

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Telkomsel Di Bandar Lampung

Tengku Erfansyah

Abstrak

Munculnya beberapa operator seluler menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada industri telekomunikasi seluler, produk telekomunikasi seluler semakin bertambah dan beraneka ragam. Oleh karena itu, masyarakat mempunyai banyak pilihan dan semakin selektif dalam memilih serta memutuskan pada operator seluler mana, pada produk apa yang akan digunakan. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, maka operator seluler yang mempunyai kelebihan yang akan dipilih oleh masyarakat.

Pesatnya pertumbuhan industri telekomunikasi mendorong dilakukan penelitian untuk mengetahui pendapat konsumen tentang benefit, kepercayaan dan komunikasi terhadap loyalitas konsumen Telkomsel di Bandar Lampung. Hipotesis yang diajukan adalah : benefit, komunikasi dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Alat analisis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis adalah regresi linear berganda. Data yang menjadi input untuk diolah berasal dari 100 konsumen telkomsel. Hasil perhitungan diperoleh bahwa benefit sangat baik dengan skor rata-rata 4, komunikasi sangat baik dengan skor rata-rata 4, kepercayaan sangat baik dengan rata-rata skor 4 dan loyalitas sangat baik dengan rata-rata skor 4. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Dengan demikian seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna kartu selular Telkomsel. Koefisien regresi terbesar adalah variabel kepercayaan sebesar 0,504. Dikuti koefisien regresi variabel komunikasi sebesar 0.306 dan variabel yang memiliki pengaruh terkecil terhadap loyalitas pelanggan adalah benefit hanya sebesar 0.214.

Saran yang diajukan sebagai berikut: Telkomsel perlu mempertahankan komunikasi yang sudah terjalin baik selama ini dan kepercayaan terhadap layanan. Hal ini perlu dipertahankan agar loyalitas konsumen Telkomsel dapat dipertahankan. Pihak Telkomsel meningkatkan kenyamanan ruang tunggu dan kecepatanwaktu pelayanan serta penyelesaian layanan tepat waktu. Peningkatan ketiga faktor ini dimungkinkan karena secara pengaruh faktor ini baru memiliki pengaruh sebesar 0,214 terhadap loyalitas pengguna kartu Telkomsel.

Kata kunci : Kepercayaan, komunikasi, benefit dan loyalitas