

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KANTOR TELKOM KOTA SUNGAI PENUH

S. Jhon Piter S, S.AP¹⁾,
H. Mhd. Ikhsan, SE., M.M²⁾, Megawati, S.Pd., M.Pd³⁾
STIA Nusantara Sakti Sungai Penuh

email:

Samueljhon.piter@yahoo.com

mhdikhsan6@gmail.com

megawati1301@gmail.com

ABSTRACT

With the formulation of the problem, is there an effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction at the Telkom Kota Sungai Penuh office either partially or simultaneously. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction at the Telkom Kota Sungai Penuh office. This research uses a quantitative approach where the research method is using path analysis and multiple linear regression analysis. From the results of research using this method it is known that Service Quality has a positive effect on Customer Loyalty, Customer Satisfaction has a positive effect on Customer Loyalty, and Service Quality has a positive effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at the Telkom office of Sungai Penuh City. Where Service Quality (X1) has a positive effect on Customer Loyalty (Y) as evidenced by $t_{count} > t_{table}$ of 4,319 > 2,01 with a significant level of 0,000 (<5% significance) So there is a significant influence between Service Quality (X1) on Customer Loyalty in Telkom Sungai Full (Y). Customer Satisfaction (X2) has a positive effect on Customer Loyalty (Y) as evidenced by the known $t_{count} > t_{table}$ of 2,300 > 1,677 with a significant level of 0,000 (<5% significance). So there is a significant influence between Customer Satisfaction (X2) on Customer Loyalty in Telkom Full River (Y). And the calculated f value of 45.232 and f table of 3.20 with a significance of 0.00, therefore $f_{count} > f_{table}$ (45.232 > 3.20), then the significance value is less than 0.05 (0.000 < 0.05), it can be concluded that Service Quality and Customer Satisfaction together have a positive effect on Customer Loyalty in Telkom Kota Sungai Penuh. The conclusion of this research is that service quality and customer satisfaction together have a positive effect on customer loyalty at the Telkom Kota Sungai Penuh office.

Keywords : *Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Dengan Rumusan Masalah Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen pada kantor Telkom Kota Sungai Penuh baik secara parsial maupun simultan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen pada kantor Telkom Kota Sungai Penuh. Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kuantitatif dimana Metode penelitiannya adalah menggunakan *Path Analysis* dan Analisis Regresi Linear Berganda. Dari Hasil Penelitian dengan menggunakan metode ini diketahui bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen berpengaruh positif

terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Nasabah pada kantor Telkom Kota Sungai Penuh. Dimana Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4.319 > 2.01$ dengan tingkat signifikansi $0,000$ (Signifikansi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan di Telkom Sungai Penuh (Y). Kepuasan Konsumen (X2) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dibuktikan dengan diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.300 > 2.01$ dengan tingkat signifikansi $0,000$ (Signifikansi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan di Telkom Sungai Penuh (Y). Dan nilai f hitung sebesar $45,232$ dan f tabel sebesar $3,20$ dengan signifikansi sebesar $0,00$ oleh karena itu f hitung $> f$ tabel ($45.232 > 3,20$) maka dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan di Telkom Kota Sungai Penuh. Kesimpulan Dari Penelitian Ini Yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Pelanggan

I. PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dihasilkan manusia menjadi daya dukung utama dari pesatnya kemajuan peradaban manusia, termasuk peralatan komunikasi telepon menjadi andalan manusia yang penting dalam berkomunikasi. Pasar industri telekomunikasi memiliki potensi yang sangat besar, karena industri telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu yang paling kuat di Asia Pasifik. Studi dari lembaga penelitian ROA (*Research On Asia*) Group mengungkapkan perkembangan pasar industri telekomunikasi Indonesia yang terus tumbuh pesat. Pada tahun 2010, diperkirakan angka pengguna layanan telekomunikasi di Indonesia mencapai angka 133 juta. Sementara itu pertumbuhan industri telekomunikasi di Indonesia juga dapat diketahui dari jumlah industri telekomunikasi tetap dan seluler (*GSM-Global System for Mobile Communication* dan *CDMA-Code Division Multiple Acces*) yang kini kian bertambah (detiknet.com).

Hal ini membuat industri telekomunikasi semakin tumbuh dan menarik bagi investor, dibandingkan dengan industri lainnya. Ada beberapa hal yang menyebabkan pertumbuhan tersebut akan terus meningkat. Pertama, masih besarnya pasar yang belum tersentuh sekitar 80 juta penduduk. Kedua, hanya beberapa perusahaan telekomunikasi yang saat ini mampu melakukan penetrasi hingga keseluruhan wilayah. Ketiga, pertumbuhan daya beli masyarakat mulai membaik dengan semakin banyaknya perusahaan telekomunikasi yang bermunculan, antara lain adalah : PT. Telkom Tbk, PT. Telkomsel Tbk, PT. Indosat Tbk, PT. Exelcomindo Pratama Tbk, PT. Hutchinson CP Telecom Indonesia, dll. dengan keunggulan masing-masing produk perusahaan telekomunikasi yang memberikan penawaran yang menggiurkan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah suatu modal yang dapat menggambarkan kondisi pelanggan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dalam mengevaluasi kualitas. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan loyalitas pelanggan. Layanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila layanan yang diberikan suatu perusahaan dapat memuaskan para pelanggannya.

Berdasarkan asumsi di atas peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dan menyusun suatu penelitian skripsi tentang ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap

loyalitas pelanggan. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti ingin memberikan judul dari penelitian ini adalah : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?
4. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas pelanggan Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?
4. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas pelanggan Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh?.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang secara umum di klasifikasikan menjadi dua, antara lain :

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Dari Hasil Penelitian ini diharapkan akan mendapat menambah ilmu pengetahuan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan acuan pada penulisan dan bahan informasi dalam memperkaya hasil penelitian yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Dapat Memberikan data dan informasi yang berguna bagi semua kalangan terutama yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh.
2. Dapat memberikan masukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu. Sedangkan pelayanan adalah kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut Ratminto (2005) ialah Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh

perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Menurut Etta (2013) Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

1.5.2 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis, termasuk dalam bidang jasa pelayanan. Menurut Nangoi (2004), ada empat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. **Kepemimpinan**
Karyawan membangun kepemimpinan pada dirinya agar memiliki motivasi kerja yang tinggi sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Atasan atau pimpinan diharapkan memiliki kepemimpinan pelayanan, yaitu memiliki visi untuk melayani, standar kerja yang tinggi, gaya kepemimpinan lapangan, dan mempunyai integritas.
- b. **Semangat Kerja Tim**
Tanpa semangat kerja tim, akan sulit menciptakan sikap yang berorientasi kepada pelanggan. Semangat kerja tim dapat melibatkan partisipasi karyawan melalui pembagian informasi dan pengambilan keputusan sehingga dapat memperkuat komitmen untuk menampilkan yang terbaik.
- c. **Teknologi**
Pemanfaatan teknologi dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Teknologi lunak seperti sistem dan metode kerja yang inovatif sebagai efisiensi arus kerja untuk menunjang keberhasilan pelayanan kepada pelanggan.
- d. **Kepuasan Kerja Karyawan**
Pelayanan dapat optimal jika para karyawan merasakan kepuasan kerja. Saat karyawan merasakan kepuasan kerja, aktualisasi potensi kerja karyawan dapat terwujud, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

1.5.3. Tujuan Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Menurut Ibid (:13) tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut:

1. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
3. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
4. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
5. Untuk mempertahankan konsumen.

1.5.4. Standar Kualitas Pelayanan

Yang menjadi standar pelayanan menurut Kasmir (2005:18-21) yaitu dasar-dasar pelayanan terdapat sepuluh hal yang harus diperhatikan agar layanan menjadi aman, nyaman, dan menyenangkan, antara lain sebagai berikut :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
2. Percaya diri.
3. Menyapa dengan lembut, berusaha menyebutkan nama jika sudah mengenal satu sama lain.
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan sikap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya.
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
8. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan .
9. Jika tidak mampu menangani permasalahan yang ada, meminta bantuan kepada pegawai lain atau atasan.

10. Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.

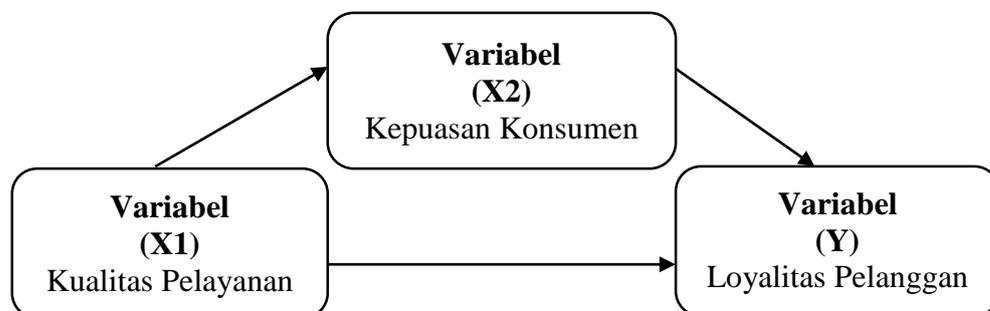
1.5.5. Ciri-ciri Kualitas Pelayanan

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2005:39) dirumuskan sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan/pengunjung sejak awal hingga selesai.
2. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
3. Mampu berkomunikasi.
4. Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
5. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
6. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan/pengunjung.
7. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan/pengunjung.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009).



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.7 Hipotesis

Sugiono (2003:87), mengatakan bahwa hipotesis adalah tiap pernyataan tentang suatu hal yang bersifat sementara yang belum dibuktikan kebenarannya secara empiris. Menurut Erwan Agus Purwanto dan Syah Ratih Sulistyastuti (2001:137), menyatakan hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar sehingga harus diuji). Berdasarkan pendapat diatas, dapat penulis simpulkan bahwa hipotesis adalah pernyataan atau pendapat sementara yang mana kebenarannya belum dibuktikan. Adapun hipotesis yang penulis ajukan adalah:

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan konsumen.
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
- H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
- H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Pendekatan Penelitian

Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2006:66) deskriptif kuantitatif merupakan alat untuk menganalisis dengan melakukan perhitungan.

1.8.2 Populasi dan Sampel

1.8.2.1 Populasi

Populasi merupakan subyek penelitian yang akan diteliti, baik lembaga maupun instansi. Menurut Sugiono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya dari dua ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa populasi merupakan jumlah keseluruhan dari pada obyek penelitian, dimana pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan di kantor Telkom Kota Sungai Penuh yang jumlahnya tidak terdeteksi.

1.8.2.2 Sampel

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2018:91) berpendapat bahwa Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30-500 bila sampel dibagi kategori jumlah anggota sampel setiap kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti. Dalam Penelitian ini Terdapat 3 variabel, maka jumlah sampel minimal adalah $10 \times 3 = 30$ orang.

Dari perhitungan di atas jumlah sampel minimal ditetapkan adalah 30 orang, namun peneliti dalam hal ini mengambil sampel sebanyak 50 orang.

Table 1.1
Sampel Penelitian

No	Nama	Alamat
1	Andika Zodiap	Desa Gedang
2	Andre Saputra	Sumur Anyir
3	Anggun Yunistia Alfira	Desa Gedang
4	Ayu Sapitri	Pondok Agung
5	Bella Melita	Sungai Ning
6	David Aidil Marsa	Desa Gedang
7	Elsa	Desa Gedang
8	Elsa Novita	Permanti
9	Elsa Putra	Sungai Ning
10	Farhan	Pelayang Raya
11	Fitri Afnilia	Sumur Anyir
12	Fitriani	Pondok Agung
13	Gangga Rozi Pratama	Pondok Agung
14	Gusti Prananda	Desa Gedang
15	Hendri	Sumur Anyir
16	Hengki	Permanti
17	Herman	Permanti
18	Indah Kirana	Pelayang Raya
19	Irwansyah	Pelayang Raya
20	Lisa	Desa Gedang
21	Nabila	Pelayang Raya
22	Nadia	Desa Gedang
23	Nanda Novia	Sumur Anyir
24	Nova	Desa Gedang
25	Novia	Sungai Ning
26	Pramita	Sungai Ning
27	Puput	Pelayang Raya
28	Rahmad	Pelayang Raya
29	Randa	Desa Gedang

30	Rani	Pelayang Raya
31	Ratna Dewi	Permanti
32	Renggi Saputra	Pondok Agung
33	Rita	Pelayang Raya
34	Rizal Rahmat	Sungai Ning
35	Santi	Desa Gedang
36	Silfia	Desa Gedang
37	Silvi Melia	Sumur Anyir
38	Siska Puspita Sari	Permanti
39	Siska Ramadan	Pelayang Raya
40	Suci Septia	Pelayang Raya
41	Triyani	Pelayang Raya
42	Tomi Alfianto	Desa Gedang
43	Utari	Sumur Anyir
44	Wandi	Permanti
45	Widia	Pelayang Raya
46	Wirda	Pelayang Raya
47	Yogi	Pondok Agung
48	Yogi Ilham	Pelayang Raya
49	Yoka Oktaria	Ponok Agung
50	Yolanda Kurnia	Sumur Anyir

II. METODE PENELITIAN

2.1 Deskripsi Onjek Penelitian

2.1.1 Sejarah Umum PT. Telekomunikasi Indonesia

Telkom merupakan sebuah perusahaan milik Badan Usaha Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang informasi dan komunikasi. Sejarah PT. Telkom Indonesia ini bermula pada pendirian badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf pada tahun 1882. Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Pada tahun 1974 PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL). Beberapa kali diubah namanya, hingga kemudian pada tahun 1980 Indonesia mendirikan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional dan seluruh saham PT. Indonesian Satellite Cooperation Tbk. (Indosat) di ambil alih oleh pemerintah RI menjadi BUMN. Pada tahun 1989, ditetapkan UU Nomor 3 Tahun 1989 tentang telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi. Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No 25 Tahun 1991. 1995 Penawaran Umum perdana saham TELKOM (*Initial Public Offering*) dilakukan pada tanggal 14 November 1995. Sejak itu saham TELKOM tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), New York Stock Exchange (NYSE) dan London Stock Exchange (LSE). Saham TELKOM juga diperdagangkan tanpa pencatatan (*Public Offering Without Listing*) di *Tokyo Stock Exchange*.

Adapun beberapa divisi yang tersedia di PT. Telkom yaitu, sebagai berikut:

1. Divisi Regional I, Sumatera.
2. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya.

3. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya.
4. Divisi Regional III, Jawa Barat.
5. Divisi Regional IV, Jawa Tengah dan Yogyakarta.
6. Divisi Regional V, Jawa Timur.
7. Divisi Regional VI, Kalimantan.
8. Divisi Regional VII, Kawasan timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua).

2.1.2 Logo PT. Telkom

Setiap perusahaan atau badan usaha pasti memiliki logo atau suatu benda atau ciri tertentu yang mana logo tersebut memiliki suatu makna tersendiri bagi yang memilih bentuk coraknya. PT. TELKOM juga mempunyai logo yang telah di ubah sedemikian rupa sebagai mana yang terlihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1 Logo PT. Telkom Indonesia



Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Berikut ini adalah filosofi dari warna logo PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk:

1. Merah berarti Berani, Cinta, Energi, dan Ulet.
Mencerminkan spirit perseroan untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan.
2. Putih berarti Suci, Damai, Cahaya, dan Bersatu
Mencerminkan semangat Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
3. Hitam merupakan Warna Dasar yang melambangkan kemauan keras.
4. Abu merupakan Warna Transisi yang melambangkan teknologi.
Dengan tetap mengacu kepada filosofi Telkom Corporate, yaitu *Always The Best* sebagai keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik.

2.1.3 PT. Telkom Indonesia Cabang Kota Sungai Penuh

PT. Telkom Indonesia Cabang Kota Sungai Penuh terletak di Jalan Imam Bonjol, Nomor 2, Pasar Sungai Penuh, Kelurahan Sungai Penuh, Kota Sungai Penuh.

2.2 Visi dan Misi PT. Telkom

2.2.1 Visi

Visi dari PT. Telkom berdasarkan keputusan Komisaris PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk No. 09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012 yaitu “Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services* (TIMES) di kawasan regional.

2.2.2 Misi

Misi dari PT. Telkom Indonesia berdasarkan keputusan Komisaris PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk No. 09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012 adalah:

1. Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga kompetitif.
2. Menjadi modal pengelolaan koperasi terbaik di Indonesia.

2.3 Produk PT. Telkom

1. Telepon, data, Internet

- a. *IndiHome Fiber* merupakan layanan *Triple Play* yang terdiri dari telepon rumah, *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet* dan *Usee TV Cable* beserta beberapa fitur tambahan seperti *IndiHome View*, *Melon* dan *Trend Micro Internet Security*.
 - b. Telepon rumah adalah layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang murah dan kualitas suara yang jernih. Paket *IndiHome Fiber* menawarkan gratis menelepon 1000 menit atau setara dengan 17 jam per bulan yang bisa digunakan baik untuk Lokal maupun Interlokal secara leluasa.
 - c. *Flexi* layanan data dan internet, layanan telepon.
 - d. TelkomNet Instan layanan akses internet dial up.
 - e. TelkomNet Astinet merupakan layanan akses internet berlangganan dengan fokus perusahaan.
 - f. *e-Busines (i-deal, i-manage, i-settle, i-Xchange, TELKOM Web Kiostron, TELKOM Web Plazatron)*
 - g. Solusi *Enterprise*
 - h. TELKOMLink DINAccess
 - i. TELKOMLink VPN IP merupakan layanan komunikasi data any to any connection berbasis IP MPLS.
 - j. TELKOMNet Whole Sale (VPN Dial) merupakan layanan akses dial up ke intranet suatu perusahaan yang dilakukan secara remote dan mobile melalui jaringan data berbasis TCP IP (MPLS/tunneling) pada TELKOMNet.
 - k. TELKOMISDN merupakan jaringan digital yang menyediakan layanan telekomunikasi multimedia, merupakan pengembangan dari sistem telepon yang telah terintegrasi.
 - l. e-Health merupakan layanan solusi untuk entitas kesehatan meliputi ePuskesmas, ePharmacy, HIE (*Health Information Exchange*).
2. Satelit
 - a. TELKOMSatelit (Sewa Transponder).
 - b. TELKOMVSAT.
 3. Televisi berlangganan berbasis protokol internet
 - a. Groovia TV merupakan televisi protokol internet pertama di Indonesia. Kualitas resolusi Groovia TV lebih bagus dibanding dengan hasil video dari TV konvensional.
 - b. UseeTV merupakan layanan Interactive TV dari Indihome yang pertama di Indonesia. Layanan TV berbayar (Pay TV) yang memberikan pengalaman baru. UseeTV Cable juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan kabel lainnya, seperti Pause & Rewind TV, Video on Demand, Video Recorder dan lainnya. UseeTV Cable memiliki beragam Channel pilihan. Saat ini, Channel yang ada sebanyak 101 Channel pilihan, terdiri dari 19 Channel TV Lokal dan 81 Channel TV Internasional. IndiHome Interactive TV, layanan TV Kabel yang seru dan lengkap.

2.4 Layanan dari PT. Telkom

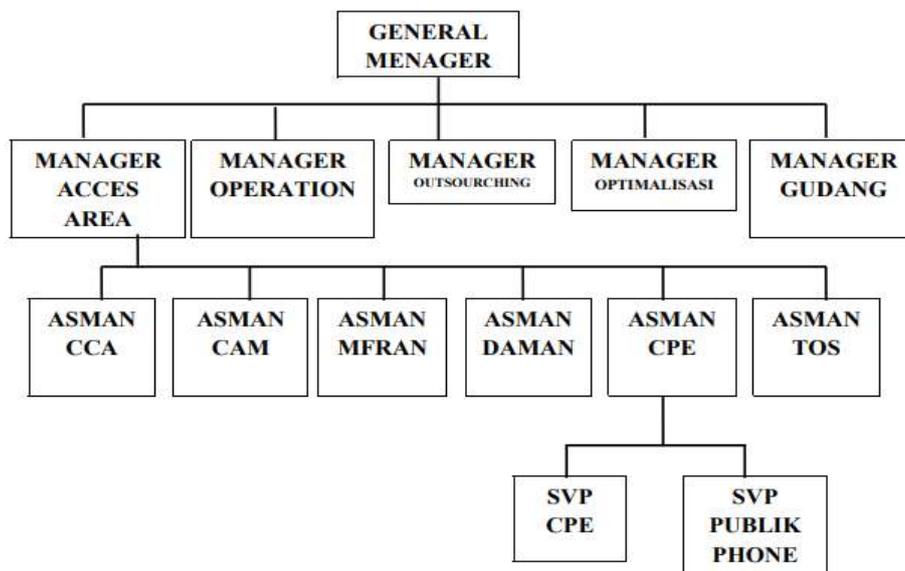
Pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom kepada pelanggan adalah, sebagai berikut:

1. Jasa Layanan Sambungan Telepon Kabel Tidak Bergerak
2. Jasa Layanan Sambungan Telepon Nirkabel Tidak Bergerak
3. Jasa Layanan Penyedia Seluler
4. Jasa Layanan Internet (*Narrowband & Broadband*)
5. Jasa Layanan Penyedia Jaringan
6. Jasa Layanan Penyedia Komunikasi Data
7. Jasa Layanan Interkoneksi dan Intercarrier
8. Jasa Layanan Penyedia Sarana Penunjang

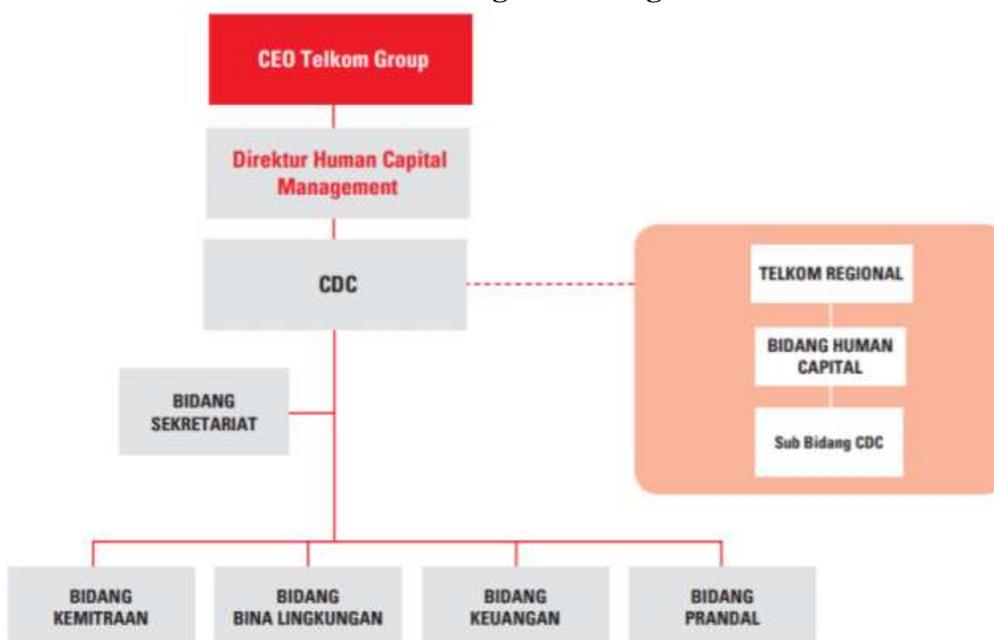
2.5 Stuktur Organisasi

Untuk kelancaran dan keberhasilan suatu perusahaan, maka perlu dibentuk struktur organisasi dengan tujuan agar dapat terlaksananya tugas dengan lancar dan baik. Struktur organisasi juga merupakan gambaran susunan perwujudan oleh tetap hubungan-hubungan, fungsi-fungsi, bagian-bagian dan posisi-posisi maupun yang memisahkan kedudukan dan wewenang dan tanggung jawab bagi tiap-tiap karyawan dalam organisasi.

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia, Tbk



Gambar 2.3 Struktur Unit Organisasi PT. Telkom Cabang Kota Sungai Penuh



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Interpretasi Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data mulai dilaksanakan pada bulan Juni 2020 dengan kuisioner dan mengambil data yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pelanggan di PT. Telkom Cabang Kota Sungai Penuh,

dimana total jumlah keseluruhan responden adalah sebanyak 50 orang. Rincian penyebaran dan pengambilan kuisisioner dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1 Penyebaran dan pengambilan kuisisioner

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Jumlah kuisisioner disebar	50	100%
2	Jumlah kuisisioner yang dikembalikan	50	100%
3	Jumlah kuisisioner yang tidak diisi/cacat	-	-
4	Jumlah kuisisioner yang tidak dikembalikan	-	-
5	Jumlah kuisisioner yang dapat dianalisis lebih lanjut	50	100%

Sumber : Data Primer diolah 2020

3.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data

3.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas menurut Sugiyono (2016:177) dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Keandalan alat ukur mempunyai arti bahwa alat ukur tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji signifikansi validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk atau dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = n-2. Apabila nilai koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana $r_{tabel} = 0,278$ pada n = 50, df = 48, maka dapat diambil kesimpulan bahwa item tersebut adalah valid, demikian juga sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa item tersebut adalah tidak valid (Sugiyono, 2016:177).

Hasil Pengujian validitas variable konflik peran ganda dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan

No	Butir Instrumen	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	X1 Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i> (Berwujud)	0,751	0,278	Valid
2		<i>Reliability</i> (Keandalan)	0,528	0,278	Valid
3		<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	0,694	0,278	Valid
4		<i>Assurance</i> (Jaminan)	0,802	0,278	Valid
5		<i>Empathy</i> (Empati)	0,753	0,278	Valid
No	Butir Instrumen	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	X2 Kepuasan Konsumen	Kesederhanaan	0,583	0,278	Valid
2		Kejelasan/Kepastian	0,842	0,278	Valid
3		Keamanan	0,813	0,278	Valid
4		Keterbukaan	0,699	0,278	Valid
5		Effisiensi	0,564	0,278	Valid
No	Butir Instrumen	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Y Loyalitas Pelanggan	Pembelian Ulang	0,751	0,278	Valid
2		Kebiasaan Mengonsumsi Merek	0,719	0,278	Valid
3		Selalu Menyukai Merek	0,738	0,278	Valid
4		Tetap Memilih Merek Tersebut	0,787	0,278	Valid
5		Merekomendasikan Kepada Orang	0,721	0,278	Valid

Sumber Data : Lampiran

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa keseluruhan dari item pernyataan variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan yang masing-masing variabel memiliki 5 indikator dengan 5 pertanyaan mempunyai angka koefisien korelasi yang lebih besar dari angka kritik ($r_{hitung} > r_{tabel}$) atau lebih besar dari 0,278 (pada df = 48),

dengan demikian dapat dinyatakan item pernyataan variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan adalah valid.

3.2.2 Uji Reliabilitas Data

Sugiyono (2012:177) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji realianilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,5 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,5 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel penelitian ini dapat ditampilkan dalam Tabel 3.3 di bawah ini :

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel penelitian

No	Variable	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,859	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen	0,813	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan	0,795	Reliabel

Sumber Data : Lampiran

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas, nilai cronbach alpha (α) untuk seluruh variabel menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,6 sehingga seluruh variabel yang diteliti adalah reliabel. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Cara yang digunakan untuk mengetahui normalitas residual adalah dengan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi Kolmogorov-smirnov kurang dari 5 persen (0,05) maka dapat dikatakan bahwa residual data dari model regresi tidak normal. Jika nilai signifikansi kolmogorov-smirnov di atas 5 persen (0,05) maka dapat dikatakan bahwa residual data dari model regresi telah terdistribusi secara normal (Ghozali, 2016:154-158).

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 25, berikut ini dapat disajikan hasil uji normalitas disertai penjelasannya pada Tabel 3.4 di bawah ini,

**Tabel 3.4 Hasil Pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen	Loyalitas Pelanggan
N		50	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15.00	15.18	14.90
	Std. Deviation	3.350	3.330	3.170
Most Extreme Differences	Absolute	.277	.230	.296
	Positive	.164	.230	.114
	Negative	-.277	-.201	-.296
Test Statistic Kolmogorov-Smirnov		.277	.230	.296
Asymp. Sig. (2-tailed)		.277 ^c	.230 ^c	.296 ^c

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi kolmogorov-smirnov variabel Kualitas Pelayanan $0,277 > 0,05$, Kepuasan Konsumen $0,230 > 0,05$ dan Loyalitas Pelanggan $0,296 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa residual data dari model regresi telah terdistribusi secara normal.

3.4 Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2016:159) uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Penilaian uji linieritas yaitu dapat dilihat dengan nilai sig. linearity $> 0,05$ maka variabel tersebut dikatakan linear.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 25, berikut ini dapat disajikan hasil uji Linearitas disertai penjelasannya pada Tabel 3.5 di bawah ini :

**Tabel 3.5 Hasil Pengujian Linearitas
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual * Unstandardized Predicted Value	Between Groups	(Combined)	443.666	7	63.381	3.647	.000
		Linearity	417.165	1	17.165	40.846	.000
		Deviation from Linearity	26.500	6	4.417	1.322	.111
	Within Groups		99.714	42	2.374		
	Total		543.380	49			

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil uji Linearitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi linearity sebesar $0,111 > 0,05$ maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dengan dependen.

**Table 3.6 Hasil Pengujian Linearitas
Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual * Unstandardized Predicted Value	Between Groups	(Combined)	401.357	7	57.337	26.422	.009
		Linearity	323.789	1	323.789	149.207	.000
		Deviation from Linearity	77.568	6	12.928	5.957	.320
	Within Groups		91.143	42	2.170		
	Total		429.500	49			

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil uji Linearitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi linearity sebesar $0,320 > 0,05$ maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dengan dependen.

**Table 3.7 Hasil Pengujian Linearitas
Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual * Unstandardized Predicted Value	Between Groups	(Combined)	410.686	7	58.669	30.118	.000
		Linearity	257.281	1	257.281	132.077	.000
		Deviation from Linearity	153.405	6	25.567	13.125	.650
	Within Groups		81.814	42	1.948		
	Total		492.500	49			

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil uji Linearitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi linearity sebesar $0,650 > 0,05$ maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dengan dependen

3.5 Pengaruh Secara Simultan

3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan Program SPSS Versi 25. Dari hasil uji

regresi berganda diperoleh koefisien regresi nilai t hitung dan tingkat signifikansi sebagaimana ditampilkan pada tabel 3.5 dibawah ini.

Tabel 3.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.284	1.290		2.545	.014
	Kualitas Pelayanan	.723	.167	.764	4.319	.000
	Kepuasan Konsumen	.051	.168	.053	2.300	0.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil tabel diatas, terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 3,284 dan koefisien $b_1 = 0,723$ dan $b_2 = 0,051$ nilai konstanta dan koefisien regresi (a, b_1, b_2) ini dimasukkan dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,284 + 0,723 X_1 + 0,051 X_2$$

Dari hasil persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa persamaan regresinya adalah positif. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) adalah 3,284, artinya apabila Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Konsumen (X_2) dianggap tetap (tidak mengalami perubahan), maka Loyalitas Pelanggan Anggota Kepolisian Polres Kerinci sebesar tetap 3,284.
2. Nilai $b_1 = +0,723 X_1$, artinya setiap kenaikan satu satuan Kualitas Pelayananakan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,723 (72,3%). Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan Kualitas Pelayananakan menurunkan Loyalitas Pelanggan. Tanda “+” menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di PT. Telkom Cabang Sungai Penuh.
3. Nilai $b_2 = + 0,051 X_2$, artinya setiap kenaikan satu satuan Kepuasan Konsumenakan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,051 (5,1%). Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan Kepuasan Konsumenakan menurunkan Loyalitas Pelanggan. Tanda “+” menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen (X_2) berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di PT. Telkom Cabang Sungai Penuh

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Secara Simultan (Uji F)

Uji statistic F untuk menunjukkan apakah semua variable independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependenterikat. Uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.9 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	324.111	2	162.056	45.232	.000 ^b
	Residual	168.389	47	3.583		
	Total	492.500	49			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.1 diatas tentang uji ANOVA atau F tes diperoleh nilai f hitung sebesar 45,232 dan f tabel sebesar 3,20 dengan signifikasi sebesar 0,00 oleh karena itu f hitung $> f$ tabel ($45.232 > 3,20$) maka dengan nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan di Telkom Kota Sungai Penuh.

3.6.2 Secara Parsial (Uji T)

Uji t adalah uji statistic yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variable independen terhadap variable dependen, dimana salah satu variable independennya tetep/dikendalikan.

Dengan ketentuan penulis mengajukan hipotesis, dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% setelah dilakukan pengajuan dengan SPSS maka didapat hasil seperti tampak pada tabel berikut :

**Tabel 3.10 Hasil Uji T
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.284	1.290		2.545	.014
	Kualitas Pelayanan	.723	.167	.764	4.319	.000
	Kepuasan Konsumen	.051	.168	.053	2.300	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variable bebas adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel diatas diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4.319 > 2.01$ dengan tingkat signifikan $0,000$ (Signifikasi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Sungai Penuh (Y).

2. Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel diatas diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.300 > 2.01$ dengan tingkat signifikan $0,000$ (Signifikasi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Sungai Penuh (Y).

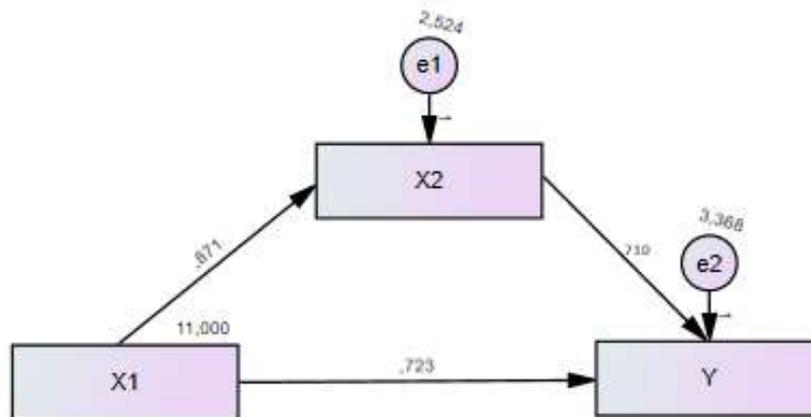
3. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai f hitung sebesar $45,232$ dan f tabel sebesar $3,20$ dengan signifikasi sebesar $0,00$ oleh karena itu f hitung $>$ f tabel ($45.232 > 3,20$) maka dengan nilai signifikasi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “ Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Kota Sungai Penuh.

3.7 Path Analysis

Teknik analisis data yang digunakan adalah path analysis/ analisis jalur menggunakan AMOS Versi 26. Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (Sugiyono, 2017:34).

Adapun Hasil Analisi jalur dapat di lihat pada gambar 3.1

Gambar 3.1



Tabel 3.11
Koefisien Jalur

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X2 <--- X1	.871	.088	12.726	***	par_1
Y <--- X2	.710	.165	.306	***	par_2
Y <--- X1	.723	.164	4.410	***	par_3

1. Regression Weights: (Group number 1 - Default model)
2. Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X1	X2
X2	.000	.000
Y	.618	.000

Dari Hasil Pengolahan data menggunakan Program AMOS di dapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenpelanggan Telkom dibuktikan dengan nilai Koefisien Jalur positif yaitu sebesar 0,871 dan terdapat pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai *** (Artinya Nilai P-Value < 0,001 yang sama saja sudah < 0,005).
2. Terdapat pengaruh positif Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Sungai Penuh dibuktikan dengan nilai Koefisien Jalur positif yaitu sebesar 0,710 dan terdapat pengaruh langsung Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Sungai Penuhdibuktikan dengan Nilai *** (Artinya Nilai P-Value < 0,001 yang sama saja sudah < 0,005).
3. Terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Sungai Penuh dibuktikan dengan nilai Koefisien Jalur positif yaitu sebesar 0,723 dan terdapat pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dibuktikan dengan nilai *** (Artinya Nilai P-Value <0,001 yang sama saja sudah < 0,05).
4. Terdapat Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen di buktikan dengan nilai Koefisien jalur 0,871 x 0,710 didapat nilai 0,61841 (0,618 Indirect Effects) dan kemudia dilakukan sobel test untuk mendapatkan nilai Z sobel dengan dengan rumus :

$$Z\text{-value} = a*b/\text{SQRT}(b^2*s_a^2 + a^2*s_b^2)$$

dan di dapat nilai Z sobel sebesar 3.9040303>

1.96 yang artinya terdapat pengaruh tidak langsung signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumendi Telkom Sungai Penuh.

IV. SIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian dan analisis bab-bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pelanggan Telkom Melalui Kepuasan Konsumen di Telkom Kota Sungai Penuh sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1) Berpengaruh Positif dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4.319 > 2.01$ dengan tingkat signifikan $0,000$ (Signifikansi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan di Telkom Kota Sungai Penuh (Y).
2. Kepuasan Konsumen (X2) berpengaruh positif dibuktikan dengan diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.300 > 2.01$ dengan tingkat signifikan $0,000$ (Signifikansi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan di Telkom Kota Sungai Penuh (Y).
3. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini dibuktikan dengan nilai f_{hitung} sebesar $45,232$ dan f_{tabel} sebesar $3,20$ dengan signifikansi sebesar $0,00$ oleh karena itu $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($45.232 > 3,20$) maka dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan di Telkom Kota Sungai Penuh.”
4. Terdapat Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai Koefisien jalur $0,871 \times 0,710$ didapat nilai $0,61841$ ($0,618$ Indirect Effects) dan kemudian dilakukan Sobel test untuk mendapatkan nilai Z Sobel dengan rumus :
$$Z\text{-value} = \frac{a \cdot b}{\sqrt{b^2 \cdot s_a^2 + a^2 \cdot s_b^2}}$$
 dan di dapat nilai Z Sobel sebesar $3.9040303 > 1.96$ yang artinya terdapat pengaruh tidak langsung signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen di Telkom Kota Sungai Penuh.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Melalui Kepuasan Konsumen di Kota Sungai Penuh, berikut beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi alternatif dalam membantu memecahkan masalah antara lain :

1. Tidak dapat dipungkiri bahwa kepuasan konsumen harus diciptakan dengan baik sebab Kepuasan Konsumen sangat berdampak terhadap Loyalitas Pelanggan baik bagi atasan untuk lebih memperhatikan dan memotivasi karyawan agar lebih semangat dalam bekerja demi tercapainya Loyalitas Pelanggan yang baik di Kantor Telkom Cabang Sungai Penuh itu sendiri.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai penambah khazanah keilmuan, khususnya teori tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yesus atas kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Kantor Telkom Kota Sungai Penuh”.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi tugas akhir kuliah di Jurusan Ilmu Administrasi Negara pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Nusantara Sakti Sungai Penuh.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu di harapkan bagi penulis yang akan datang untuk dapat mengembangkan lagi penelitian ini.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, Bapak J. Siallagan dan Mamak H. Sirait, serta kakak Elisabet Ramayanti.A.Md, Abang Herianto Siallagan.A.Md, Adik Geovani, Fernando dan Margaret yang telah banyak memberikan dukungan, materi, nasehat, do'a serta kasih sayang yang tidak ternilai kepada penulis dan juga buat semua keluarga besar yang terus memberikan semangat kepada penulis.
2. Bapak H.Mhd. Ikhsan, S.E., M.M dan Ibu Megawati, S.Pd., M.Pd, selaku dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian skripsi ini.
3. Bapak Murlinus, S.H., M.H. selaku Ketua STIA-NUSA.
4. Bapak Ade Nurma Jaya Putra, S.Sos.,M.A.P selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara STIA-NUSA.
5. Bapak dan Ibu Dosen Akademik, serta seluruh Karyawan dan Karyawati Tata Usaha di lingkungan STIA-NUSA yang telah banyak berjasa dalam membantu menyelesaikan studi ini.
6. Hasian Ira Selvia Butarbutar, SE yang selalu mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat seperjuangan Pelayanan Publik 3. Terima kasih atas supportnya dan salut buat kekompakan kalian.
8. Sahabat seperjuangan Kukerta Posko 10 Desa Tambak Tinggi selama dua bulan lebih bersama, banyak kenangan yang tidak bisa dilupakan bersama kalian, terima kasih sudah menjadi Saudara baru untuk penulis.
9. Leting S440DARA Polres Kerinci, terima kasih atas doa dan dukungannya.
10. Komandan dan Senior Satuan Intelkom Polres Kerinci, terima kasih atas waktu luang yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Pihak-pihak lainnya secara tidak langsung membantu dan memberikan semangat sehingga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah pengetahuan bagi semua pihak yang mempunyai kepentingan. Mohon maaf apabila banyak terdapat kesalahan kata baik yang disengaja maupun tidak disengaja.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Azka Al Afifah. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
- Erwin Widiasworo. (2019). Menyusun Penelitian kuantitatif untuk skripsi dan tesis. Yogyakarta. Araska
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali. Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. (2011). Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta: Gaya Media
- H. Kartajaya. (2007). Hermawan kartajaya on Segmentation. Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Hasan, Ali. 2014. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Jakarta: CAPS.
- Kasmir. 2005. Pemasaran Jasa. Jakarta: Graya Grafindo Persada.

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benyamin Molan. Edisi Kedua Belas. Jakarta : Penerbit Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Edisi Pertama. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nangoi. (2004). *Pemberdayaan di Era Ekonom Pengetahuan*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Piper Ronika. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Non-Muslim Pada PT. Frudential Syariah Cabang Bekasi*. Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Siahaan, SM. 1991. *Komunikasi Pemahaman dan Penerapan*. Jakarta : PT BPK Gunung Mulia.
- Sugiyono. (1997). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Yogyakarta: CV Alfabeta.
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Yulia Larasati Putri. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Amabarawa)*. Vol. 10. No 19 Juli 2017
- Zulkarnain Lubis. 2019. *Panduan Pelaksanaan Penelitian Sosial*. Yogyakarta. Andi . (Anggota IKAPI).