

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkomsel Grapari Makassar

Eryca Maulidya Haedar^{1*}, Bahar Sinring², Munawir Nasir³

Email korespondensi : erykamaulidya00@gmail.com

^{1*}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan: Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. Telkomsel Grapari Makassar. Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa jawaban dari responden yang dikumpulkan dengan metode kusioner. Metode analisis yang digunakan adalah SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Meningkatnya kebutuhan dan mobilitas masyarakat dalam berkomunikasi kapan saja dan di mana saja telah mendorong perkembangan pesat teknologi berbasis seluler. Salah satu perusahaan yang berperan besar dalam penyediaan layanan telekomunikasi di Indonesia adalah PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel). Perusahaan ini menyediakan berbagai pilihan produk bagi pelanggannya, seperti kartu prabayar simPATI dan Kartu As, serta layanan pascabayar Kartu HALO, yang dilengkapi dengan beragam layanan dan program pendukung. Produk dan layanan internet Telkomsel dikenal memiliki kualitas yang tinggi, ditunjang oleh ketersediaan sarana dan prasarana fisik serta jaringan yang tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia. Kondisi ini menjadikan Telkomsel memiliki daya saing yang kuat dalam menghadapi persaingan industri telekomunikasi nasional.

Namun, tingginya tingkat persaingan menuntut PT Telkomsel Indonesia untuk tidak hanya fokus pada akuisisi pelanggan baru, tetapi juga mampu mengelola dan mempertahankan pelanggan yang telah dimiliki agar tidak beralih ke penyedia layanan telekomunikasi lainnya. Salah satu upaya strategis yang dilakukan adalah dengan memberikan perhatian khusus pada kualitas layanan langsung kepada pelanggan. Untuk tujuan tersebut, Telkomsel menghadirkan GraPARI Telkomsel sebagai pusat layanan resmi yang melayani pelanggan secara langsung (face to face).

GraPARI Telkomsel merupakan outlet layanan yang disediakan untuk melayani pelanggan, calon pelanggan, maupun pengguna jasa Telkomsel dengan berbagai latar belakang kebutuhan, mulai dari pencarian informasi terkait produk dan layanan hingga pemenuhan kebutuhan penggunaan

produk itu sendiri. Mengingat pentingnya peran GraPARI sebagai garda terdepan dalam interaksi perusahaan dengan pelanggan, kualitas layanan yang diberikan harus benar-benar diperhatikan. Layanan yang cepat, responsif, serta kemampuan memberikan solusi atas permasalahan pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif. Lewis dan Booms dalam Riyanto (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan ukuran sejauh mana tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

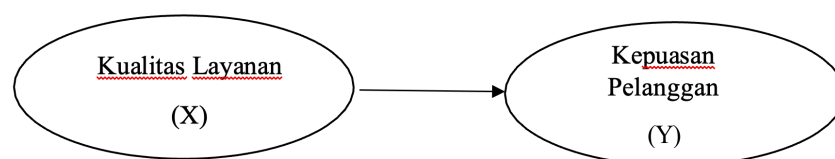
Kualitas layanan yang baik diharapkan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kotler dalam Atmaja (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kesesuaian antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima selama berinteraksi dengan perusahaan, termasuk melalui layanan di GraPARI Telkomsel Makassar.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkomsel GraPARI Makassar.

Dalam tinjauan pustaka, konsep manajemen pemasaran menjadi dasar penting dalam memahami hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Kotler dan Keller (2018:34) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran serta membangun hubungan yang menguntungkan dengan pasar tersebut. Dalam konteks ini, kualitas layanan merupakan salah satu instrumen utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kualitas layanan menurut Tjiptono dalam Karlina, Rosanto, dan Saputra (2019) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian layanan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sementara itu, kepuasan pelanggan menurut Richard Oliver dalam Zeithaml et al. (2018) merupakan respons pemenuhan pelanggan terhadap produk atau layanan yang dirasakan telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

Berdasarkan landasan teoritis tersebut, kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun sebagai sintesis hubungan antara variabel kualitas layanan sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Kerangka konseptual ini digunakan untuk mempermudah pengkajian dan pengujian empiris mengenai sejauh mana kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkomsel GraPARI Makassar.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Metode Analisis

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dengan tujuan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data berupa angka-angka yang selanjutnya dianalisis menggunakan prosedur statistik. Data numerik tersebut diolah untuk memperoleh informasi ilmiah yang menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Telkomsel GraPARI Makassar yang beralamat di Jl. A. P. Pettarani No. 2, Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama satu bulan, yaitu dari bulan Maret hingga April 2022.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dapat diukur secara objektif. Sumber data yang digunakan adalah data primer, yakni data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT Telkomsel GraPARI Makassar.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner disusun dalam bentuk sejumlah pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kuesioner tersebut disebarakan kepada pelanggan yang dianggap mewakili karakteristik responden penelitian, kemudian data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Telkomsel GraPARI Makassar. Menurut Handayani (2020), populasi merupakan keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi objek penelitian. Berdasarkan data perusahaan, jumlah pelanggan PT Telkomsel GraPARI Makassar selama tahun 2021 tercatat sebanyak 33.000 orang.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2019:127), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagaimana dikutip oleh Husein Umar (2005:108), dengan tujuan memperoleh sampel yang representatif dari populasi sebanyak 33.000 pelanggan.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan makna variabel penelitian secara operasional sehingga dapat diukur secara empiris. Definisi operasional memuat indikator-indikator yang menjadi dasar penyusunan instrumen penelitian agar data yang dikumpulkan relevan dengan tujuan penelitian (Greenwood, 2012).

Kualitas Layanan (X)

Kualitas layanan didefinisikan sebagai upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian layanan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Definisi ini mengacu pada Tjiptono dalam Karlina, Rosanto, dan Saputra (2019). Indikator kualitas layanan dalam penelitian ini meliputi bukti fisik (tangible) seperti fasilitas gedung, ruang layanan, dan penampilan petugas; keandalan (reliability) dalam memberikan layanan yang akurat dan dapat dipercaya; daya tanggap (responsiveness) karyawan dalam melayani dan memberikan arahan sesuai kebutuhan pelanggan; jaminan (assurance) berupa kemampuan menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan; serta empati (empathy) yang ditunjukkan melalui perhatian secara individual kepada pelanggan PT Telkomsel GraPARI Makassar.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pemenuhan dari pelanggan yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Definisi ini mengacu pada Richard Oliver dalam Zeithaml et al. (2018). Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi perasaan puas terhadap layanan dan produk PT Telkomsel GraPARI Makassar, kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan produk kepada pihak lain, serta terpenuhinya harapan pelanggan setelah menerima layanan dan menggunakan produk Telkomsel.

Hasil Penelitian

Analisis Data

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	31.427	3.143		10.001
	Kualitas Layanan	.324	.067	.438	4.830
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah :

$$Y = 31,427 + 0,324X_1 + e$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta adalah 31,427 ini menunjukkan bahwa jika variabel independen (Kualitas Layanan) bernilai nol (0), maka variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) akan mengalami kenaikan sebesar 31,427.
- 2) Koefisien regresi Kualitas Layanan (b_1) adalah 0,324 dan bertanda positif. Hal ini berarti, nilai variabel Y akan mengalami kenaikan 0,324 jika nilai variabel X_1 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Kualitas Layanan (X_1) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Semakin baik Kualitas Layanan PT. Telkomsel Grapari maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat.

Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Parametrik				
Pernyataan		r hitung	r tabel	Keterangan
X1	X1.1	0.410	0.164	VALID
	X1.2	0.483	0.164	VALID
	X1.3	0.632	0.164	VALID
	X1.4	0.675	0.164	VALID
	X1.5	0.637	0.164	VALID
	X1.6	0.558	0.164	VALID
	X1.7	0.563	0.164	VALID
	X1.8	0.597	0.164	VALID
	X1.9	0.468	0.164	VALID
	X1.10	0.661	0.164	VALID
Y	Y.1	0.365	0.164	VALID
	Y.2	0.498	0.164	VALID
	Y.3	0.568	0.164	VALID
	Y.4	0.601	0.164	VALID
	Y.5	0.280	0.164	VALID
	Y.6	0.530	0.164	VALID
	Y.7	0.484	0.164	VALID
	Y.8	0.338	0.164	VALID
	Y.9	0.299	0.164	VALID
	Y.10	0.241	0.164	VALID

Tabel menunjukkan hasil valid dari uji validitas pada tiga variabel yang terdiri dari Kualitas Layanan (X_1), dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil Uji Reliabilitas

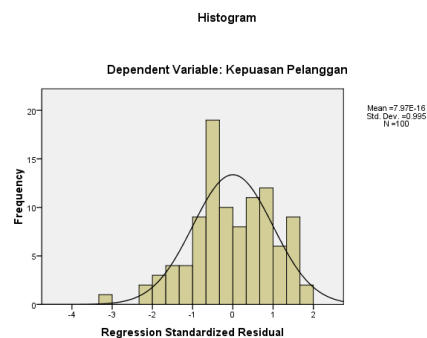
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0.769	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.675	Reliabel

Menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1), dan Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar ($>$) dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan dalam penelitian ini bersifat reliabel.

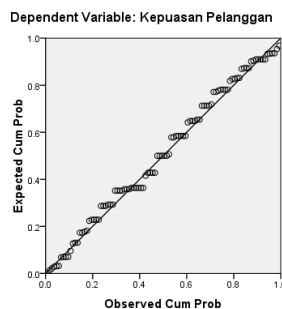
Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi datanormal atau mendekati normal.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar diatas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Kolmogorov-smirnov

Tabel 1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77087658
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.057
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.626
Asymp. Sig. (2-tailed)		.828
a. Test distribution is Normal.		

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan diatas Hasil pengujian normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,828 > 0,05$ yang menandakan bahwa data berdistribusi normal sehingga layak digunakan dalam penelitian.

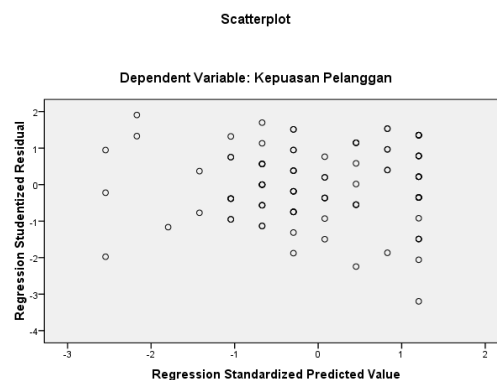
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil output diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas karena nilai *tolerance* untuk semua variable lebih dari 0,1 dan nilai *Variance Inflating Factors* (VIF) kurang dari 10.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Gambar hasil pengujian heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas diatas, dapat diketahui bahwa pada grafik *scatterplot* tidak terdapat pola yang jelas dan titik – titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 2 Hasil Uji Kofesien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.438 ^a	.192	.184	1.77989
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Berdasarkan diatas hasil penelitian ini diperoleh nilai R sebesar 0,438 atau 43,8%, nilai ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X1) mempunyai hubungan dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	31.427	3.143		10.001
	Kualitas Layanan	.324	.067	.438	4.830
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Berdasarkan hasil uji parsial atas dapat diketahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari Kualitas Layanan (X1) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) yang akan di jelaskan sebagai berikut : Hipotesis 1 (H1), Hipotesis 1 (H1), Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diterima, hal ini diperoleh dari hasil analisis regresi yaitu t-hitung X1 = 4,830 lebih besar (>) dari nilai t-tabel yaitu 1,664 dan nilai signifikansi X1 sebesar 0,000 < 0,05 (taraf nyata 5%), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kata lain H1 diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh temuan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkomsel GraPARI Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan perusahaan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Kualitas layanan dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator, yaitu bukti fisik atau fasilitas layanan, keandalan dan ketepatan dalam menangani keluhan pelanggan, daya tanggap atau kesigapan karyawan dalam memberikan arahan sesuai kebutuhan pelanggan, jaminan, serta empati atau perhatian secara individual

kepada pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator bukti fisik atau fasilitas layanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan pentingnya kenyamanan dan kelengkapan sarana layanan dalam membentuk persepsi pelanggan. Sementara itu, indikator jaminan memiliki pengaruh paling rendah, meskipun tetap memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juita L. D. Bessie (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Telkomsel Grapari Makassar. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, baik dari aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, maupun empati karyawan, maka tingkat kepuasan pelanggan PT. Telkomsel Grapari Makassar akan semakin meningkat.

Sehubungan dengan hasil tersebut, disarankan kepada pihak perusahaan agar kualitas layanan menjadi perhatian utama dalam strategi pengelolaan pelanggan. Peningkatan dan pemeliharaan kualitas layanan secara konsisten perlu terus dilakukan guna mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, serta dapat dijadikan sebagai referensi atau dasar pengembangan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain atau menggunakan objek penelitian yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Atmaja, J. (2018). *Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah*.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. AGF Books.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal*, 14(1).

- Karlina, E., Rosanto, O., & Saputra, N. E. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kedisiplinan pegawai terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Lurah Klender Jakarta Timur. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 3(1), 7–16.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (15th global ed.). Pearson Education.
- Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen pemasaran dalam kompetisi global*. Indomedia Pustaka.
- Naafi, N. A., & Basuki, R. S. (2017). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Grapari Telkomsel Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 589–594.
- Riyanto, A. (2018). Implikasi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PDAM Cibatok Sukabumi. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 117–124.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Best Autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. IPB Press.
- Surjana, R. (2021). Pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap efektivitas pajak pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Suyono. (2018). *Analisis regresi untuk penelitian*.
- Windasuri, H., Susanto, H. S., & Taufik, B. T. (2017). *Excellent service: The secrets of building a service organization*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, V. A. (2018). Service quality dimensions. In *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.