

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
PENGUNAAN TELKOMSEL  
( STUDY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS U'BUDIYAH  
INDONESIA )**

Ela Murdika  
S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Ubudiyah Indonesia

**ABSTRAK**

Loyalitas pelanggan berperan penting bagi keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Memelihara pelanggan lama lebih menguntungkan dibandingkan terus menerus menarik dan menumbuhkan pelanggan baru, karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam berkompetisi. Telekomunikasi adalah salah satu industri terbesar di Indonesia saat ini. Produk-produk dari perusahaan telekomunikasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat agar bisa melakukan komunikasi dengan orang lain dimana saja dan kapan saja. Telkomsel merupakan perusahaan seluler yang beroperasi pada tahun 1997. Telkomsel sudah melayani 27 provinsi di Indonesia dengan kartu prabayar pertama di Asia simPATI. Pada tahun 2000 Telkomsel sudah dapat melayani *mobile bankin* yang juga menjadi perusahaan seluler pertama. Persaingan yang semakin ketat di industri seluler ini membuat perusahaan membutuhkan loyalitas pelanggan yang kuat untuk tetap bertahan apalagi saat ini banyak pelanggan yang hanya loyal terhadap harga. Untuk mengetahui secara empiris apakah terdapat hubungan antara pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas penggunaan telkomsel pada mahasiswa Universitas U'budiyah Indonesia. Penelitian bersifat *deskriptif kuantitatif* yang dilakukan di Universitas Ubudiyah Indonesia pada bulan Mei-Juli 2018. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna Operator Telkomsel pada Mahasiswa Universitas U'budiyah Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling terdapat 112 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. selanjutnya dilakukan dengan uji *regresi linier berganda*. Dari hasil penelitian terdapat dari hasil uji linear dengan nilai t hitung sebesar  $3,566 > 1,982$  atau nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), dan hasil uji F terdapat nilai F tabel diperoleh sebesar  $12,713 > F$  tabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Ada hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan konsumen penggunaan Telkomsel. Diharapkan dapat mengembangkan penelitian dalam bidang Manajemen, dan dapat memberikan informasi mengenai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

*Kata Kunci* : *Kepuasan Pelanggan, loyalitas pelanggan.*

### ABSTRACT

*Customer loyalty plays an important role for the company's profit in the long run. Maintaining old customers is more profitable than continuing to attract and grow new customers, because of the increasingly high cost of acquiring new customers in competition. Telecommunications is one of the largest industries in Indonesia today. Products from telecommunication companies are very much needed by the public so they can communicate with other people anywhere and anytime. Telkomsel in 1997 has served 27 provinces in Indonesia with the first prepaid card in Asia simPATI. In 2000 Telkomsel was able to serve mobile banking which also became the first cellular company. Tight competition in the cellular industry makes companies need strong customer loyalty to stay afloat, especially when many customers are only loyal to prices. To know empirically, is there a relationship between the effect of customer satisfaction on the use of Telkomsel loyalty to students of U'budiyah Indonesia University. A quantitative descriptive study conducted at Ubudiyah Indonesia University in May-July 2018. The population in this study were Telkomsel Operators Users of U'budiyah Indonesia University Students. Sampling using non-probability sampling method consists of 112 students. Data collection is done by distributing questionnaires. then performed by multiple linear regression test. The results of the study are from the results of a linear test with t count value of  $3.566 > 1.982$  or sig value. smaller than 0.05 ( $0.001 < 0.05$ ), and the results of the F test contained F table value obtained at  $12.713 > F$  table at 3.09 with a significance level of  $0.001 < 0.05$ . There is a relationship between customer satisfaction and consumer customer loyalty using Telkomsel. Expected to develop research in the field of Management, and can provide information about customer satisfaction and customer loyalty.*

*Keywords: Customer Satisfaction, customer loyalty.*

## PENDAHULUAN

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Di era globalisasi pada saat ini semakin banyak terdapat pesaing, maka semakin banyak tantangan yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan. Bagi perusahaan yang tidak mempertahankan nilai pelanggan dan kualitas pelayanan maka akan ditinggalkan oleh pelanggannya.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, perkembangan teknologi semakin meningkat, telepon genggam (*handphone*) yang dulunya dipakai oleh kalangan terbatas, kini telepon genggam digunakan oleh banyak kalangan, dari berbagai macam pekerjaan dan berbagai macam strata sosial. Pengguna telepon genggam mayoritas adalah pemuda dan salah satunya adalah mahasiswa. Keperluan komunikasi sebelum berkembangnya teknologi, orang saling berkirim surat. Kemudian karena kebutuhan akan kecepatan penyampaian pesan terciptalah telepon. Awal mulanya kita mengenal telepon berkabel, kemudian dengan seiring perkembangan teknologi, terciptalah perangkat telepon yang tidak lagi berkabel, dan lebih praktis serta dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Telepon genggam sudah sangat dikenal oleh masyarakat luas, bahkan telepon genggam bukan hal yang asing bagi masyarakat baik dipertanian maupun dipedesaan. Dengan adanya telepon genggam jarak dan waktu bukan sebagai halangan dalam melakukan komunikasi. Bagi yang berada di wilayah yang berbeda atau daerah yang berbeda dapat melakukan kegiatan komunikasi.

Salah satu yang menjadi informasi studi pendahuluan mengatakan ketika jauh dari daerah asalnya, mahasiswa memiliki ketergantungan dengan telepon genggam, baik untuk komunikasi dengan keluarga yang ada dirumah, juga untuk keperluan berhubungan dengan tugas kampus dan dosen. Selain tiga fungsi itu, mahasiswa juga menggunakan telepon genggam untuk mencari tugas, hubungan dengan teman-teman ataupun untuk mengordinasi acara yang mereka buat.

Teknologi komunikasi telepon genggam saat ini tidak hanya menjadi kebutuhan bagi masyarakat, akan tetapi di jadikan peluang bisnis oleh setiap perusahaan seluler di Indonesia. Bisnis operator seluler dari tahun ke tahun terus berkembang dan meningkat dengan pesat. Selain itu didukung pula oleh telepon genggam pintar atau sering disebut *smartphone*, dengan harganya yang murah dapat dijangkau oleh masyarakat dengan begitu bisnis operator seluler makin berkembang di Indonesia.

Dalam telepon genggam ada *sim card* yang harus diisi agar telepon genggam tersebut dapat digunakan.

*Sim card* tersebut dikeluarkan oleh banyak perusahaan seluler lainnya. Perusahaan seluler di Indonesia ada Telkomsel, XL Axiata, Indosat Ooredoo, 3 (*three*) Indonesia dan CDMA (Smartfren, ceria). Banyak pilihan provider yang bisa digunakan mahasiswa untuk telepon genggam mereka. Bahkan pemerintah juga mendorong perusahaan seluler untuk memperluas jaringan ke seluruh Indonesia agar dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat termasuk mahasiswa untuk berkomunikasi dengan jarak jauh. Indonesia memiliki pengguna telepon yang berjumlah 308,2 juta pengguna, dalam hasil survey yang dilakukan oleh We Are sosial Singapura tahun

2015 (We Are Singapore, 2015). Dari jumlah survei tersebut 42% menggunakan telkomsel, 18% menggunakan XL Axiata, 16,7% menggunakan Indosat Ooredoo, 5,4% menggunakan 3 (*Three*) Indosat dan

11% menggunakan CDMA operator atau dengan kata lain 89% kartu GSM dan 11% kartu CDMA. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pengguna Telkomsel memiliki jumlah pelanggan lebih banyak daripada operator yang lain.

Telkomsel merupakan perusahaan yang sudah ada di awal perkembangan dunia seluler sejak tahun 1995 dengan kartu pasca bayar kartu Halo. Telkomsel dan PT Indosat. Telkomsel pada tahun 1997 sudah melayani 27 provinsi di Indonesia dengan kartu pra bayar pertama di Asia simPATI. Pada tahun 2000 Telkomsel sudah dapat melayani *mobile banking* yang juga menjadi perusahaan seluler pertama.

Salah satu yang menjadi informasi studi pendahuluan mengatakan bahwa mereka menggunakan Kartu Telkomsel sejak ketika mereka duduk di SMA. Salah satu informan tidak tergoda untuk berganti ke provider yang lain, sekalipun menawarkan harga tarif yang lebih murah di bandingkan dengan Telkomsel. Dengan demikian meskipun mereka telah menggunakan Telkomsel sejak mereka duduk dibangku SMA, namun mereka masih banyak menemukan kendala atau masalah-masalah yang berhubungan dengan penggunaan produk Telkomsel tersebut, di antaranya, kartu simpati tidak bisa dipaketkan sms dan sekali tarifnya Rp.200,serta bonus nya memiliki syarat dan ketentuan yang hanya sedikit memiliki bonus untuk komunikasi dengan operator lain.

Telkomsel memiliki tarif yang sangat mahal, membuat pulsa cepat habis jika untuk berkomunikasi sms dengan berbeda operator, sekali isi pulsa sehari Rp.5.000. Hanya dapat digunakan sehari dalam sekali penggunaan, dalam satu bulan pengguna menghabiskan Rp.150.000, untuk pembelian pulsa saja.

Selain tidak puas dengan harga yang mahal, mereka juga mengatakan bahwa kadang-kadang sering terjadi kegagalan layanan seperti sms tidak masuk atau tidak terkirim, sinyal kadang hilang sendiri di beberapa tempat dan kadang ketika sedang telepon tiba-tiba terputus tanpa sebab.

Jika ditanyakan secara eksplisit tentang kepuasan mereka terhadap kartu Telkomsel mereka mengatakan tidak puas.

Informan pertama mengatakan bahwa tidak puas dengan Telkomsel, karena tarifnya yang mahal dan sinyal yang didapat masih sering hilang (Wawancara Nanda, 2 februari 2016). Informan ke dua mengatakan tidak puas dengan Telkomsel, karena mahal dan sinyal tiba-tiba yang sering hilang (Wawancara Ete 3 februari). Informan 3 mengatakan bahwa sudah mahal dan sinyal tidak bagus, bagaimana bisa puas (Wawancara Nurul, 4 februari 2016). Kartu yang pernah dipakai ketiga subjek studi pendahuluan pernah memakai kartu lain selain Telkomsel, tetapi mereka menggunakannya hanya pada saat-saat tertentu.

Subjek nurul mengatakan pernah menggunakan kartu XL ketika ia berada diluar daerah, dan daerah tersebut memiliki sinyal yang cukup untuk kartu XL. Berbeda dengan Ete yang tidak pernah menggantikan kartunya walaupun berada diluar daerah, meskipun di daerah tersebut terdapat sinyal yang cukup kuat terhadap kartu lain selain Telkomsel (Wawancara Ete 1 oktober 2015). Dengan demikian dapat dikatakan mahasiswa tetap loyal sekalipun Telkomsel belum memberikan kepuasan dan secara harapan belum tercukupi. Harapan yang dimaksud sekalipun sudah membayar lebih mahal tetapi terkadang masih terdapat kegagalan layanan, seperti sinyal yang tiba-tiba hilang dan di tempat tertentu sinyal tidak bisa masuk. Hal tersebut bertentangan dengan faktor yang domain berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel harapan, di ikuti oleh variabel kepuasan pelanggan, terhadap loyalitas pelanggan. (Pratiwi.2010).

Hal ini juga bertentangan dengan pernyataan Lupiodi dan Hamdani (2006), bahwasanya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengurangi sensitifitas pelanggan terhadap harga, loyalitas

terhadap harga *preresearch* berbeda dengan Tjiptono (2000), bahwa kepuasan pelanggan dapat membuat pelanggan menjadi loyal.

Temuan awal penelitian ini sama dengan penelitian Samuel (2006) mengatakan bahwa kecenderungan orang yang memiliki harapan tinggi akan mengalami loyalitas yang rendah, karena orang dengan harapan yang tinggi akan banyak merasa kecewa apabila harapannya tidak terpenuhi, dan sebaiknya bila seseorang memiliki harapan yang rendah, harapan tersebut lebih banyak dipenuhi oleh barang atau jasa yang dipakainya. Berbeda dengan hasil penelitian Fitrianti, (2011), bahwa loyalitas Terhadap Loyalitas Penggunaan Telkomsel ( Study Pada Mahasiswa Universitas U'budiyah Indonesia)

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Amstrong (2014), Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Hambatan beralih (*switching barrier*) merupakan rintangan yang dirasakan oleh seorang konsumen untuk beralih dari produk suatu provider ke provider lain. Supriyanto dan Ernawaty (2009).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang menggambarkan atau menjelaskan suatu peristiwa dengan menggunakan angka - angka untuk ekspolarasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti (Faisal:2001).

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada Mahasiswa Universitas U'budiyah Indonesia. Ruang lingkup penelitian ini hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan Loyalitas Mahasiswa Terhadap Penggunaan Telkomsel.

### **Pengujian Hipotesis**

#### **Penelitian**

1. Uji Signifikasi Parameter Individual ( Uji T ) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2006). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kepuasan pelanggan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) secara terpisah atau parsial.

Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0 : \beta = 0$ , variabel-variabel bebas (kepuasan pelanggan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan)

## 2. Uji Signifikan simultan ( uji F ) Menurut Sanusi (2014) Uji F

digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$ . Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$   $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$ , maka variabel- variabel bebas (kepuasan pelanggan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama- sama terhadap variabel terikatnya (loyalitas pelanggan).

H1 :  $1 > 0$ , maka variabel- variabel bebas (kepuasan pelanggan) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (loyalitas pelanggan).

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F Tabel Apabila  $F_{tabel} > F_{hitung}$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak, apabila  $F_{tabel} < F_{hitung}$ , maka H0 ditolak dan H1 diterima.
- Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak, apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka H0 ditolak dan H1 diterima. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikan, maka hipotesis dapat diterima bahwa semua variabel bebas (kepuasan pelanggan) layak untuk menjelaskan variabel terikat (loyalitas pelanggan) yang dianalisis

## HASIL PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna Operator Telkomsel pada Mahasiswa Universitas U'budiyah Indonesia.

Item Pertany	Correct ed Item- Total	$r_{tab}$	Keteran gan
Kepuasan (X1)			
X1	0,432	0,107	Valid
X2	0,517	0,107	Valid
X3	0,523	0,107	Valid
X4	0,512	0,107	Valid
X5	0,565	0,107	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)			
Y1	0,347	0,107	Valid
Y2	0,620	0,107	Valid
Y3	0,374	0,107	Valid
Y4	0,419	0,107	Valid



Y5	0,453	0,1 07	Valid
----	-------	-----------	-------

Sumber : Data Primer (Diolah), 2018

Berdasarkan Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan  $r_{tabel}$ , Dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dari hasil output (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan  $r_{tabel}$ , jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari pada  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

### Uji Reabilitas

Setelah menentukan validitas instrumen penelitian, tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas data dan instrumen penelitian. Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Ghazali, 2012:38). Uji ini mengukur ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas yang tinggi jika alat ukur yang digunakan stabil. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam penelitian melalui nilai *alpha cronbach* karena menggunakan jenis data likert/essay. Teknik ini dapat menafsirkan korelasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada (Ghazali, 2012:40). Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,6 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam

pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel (Ghazali, 2012:42)

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Item Pertan	Cronb ach Alpha If	Keteta pan Reliabi	Ketera ngan
Kepuasan (X1)			
X1	0,666	0,600	Reliabel
X2	0,648	0,600	Reliabel
X3	0.647	0,600	Reliabel
X4	0,649	0,600	Reliabel
X5	0.634	0,600	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)			
Y1	0,612	0,600	Reliabel
Y2	0,625	0,600	Reliabel
Y3	0,620	0,600	Reliabel
Y4	0,674	0,600	Reliabel
Y5	0,668	0,600	Reliabel

Sumber : Data Primer (Diolah), 2018

Berdasarkan pada uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dengan kriteria Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka suatu instrumen dikatakan reliabel dan Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka suatu instrumen dikatakan tidak reliable.

**Uji Regesi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, adapun hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Uji Statistik Linear Berganda**

**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta
1			
(Constant)	10.507	1.279	
Kepuasan Pelanggan	.287	.081	
			t sig
		8.216	.000
		3.566	.001

Sumber : Data (Diolah), 2018

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan hubungan yang signifikan. Berikut ini adalah hasil penjelasan mengenai pengaruh antar variabel independen terhadap loyalitas pelanggan penggunaan telkomsel :

a. Terdapat hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan penggunaan

Variabel kepuasan pelanggan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,566 > 1,982$  atau nilai sig. lebih kecil dari 0,05

(0,001 < 0,05), maka dapat

disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kepuasan pelanggan berhubungan dengan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan penggunaan telkomsel.

#### 4.2.5 Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen (X) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghazali, 2012:88). Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 jika nilai

$F_{hitung} > F_{tabel}$  maka secara bersama- sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain

itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 0,05), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima. Berikut hasil dari uji statistik F (simultan)

**Tabel 4.7**

#### Uji Statistik F (Simultan) Anova<sup>b</sup>

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	76.559	1	76.559	12.713	.001 <sup>a</sup>
Residual	662.432	11	6.022		
Total	738.991	11			

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan kepada tabel di atas diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0,104 , Ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel independen yaitu kepuasan pelangan memiliki hubungan terhadap variabel Loyalitas dari 0,05 maka  $H_a$  diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelangan berhubungan terhadap loyalitas pelanggan penggunaan telkomsel.

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Menurut Ghazali (2012:87) untuk menentukan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, maka perlu diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*). Adapun hasil uji determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

**Uji Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.322 <sup>a</sup>	.104	.095	2.45400	1.845

Sumber : Data Primer (Diolah), 2018

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelangan

Sumber : Data Primer (Diolah), 2018

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelangan b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel di atas nilai  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 12,713 >  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ .

Karena tingkat signifikansi lebih kecil Pelanggan sebesar 10%. Sedangkan sisanya 90% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen penggunaan Telkomsel. Pada Mahasiswa Universitas Ubudiyah Indonesia. maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F (simultan) ditemukan bahwa variabel independen (kepuasan pelanggan) berhubungan secara signifikan terhadap loyalitas konsumen penggunaan Telkomsel, hasil terlihat berdasarkan nilai signifikan berada di bawah 0,05.
2. Berdasarkan hasil uji t ditemukan variabel independen yaitu kepuasan pelanggan dengan

signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap loyalitas konsumen penggunaan Telkomsel, hasil terlihat berdasarkan nilai signifikan berada di bawah 0,05.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disampaikan:

1. Diharapkan yang dapat memperkaya dan mengembangkan penelitian dalam bidang Manajemen, dan dapat memberikan informasi mengenai harapan pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
2. Diharapkan dapat digunakan sebagai dasar menentukan kebijakan dalam mengambil keputusan dalam perusahaan apabila terkait pemenuhan harapan dan kepuasan dapat meningkatkan loyalitas pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Faisal Sanapiah. 2001. *format – format penelitian sosial*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada
- Griffin Jill. 2007. *Customer Loyalty, Edisi Revisi dan Terbaru*. Erlangga: Jakarta Sanusi
- Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Selemba Empat: Jakarta
- Hasan Ali. 2008. *Marketing*.  
Media Utama : Yogyakarta
- Iskandar. Andreas dan Innocentius Bernarto 2008 “Pengaruh Kualitas Pelayanan Restoran Platinum Lippo Karawaci Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen*. Vol:2 No:2. Hal(144-163)
- Kotler Keller. 2012. *Marketing Management* 14Edition. Pearson Education : Kotler
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* edisi ketiga belas jilid 1 dan, Jakarta: Erlangga