

**Pengaruh Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Telkom Indihome Witel Lembong Bandung (Studi pada pengguna indihome PT Telekomunikasi TBK Witel Lembong Bandung 2019).**

**Muhamad Djafar Siddiq<sup>1</sup>, Dr. Harrie Lutfie, Ir., M.M.<sup>2</sup>, Sampurno Wibowo SE., M.M.<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>[muhamaddjafarsiddiq@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:muhamaddjafarsiddiq@student.telkomuniversity.ac.id)

<sup>2</sup>[Harrie.lutfie@gmail.com](mailto:Harrie.lutfie@gmail.com)

<sup>3</sup>[Sampurnowibowo@yahoo.com](mailto:Sampurnowibowo@yahoo.com)

D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, 2019

---

## Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi tumbuhnya pengguna internet. Melonjaknya pertumbuhan pengguna internet mengakibatkan konsumen lebih tertarik menggunakan internet yang cepat dan praktis. Jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan solusi untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dan berujung dengan loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diterapkan oleh PT. Indihome berjalan dengan efektif serta mengetahui peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada pelanggan PT. Indihome. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner yang diukur dengan skala *likert*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan variabel *Kualitas Layanan* dan *Kepuasan Pelanggan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Loyalitas Pelanggan* baik secara simultan, serta variabel *Kualitas Layanan* memiliki pengaruh positif, signifikan dan nilai yang lebih besar terhadap variabel *Loyalitas Pelanggan* jika melalui perantara variabel *Kepuasan Pelanggan*. Adapun pengaruh total dari variabel independen yang diteliti yaitu sebesar 77,2% dan selebihnya  $(100-77,2)\% = 22,8$  dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti yang sekiranya dapat meningkatkan *Loyalitas Pelanggan*.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan**

---

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi secara pesat, terutama dalam bidang informasi dan komunikasi, kebutuhan masyarakat modern akan layanan internet yang praktis, mudah, dan efisien meningkat. Untuk mendapatkan sesuatu seperti komunikasi, Internet dapat menyediakan hal tersebut, di era digital saat ini hampir semua hal dapat dilakukan dengan menggunakan internet, mulai dari berkomunikasi, pendidikan, perdagangan, dan lain-lain. Hal tersebut mengakibatkan kebutuhan masyarakat akan konsumsi internet meningkat dari waktu ke waktu. Maka diperlukan jaringan handal yang mampu mencukupi kebutuhan yang tinggi masyarakat akan konsumsi internet tersebut.

IndiHome merupakan salah satu produk perwujudan dari hal tersebut, yaitu berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket triple play meliputi internet, telepon rumah dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV. Dengan adanya paket tersebut diharapkan dapat lebih menarik masyarakat menggunakan layanan tersebut karena mereka tidak perlu lagi repot berlangganan telepon dan *video*/tv digital terpisah, Indihome menyediakannya dalam satu paket dengan harga yang lebih terjangkau.

Melihat situasi di era serba digital ini yang dimana penetrasi pengguna internet dari tahun ke tahun semakin menunjukkan peningkatan yang tidak bisa dibilang sedikit, kesempatan memperluas bisnis tidak dilakukan PT. Telekomunikasi Indonesia saja, akan tetapi banyak pelaku bisnis terutama bisnis yang bergerak dalam bidang telekomunikasi. Perusahaan mau tidak mau dituntut untuk selalu melakukan inovasi dalam strategi bersaing.

Mempertahankan kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan dalam meraih kepuasan pelanggan agar tidak beralih ke pada jasa/produk lain merupakan hal yang penting.

Namun fenomena yang terjadi dilapangan sebagai hasil wawancara pendahuluan tidak sesuai dan sangat berbeda, berdasarkan masa magang yang di lalui dengan hasil observasi dimana bahwa ada beberapa masalah yang terjadi seperti masalah yang berkaitan dengan (Responsibility), dimana pelayanan yang dilakukan karyawan terhadap pelanggan cenderung lambat terhadap penanganan masalah dilapangan yang dialami konsumen sehingga timbulah masalah yaitu adanya konsumen yang dirugikan ketika terjadi gangguan jaringan lamanya penanganan (Keandalan), masalah sehingga konsumen tidak bisa menggunakan layanan indihome dengan baik. adanya masalah lain yang terjadi seperti tidak sesuai dengan janji yang diberikan pegawai terhadap suatu gangguan yang terjadi, masalah pelanggan yang terjadi masih belum bisa di selesaikan dengan waktu yang pasti (Assurance) sehingga membuat pelanggan menjadi kurang terpuaskan. Kurangnya kepedulian karyawan terhadap pelanggan sehingga ada pelanggan yang merasa kecewa dengan respon yang kurang baik (Empathy). Adapun sering terjadi gangguan pada alat produksi keandalan alat produksi kurang mumpuni (Reliability).

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah penulis uraikan, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan yang terjadi pada produk indihome?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan yang terjadi pada produk indihome?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraian diatas maka tujuan dalam melaksanakan penelitian adalah

Diharapkan dari penelitian ini akan memiliki kegunaan dan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Berikut adalah manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini ; Serta hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi tolak ukur dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam menempatkan diri sebagai penyedia layanan terbaik di benak konsumen. Selain itu juga diharapkan menjadi masukan atau referensi bagi PT. Indihome Witel Bandung untuk segera memecahkan masalah yang berkaitan dengan dalam meningkatkan loyalitas. Serta diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi peneliti dikemudian hari.

## 2. Tinjauan Pustaka dan Metodologi

### 2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27) pemasaran adalah, ”pemasaran merupakan hal yang dilakukan untuk memenuhi setiap kebutuhan (kebutuhan konsumen) dengan cara-cara yang menguntungkan semua pihak”. Kemudian menurut *America Marketing Association (AMA)* yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2016:27) sebagai berikut : *marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.* Arti dari definisi tersebut pemasaran adalah sesuatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan menghantarkan dan memberikan nilai pelanggan yang unggul.

### 2.2 Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:225) mendefinisikan pemasaran jasa sebagai kegiatan proses sosial dan manajerial yang mana individu-individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan melalui penciptaan penawaran yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun mempunyai nilai tambah yang tidak berwujud pula saat membeli.

### 2.3 Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

- a. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancar dsb.
- b. *Empathy* yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- c. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/*complaint* dari konsumen.
- d. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.
- e. *Assurance* (Kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan konsumen.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) “kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

### 2.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2016:153) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas. Harapan-harapan konsumen ini dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan dan melaksanakan proses jasa tersebut, beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya yaitu :

1. Menggunakan jasa itu kembali

Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas terhadap jasa atau produk. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa atau produk perusahaan, dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap jasa pesaing, apakah akan tetap menggunakan jasa perusahaan, atau akan berpindah kepada produk pesaing.

2. Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain

Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa kepada keluarga teman menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

3. Pelayanan sesuai yang diharapkan

Beberapa faktor untuk mengetahui kepuasan pelanggan, dengan melihat langsung seperti apa harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara bisa menanyakan langsung ataupun menggunakan survei kepuasan begitu bisa menjadi tolak ukur standar bagaimana pelayanan yang sesuai dan di harapkan oleh pelanggan.

4. Pelanggan tidak pernah mengeluh

salah satu aspek yang bisa digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan : komplain, deflection (konsumen yang beralih ke jasa pesaing).

## 2.5 Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan loyalitas sebagai berikut:

*“A deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.”* Loyalitas

pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Loyalitas pelanggan disebut juga perilaku pembelian ulang, yang mana kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Akan tetapi, ada perbedaan di antara keduanya. Bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, maka perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikatakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya) Tjiptono (2014:392).

1. Melakukan pembelian atau transaksi ulang

2. Memberikan referensi kepada orang lain

3. Penolakan atau tidak niat pindah ke produk pesaing

- 4 Tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing

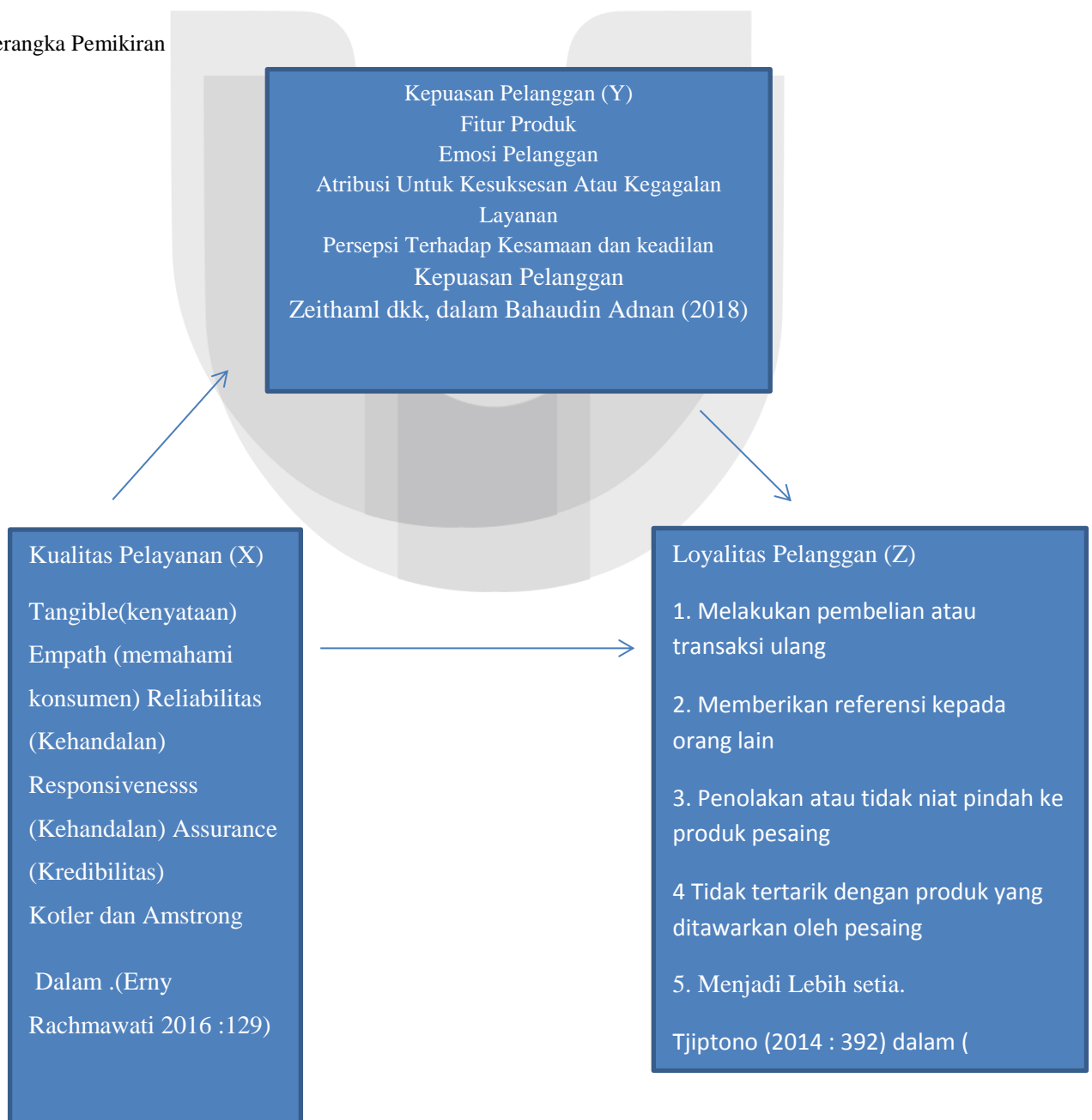
5. Menjadi Lebih setia.

2.6 Penelitian Terdahulu

Kualitas Layanan atau *Service Quality* merupakan aspek penting dalam manajemen pemasaran dan merupakan topik riset yang banyak diminati oleh banyak akademisi. Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan contohnya oleh Muhammad Hasyimi Al Rasid (2017), Selvi Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati (2013),

Topik ini sering dikaitkan dengan variabel kepuasan pelanggan dan loyalitas dalam berbagai studi kasus (Achmad Zakaria Muhammad Riza Firdaus (2017), Chando Martua, S. Panjta Djati (2018), Dulkhatif, Andi Tri Haryono, Moh Mukeri Warso (2016). Berbeda dengan penelitian tersebut penelitian ini menggunakan metode yang berbeda.

2.7 Kerangka Pemikiran



## 2.8 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang dipergunakan adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:35) metode deskriptif adalah: "Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain".

Menurut Prof. Dr. Sugiono (2018:7) Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

## 2.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah statistik deskriptif. Menurut Sunyoto (2016:2) Statistik Deskriptif adalah statistik yang membahas mengenai pengumpulan, pengolahan, penyajian, serta penghitungan nilai-nilai dari suatu data lalu digambarkan kedalam tabel atau grafik. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas kinerja *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan* maka dilakukan pengukuran dengan menggunakan kuesioner. Dari jawaban yang telah didapatkan, kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan berdasarkan persentase.

## 3. Pembahasan

### A. Karakteristik Responden

#### 1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin sebanyak 100 responden dengan didominasi responden laki-laki sebanyak 62% dan perempuan 38%. Jumlah responden laki-laki lebih banyak daripada wanita dikarenakan peneliti menggunakan teknik *sampling purposive* bukan teknik *sampling kuota* sehingga tidak perlu disama ratakan. Selain itu selama melakukan penyebaran kuesioner di kota Bandung peneliti lebih banyak bertemu jenis kelamin laki-laki daripada wanita.

#### 2. Usia

Karakteristik responden berdasarkan Usia sebanyak 100 responden dengan didominasi responden usia 15-20 tahun sebesar 57%, usia 21-25 tahun sebesar 33%, usia 26-30 sebesar 7%, usia >30 sebesar 3%.

#### 3. Pekerjaan

Keterangan mengenai karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan sebanyak 100 responden dengan didominasi responden Mahasiswa sebanyak 76%, Karyawan Swasta sebanyak 14%, Wiraswasta sebanyak 6%, PNS sebanyak 4%.

#### 4. Penghasilan Perbulan

Keterangan mengenai karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan sebanyak 100 responden dengan didominasi responden dengan penghasilan Rp. 500.000 – 1.000.000 sebanyak 42%, Rp. 1.000.000 – 2.000.000 sebanyak 20%, Rp. 4.000.001 sebanyak 20%.

#### 5. Pendidikan Terakhir

Keterangan mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir sebanyak 100 responden dengan 73 responden berpendidikan SMA/SMK/Sederajat dengan persentase 73% , 17 responden dengan pendidikan S1 dengan persentase 17%, 8 responden berpendidikan D3 dengan persentase 8%, 2 responden dengan pendidikan S2 dengan persentase 2%.

#### 6. Lamanya Pemakaian

Keterangan mengenai karakteristik responden berdasarkan lamanya pemakaian sebanyak 100 responden dengan 44 responden dengan persentase 44% menggunakan indihome selama 1-2 Tahun. 31 responden dengan persentase 31% menggunakan indihome selama 1-6 bulan, 14 Responden dengan persentase 14% menggunakan indihome selama 31%, 11 responden menggunakan indihome > 5 Tahun dengan pesentase 11%.

## B. Analisis Deskriptif

**Tabel 4.1**  
**Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X)**

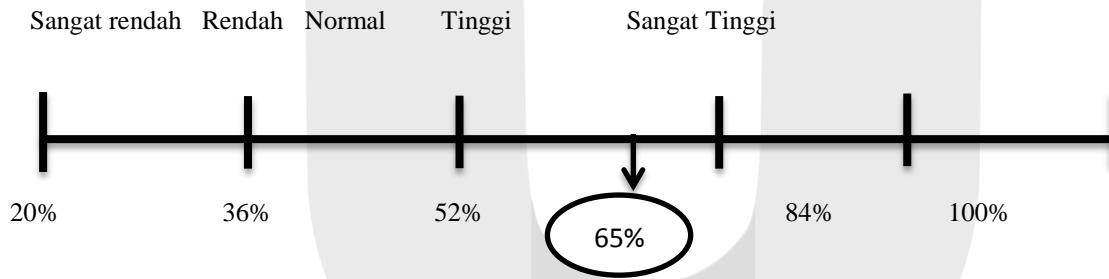
No	pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Total	Pada 0-100%	Skor Ideal
1	P1	8	48	144	76	5	281	56%	500
2	P2	8	35	114	68	10	235	47%	500
3	P3	0	12	174	108	15	309	62%	500
4	P4	6	33	111	76	25	251	50%	500
5	P5	0	4	126	208	10	348	70%	500
6	P6	1	9	150	136	30	326	65%	500
7	P7	1	9	144	164	5	323	65%	500
8	P8	0	15	156	120	15	306	61%	500
9	P9	0	8	126	204	10	351	70%	500
10	P10	1	22	150	152	0	325	65%	500
11	P11	1	18	144	164	5	332	66%	500
12	P12	3	14	126	168	30	341	68%	500
13	P13	8	70	114	72	5	269	54%	500
14	P14	8	48	132	80	20	288	58%	500
15	P15	0	20	201	84	10	315	63%	500
16	P16	0	10	114	224	5	353	71%	500
17	P17	1	18	144	160	10	333	67%	500
18	P18	0	18	201	88	10	317	63%	500
19	P19	1	6	132	196	15	350	70%	500
20	P20	5	64	126	76	10	281	56%	500
21	P21	0	14	147	164	15	340	68%	500
22	P22	4	58	111	84	45	302	60%	500
23	P23	0	14	159	156	5	334	67%	500
24	P24	0	16	168	132	15	331	66%	500
25	P25	0	22	177	112	10	321	64%	500
26	P26	0	8	129	204	10	351	70%	500
27	P27	0	10	108	224	15	357	71%	500
28	P28	0	10	147	152	15	334	67%	500
29	P29	0	14	156	152	20	342	68%	500
30	P30	0	16	138	160	35	349	70%	500
31	P31	0	22	156	144	30	352	70%	500
32	P32	0	8	147	168	5	328	66%	500



*Sambungan*

33	P33	0	10	132	204	10	356	71%	500
34	P34	1	20	147	152	10	330	66%	500
35	P35	1	12	141	160	15	329	66%	500
36	P36	3	14	96	148	100	361	72%	500
Rata – Rata Skor Total Dimensi Efisiensi							65% = 11651		

Berdasarkan tabel diatas 4.7 diatas menjelaskan dari hasil pengolahan data analisis deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan yang diukur dengan pernyataan-pernyataan yang di buat, maka diperoleh hasil jumlah rata-rata untuk variabel kualitas layanan dengan skor total 11651 dengan persentase 65% dan dapat dilihat dengan garis kontinum sebagai berikut :



**Gambar 4.7**  
**Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan**

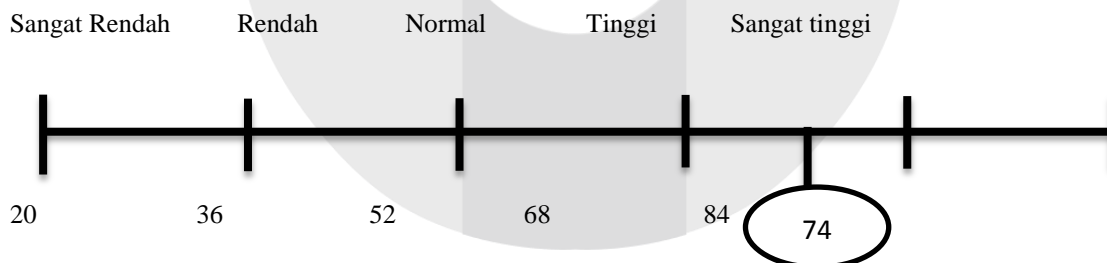
*Sumber : Data diolah penulis, 2019*

**Tabel 4.2**  
**Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor total	Pada 0-100%	Skor ideal	
1	P1	5	8	78	184	95	370	74%	500	
2	P2	5	8	72	160	135	380	76%	500	
3	P3	5	8	75	156	135	379	76%	500	
4	P4	6	8	84	156	115	369	74%	500	
5	P5	5	4	87	172	105	373	75%	500	
6	P6	5	12	87	160	100	364	73%	500	
7	P7	7	12	96	136	105	356	71%	500	
8	P8	6	8	84	144	130	372	74%	500	
Rata-rata skor total dimensi efisiensi							Jumlah persentase % : jumlah persentase pernyataan x 100 74% = 2963			

Sumber : Data diolah penulis, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menjelaskan dari hasil pengolahan data analisis deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan yang diukur dengan pernyataan-pernyataan yang di buat, maka diperoleh hasil jumlah rata-rata untuk variabel kepuasan pelanggan dengan skor total 2963 dengan persentase 74% dan dapat dilihat dengan garis kontinum sebagai berikut :



**Gambar 4.1**

**Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan**

Sumber : Data diolah penulis, 2019

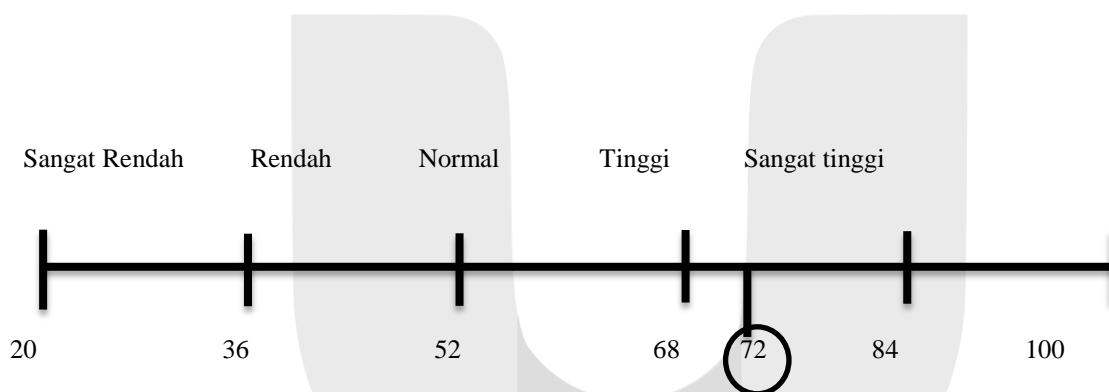
Berdasarkan gambar 4.7 dapat dilihat garis kontinum untuk variabel kepuasan pelanggan yang memperoleh persentase yang terdapat di garis kontinum diatas tanda garis yang menunjukkan 74%. Hal tersebut menunjukkan kategori tinggi.

**Tabel 4.3**  
**Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor total	Pada 0-100%	Skor Ideal	
1	P1	4	12	84	156	115	371	74%	500	
2	P2	6	8	99	160	85	358	72%	500	
3	P3	5	6	75	192	95	373	75%	500	
4	P4	4	8	90	176	90	368	74%	500	
5	P5	9	8	117	128	80	342	68%	500	
6	P6	8	10	108	100	130	356	71%	500	
7	P7	7	10	102	148	85	352	70%	500	
8	P8	5	12	96	144	105	362	72%	500	
9	P9	7	10	87	144	115	363	73%	500	
10	P10	4	14	105	140	95	358	72%	500	
Rata-rata skor total dimensi efisiensi							Jumlah persentase % : jumlah persentase pernyataan x 100 $3603 = 72\%$			

Sumber : Data diolah penulis,2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menjelaskan dari hasil pengolahan data analisis deskriptif untuk variabel loyalitas pelanggan yang diukur dengan pernyataan-pernyataan yang dibuat maka, diperoleh hasil jumlah rata-rata unruk variabel. Loyalitas pelanggan dengan skor total 3603 dengan persentase 72% dan dapat dilihat dengan garis kontinum sebagai berikut :



**Gambar 4.2**  
**Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan**

Sumber : Data diolah penulis, 2019

Berdasarkan gambar 4.7 dapat dilihat garis kontinum untuk variabel loyalitas pelanggan yang memperoleh persentase yang terdapat pada garis kontinum diatas tanda garis yang menunjukkan 72%. Hal tersebut menunjukkan kategori tinggi.

#### 4. Kesimpulan Dan Saran

##### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang telah penulis dapatkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya Kualitas Layanan (X) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 80% dan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan kualitas layanan (X) tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z), dalam penelitian ini variabel kualitas layanan (X) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z).
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z) sebesar 83,1% dan sisanya 16,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Z) kepuasan pelanggan (Y) sebagai mediatornya mempunyai pengaruh sebesar 77,2% dan sisanya sebesar 22,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
5. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan kualitas layanan (X) memiliki pengaruh terhadap loyalitas (Z). dalam penelitian ini, variabel kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z).
6. Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan sebelumnya, Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar 80,8% dan sisanya 19,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
7. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Z) kepuasan pelanggan (Y) sebagai mediatornya mempunyai nilai pengaruh sebesar 77,2% dan sisanya sebesar 22,8 dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

##### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Telkom Indihome Witel Lembang Bandung 2019 peneliti mencoba memberikan masukan terhadap perusahaan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis guna kepentingan perusahaan di masa yang akan datang, antara lain:

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, kualitas layanan perlu ditingkatkan lagi oleh perusahaan karena kualitas layanan berpengaruh bagi kepuasan pelanggan dan timbulnya loyalitas.
2. berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan kualitas layanan perlu di tingkatkan guna menciptakan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.
3. perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan melibatkan variabel lain pada penelitian ini, misalnya keputusan pembelian.

### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. untuk penelitian disarankan selanjutnya alangkah, lebih baiknya peneliti selanjutnya meneliti variabel keputusan pembelian menjadi variabel kepuasan pelanggan.
2. untuk peneliti selanjutnya menambah variabel-variabel lainnya untuk diteliti sehingga penelitian mengenai kualitas layanan akan lebih luas.
3. untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metodologi dan objek penelitian yang berbeda.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler and Armstrong (2016). Principles of Marketing sixteenth edition 16.
- [2] Kotler Philip, Amstrong Gary. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- [3] Kotler keller (2013) marketing management 14th edition.
- [4] Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- [5] Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- [6] Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung, Alfabeta
- [7] Sugiyono (2014). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- [8] <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>

### Jurnal

- Achmad Zakaria, Muhammad Riza Firdaus. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pelabuhan Indonesia III (PESERO) Cabang Banjarmasin” (Fakultas Manajemen Universitas Lambung Mangkurat 2017).
- Chando Martua, S. Panjta Djati. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman” (Magister Manajemen Institut Bisnis Nusantara 2018).

- Windasuri & Susanti. “Pengaruh Standar Pelayanan Prima Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah Bank Brisyariah Makassar” (Universitas Patria-Gowa 2017).
- Dulkhatif, Andi Tri Haryono, Moh Mukeri Warso. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia jasa Internet Study Noken Mulia Tama Semarang” (Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unpad Semarang 2016).
- Muhammad Hasyimi Al Rasid. “Pengaruh TERRA (Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance) Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat cabang Margonda Depok” (Jurusan Manajemen, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017).
- Nurmalita Sekar Smaradhana, Harrie Lutfie, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The 1o1 Hotel Bandung Dago”( e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017)
- Selvi Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani kusumawati. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelanggi Malang” (fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang 2013).
- Ratna Sari, Luther Bela. “Pengaruh Standar Pelayanan Prima *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRISYARIAH MAKASSAR 2017”.
- Adisty Rahayu , Harrie Lutfie. “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PELAYANAN TAMBAH DAYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. PLN (PERSERO) AREA CIJAWURA” (e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017)