

**PENGARUH *CUSTOMER VALUE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SIMPATI DI GRAHA PARI TELKOMSEL BANDAR
LAMPUNG**

ABSTRAK

**OLEH
ANDRIANSYAH**

Loyalitas pelanggan memiliki peranan yang besar bagi keuntungan perusahaan. Dalam jangka panjang lebih menguntungkan memelihara pelanggan lama dibandingkan terus menerus menarik dan menumbuhkan pelanggan baru, karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang sedemikian ketat. Misalnya saja dalam persaingan bisnis GSM, saat para operator begitu gencar melakukan promosi untuk mendapatkan pelanggan baru.

Harga kartu perdana (*starter pack*) semakin murah, di mana harga jualnya di bawah nilai pulsa yang ada di dalamnya untuk menarik pelanggan baru. Padahal hanya berhasil menjual kartu perdana saja bukan berarti menambah pelanggan baru, karena yang terjadi saat ini banyak dari para pelanggan baru tersebut membuang kartu-kartu perdana ketika masa aktifnya habis, karena ia harus melakukan pengisian ulang pulsa, ia harus mengeluarkan uang lebih banyak untuk mengisi pulsanya dan lebih untung membeli kartu perdana ketimbang mengisi ulang kartu lamanya.

Dalam kompetisi yang semakin ketat ini, perusahaan membutuhkan loyalitas pelanggan yang kuat untuk tetap bertahan apalagi saat ini banyak pelanggan yang hanya loyal terhadap harga.

Masalah yang dihadapi oleh Perusahaan adalah Adanya indikasi ketidakloyalan dari pelanggan GSM ini juga terjadi pada para pelanggan Simpati. Simpati merupakan salah satu produk prabayar GSM dari Telkomsel. Telkomsel adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi seluler GSM yang memfokuskan pada penyediaan sarana komunikasi berbasis teknologi satelit. Produk Telkomsel juga sudah banyak digunakan masyarakat, seperti kartuHALO, Simpati, dan kartu As. Saat ini Telkomsel merupakan pemimpin pasar bisnis seluler yang hampir menguasai 50% pangsa pasar seluler. Namun di balik kesuksesannya, Telkomsel juga masih menghadapi *churn* yang terjadi pada nomor Simpati.

Kurangnya loyalitas pelanggan salah satunya dikarenakan oleh adanya beberapa *customer value* yang belum optimal dirasakan oleh pelanggan. Masalah mengenai

customer value ini dapat diindikasikan yaitu: beberapa tarif yang dirasakan pelanggan lebih mahal dibanding operator lain. Pilihan voucher yang sedikit dan dirasakan mahal untuk sebagian pelanggan bila dibandingkan operator lain. Dan *loyalty program* yang dirasakan masih kurang oleh pelanggan seperti bonus pulsa dan bonus sms.

Permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu : Apakah ada pengaruh *customer value* terhadap loyalitas pelanggan Simpati di Graha Pari Telkomsel Bandar Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *customer value* terhadap loyalitas pelanggan Simpatidi Grahapari Telkomsel Bandar Lampung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan jenis penelitian deskriptif analitis.

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah aksidental dengan jumlah sampel ditetapkan 90 orang, yaitu pelanggan Simpati yang datang ke Graha pari Telkomsel Bandar Lampung.

Pengumpulan data meliputi studi pustaka dan penelitian lapangan dengan cara observasi, wawancara, dan pengisian kuesioner.

Hipotesis yang dikemukakan adalah *Customer value* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Secara Statistik *Costumer Value* memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Besarnya angka *R square* (r^2) adalah 0,517. Angka tersebut akan digunakan untuk melihat besarnya pengaruh *Costumer Value* terhadap loyalitas pelanggan dengan cara menghitung *Koofisien Determinasi* (KD) dengan menggunakan rumus $KD = r^2 \times n100 \%$. Hal ini menunjukkan bahwa variabilitas Loyalitas dapat diterangkan dengan menggunakan *Costumer Value* sebesar 51,7 % sedangkan pengaruh sebesar 48,3 % disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar model ini. Hal ini tercermin dalam angka signifikansi sebesar 00000 yang lebih kecil dari 0,05 yang artinya ada pengaruh antara *costumer Value* terhadap loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dibangun menyatakan *costumer value* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati pada PT Telkomsel Bandar Lampung terbukti kebenarannya.