variabel Terikat = Loyalitas Pelanggan R = .593 R Square (R <sup>2</sup> ) = .352 Sig F = .00 S <sub>e</sub> = 2.521			

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Dari tabel di atas, dapat diperoleh model persamaan pertama sebagai berikut:

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 0,593 \text{ kepuasan pelanggan} + e$$

Hasil uji f pada tabel diperoleh sig F (probabilitas) sebesar 0,00 ( $p < 0,05$ ), dengan demikian Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t diperoleh sig sebesar 0,00  $< 0,05$ , maka Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan pelanggan maka loyalitas akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil uji t dan uji f menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis ketiga terbukti. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau *Adjusted R<sup>2</sup>*.

Pada tabel menunjukkan  $R^2 = 0.352$  berarti 35.2 % variasi loyalitas pelanggan bisa dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan. Untuk *standar error estimate (S<sub>e</sub>)*, apabila semakin kecil nilainya maka akan membuat regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

## Uji Regresi Linier Berganda dengan Analisis Jalur

Analisis jalur dilakukan dengan metode regresi berganda melalui program SPSS versi 20 *for windows* untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang di tunjukan dengan nilai R dan R<sup>2</sup> dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil analisis R dan R<sup>2</sup>**

Variable Bebas	Variable Terikat	R	R <sup>2</sup>
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	0,837	0,700
Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan	0,659	0,435
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0,593	0,352

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan model-model pengaruh di atas dapat disusun model lintasan pengaruh yang disebut analisis path. Pengaruh error pada persamaan pertama dan kedua adalah sebagai berikut:

$$Pe_1 = \sqrt{1 - R^2} \qquad Rm^2 = 1 - Pe_1^2 Pe_2^2 Pe_3^2$$

$$Pe_1 = \sqrt{(1 - 0,700)} = 0,548 \qquad = 1 - (0,548)^2 (0,752)^2 (0,805)^2$$

$$Pe_2 = \sqrt{(1 - 0,435)} = 0,752 \qquad = 0,890$$

$$Pe_3 = \sqrt{(1 - 0,352)} = 0,805$$

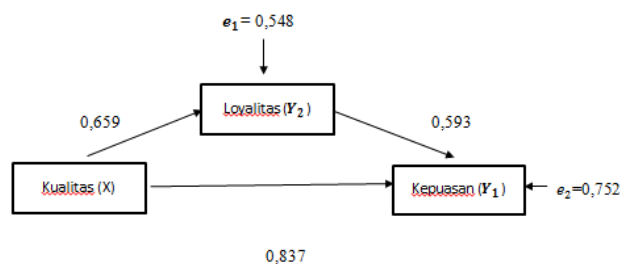
Pemeriksaan validitas model melalui koefisien determinasi total (Rm<sup>2</sup>) menunjukkan nilai sebesar 89%. Jadi, total keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model adalah sebesar 89%.

Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y2) melalui kepuasan pelanggan (Y1)

Dari hasil perhitungan regresi di atas dapat dihitung pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y2) melalui kepuasan pelanggan (Y1).

Untuk nilai koefisien jalurnya dapat dilihat pada gambar 4.2 di bawah ini :

**Gambar 4.2**  
**Model Lintasan Pengaruh**





Berdasarkan gambar 4.2 di atas, untuk mencari pengaruh tidak langsung adalah sebagai berikut:

$$PTL (X-Y2) = P_1 \times P_2$$

Keterangan:

PTL (X-Y2) = pengaruh tidak langsung variabel X terhadap variabel Y2

$P_1$  = pengaruh langsung variabel X terhadap Y1

$P_3$  = pengaruh Y1 terhadap Y2

$$\begin{aligned} PTL (X-Y2) &= 0,837 \times 0,593 \\ &= 0,496 \end{aligned}$$

Berdasarkan analisis data di atas, dapat diringkas pada tabel 4.17 di bawah ini:

**Tabel 4.17**  
**Pengaruh Langsung Dan Pengaruh Tidak Langsung**

Variabel	Pengaruh langsung	Sign	Variabel	Pengaruh tidak langsung	Sign
X terhadap Y1	0,837	Sign	X terhadap Y2	0,496	Sign
X terhadap Y2	0,659	Sign			
Y1 terhadap Y2	0,593	Sign			

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

### Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Pertama

Adapun hasil analisis regresi berdasarkan uji t dapat dilihat dalam tabel 4.18 sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji t: Pengaruh X Terhadap Y1**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,364	1,649		-3,254	,002
Kualitas Pelayanan	,285	,019	,837	15,138	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan angka signifikan t pada tabel di atas, terlihat pengaruh parsial, kualitas pelayanan mempunyai nilai t-hitung = 15.138 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara langsung. Hal ini karena H0 ditolak.

Dari penjelasan di atas, maka hipotesis pertama dari penelitian ini dapat diterima dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

#### Menguji Hipotesis Kedua

Adapun hasil analisis regresi berdasarkan uji t dapat dilihat dalam tabel 4.19 sebagai berikut :

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji t: Pengaruh X terhadap Y2**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,373	2,377		-,578	,565
Kualitas Pelayanan	,236	,027	,659	8,682	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan angka signifikan t pada tabel di atas, terlihat pengaruh parsial, kualitas pelayanan mempunyai nilai t-hitung = 8,682 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung. Hal ini karena H0 ditolak.

Dari penjelasan di atas, maka hipotesis kedua dari penelitian ini dapat diterima dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

#### Menguji Hipotesis Ketiga

Adapun hasil analisis regresi berdasarkan uji t dapat dilihat dalam tabel 4.20 sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji t: Pengaruh Y1 terhadap Y2**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,038	1,681		4,188	,000
Kepuasan Pelanggan	,623	,085	,593	7,295	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan angka signifikan t pada tabel di atas, terlihat pengaruh parsial, kepuasan pelanggan mempunyai nilai t-hitung = 7.295 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung. Hal ini karena H0 ditolak.

Dari penjelasan di atas, maka hipotesis ketiga dari penelitian ini dapat diterima dengan asumsi bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

#### Menguji Hipotesis Keempat

Berdasarkan analisis jalur yang signifikan dapat diketahui pengaruh secara tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel Y2 melalui variabel Y1 sebagai berikut:

Pengaruh tidak langsung variabel X terhadap Y2 diperoleh dengan cara mengalikan koefisien path pengaruh langsung variabel X terhadap Y1 (P1) dengan koefisien path pengaruh variabel Y1 dengan Y2 (P3) yaitu  $0,837 \times 0,593 = 0,496$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara tidak langsung variabel X terhadap Y2 melalui Y1 sebesar 0,496.

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian  $(P1 \times P3) = 0,496$  signifikan atau tidak, diuji dengan sobel tes sebagai berikut:

Hitung standar error dari koefisien indirect effect ( $Sp_{1,p3}$ ):

$$Sp_{1,p3} =$$

$$= \sqrt{p3^2 Sp_{2^2} + p1^2 Sp_{3^2} + Sp_{2^2} Sp_{3^2}}$$

$$= \sqrt{(0,593)^2 (0,019)^2 + (0,837)^2 (0,085)^2 + (0,019)^2 (0,085)^2}$$

$$= \sqrt{(0,351649)(0,000361) + (0,700569)(0,007225) + (0,000361)(0,007225)}$$

$$= \sqrt{0,005}$$

$$= 0,071$$

Dari hasil  $Sp_{1P3}$  diatas, dapat dihitung nilai t-statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{P_{123}}{Sp_{123}} = \frac{0,496}{0,071} = 6,98$$

Berdasarkan rumus di atas, maka hasil uji pengaruh variabel intervening dapat dilihat dalam tabel 4.21 sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Pengaruh Variabel Intervening**

Variabel	Pengaruh tidak langsung	$S_{indirect\ effect}$	T	Keterangan
X	0,496	0,077	6,98	Sign

Sumber data : Data primer diolah tahun 2017

Hasil pengujian hipotesis keempat penelitian ini yaitu pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa  $t$ -hitung (6,98) lebih besar dari  $t$ -tabel (1,96), maka dapat disimpulkan bahwa koefisien intervening sebesar 0,496 berarti ada pengaruh kepuasan pelanggan dalam hubungannya kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dari penjelasan di atas, maka hipotesis keempat dari penelitian ini diterima dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

## **Pembahasan**

Berdasarkan analisis deskripsi data hasil penelitian menunjukkan tidak ada rerata dalam kategori rendah pada semua item pernyataan dalam kuesioner, hal ini menginformasikan bahwa PT Telkom Cabang Yogyakarta memberikan kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil analisis dengan bantuan SPSS, maka dapat disimpulkan dalam pengujian pertama, bahwa tingkat kualitas pelayanan (bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai yang di harapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika kualitas yang diterima lebih baik dan mempengaruhi harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, begitu juga sebaliknya. Hal ini menjelaskan bahwa tingginya kualitas pelayanan akan menyebabkan tingginya kepuasan pelanggan di PT Telkom Cabang Yogyakarta.

Pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga makin meningkatnya kualitas pelayanan PT Telkom Cabang Yogyakarta dipastikan akan menjadikan loyalitas pelanggan mereka juga makin tinggi. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan yang kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang baik maka dapat menimbulkan suatu loyalitas pelanggan, dan berkemungkinan besar menarik konsumen baru. Konsumen yang telah loyal pada suatu produk juga dapat di artikan konsumen tersebut merasa terpuaskan kebutuhan sehingga melakukan pembelian lebih dari sekali.

Pengujian variabel yang lainnya, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga makin tinggi kepuasan pelanggan di PT Telkom Cabang Yogyakarta dipastikan akan menjadikan loyalitas pelanggan juga makin tinggi. Pengujian selanjutnya, kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan berdampak pada semakin tingginya kepuasan pelanggan yang menjadikan loyalitas pelanggan akan meningkat pula.

Dengan demikian, hasil penelitian ini telah sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya adalah penelitian Seguro (2008) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas serta pengaruhnya bersifat

positif dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Zain (2013), Hadiati (1999) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu, analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $15,138 > t$  tabel  $1,96$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $8,682 > t$  tabel  $1,96$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $7,295 > t$  tabel  $1,96$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $6,98 > t$  tabel  $1,96$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan bagi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Cabang Yogyakarta adalah berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan konsumen. Perusahaan harus merespon dengan baik terutama pada kelima dimensi dari kualitas layanan jasa agar tercipta loyalitas konsumen yang baik dan memuaskan. Bagi Akademisi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis maka bagi peneliti lain atau peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan maupun loyalitas konsumen, misalnya dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga membangun penelitian yang lebih baik lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Anonim. Diambil 28 oktober 2016. Dari [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

Anonim. "Arti Pentingnya Kualitas" 15 November 2009.

<https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/15/pentingnya-kualitas/>

Ara, ara. "Definisi Jasa". [https://www.academia.edu/7204727/Pelayanan\\_jasa](https://www.academia.edu/7204727/Pelayanan_jasa)

Buttle, Francis. 2007. Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan). Bayumedia. Jakarta.

Hadiati, Sri & Ruci, Sarwi. 1999. September. Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Malang Area. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. Volume 1, No. 1, P. 56-64.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian, Jilid 2 Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Novemy.2014. Agustus. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta). Jurnal Pradigma. Volume. 12, No. 2, P. 114-122.
- Seguro, Waseso. 2008. Desember. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Seluler Di Jawa Barat. Jurnal Ekonomi Bisnis. Volume 13, No. 3, P. 178-188.
- Sugianto. 2013. Agustus. Pengaruh Pelayanan PT. Telkom Speedy Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Pontianak Selatan.Publik A. Jurnal S1 Ilmu Administrasi Negara. Volume 2, No. 2, P. 1-8.
- Triyandari Nugroho, Novemy.2014. Agustus. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta). Jurnal Pradigma. Volume. 12, No. 2, P. 114-122.

