

ABSTRAK

Di Indonesia industri telekomunikasi berawal berdasarkan kebijakan pemerintah yang diatur sesuai UU No. 36 tahun 1999 mengenai telekomunikasi, pemerintah memfasilitasi masuknya pemain baru dalam industri telekomunikasi. Perusahaan operator seluler di Indonesia sebagian besar dikuasai oleh operator seluler GSM. Para operator seluler bersaing secara kompetitif untuk menawarkan produk dan layanan bagi meningkatkan jumlah pelanggan dengan tarif yang berbeda. Meskipun jumlah pelanggan dari keempat operator seluler berhasil bertambah, tetapi tidak diiringi oleh perolehan ARPU dari masing-masing operator. Oleh karena itu pengalaman pengguna yang baik terhadap operator seluler menjadi salah satu tantangan yang harus dibangun oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *user experience* dan *customer satisfaction* yang ada pada operator Telkomsel, Indosat Ooredoo, Tri Hutchison, dan XL Axiata menurut pandangan pelanggan, dan untuk mengetahui pengaruh *user experience* yang dirasakan pelanggan Telkomsel, Indosat Ooredoo, Tri Hutchison, dan XL Axiata terhadap *customer satisfaction*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 385 responden sebagai sampel. Cara pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner yang menggunakan lima poin skala *likert*. Teknik analisis statistik yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan *software SPSS for windows* untuk pengolahan datanya.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa secara simultan *user experience* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Tetapi secara parsial, *customer satisfaction* operator seluler Telkomsel, Indosat Ooredoo, Tri Hutchison, dan XL Axiata hanya dipengaruhi oleh tiga dimensi saja yaitu *functionality*, *trustworthiness*, dan *service quality*. Sedangkan untuk variabel *social* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Didapatkan nilai R_{square} sebesar 0,587 yang berarti bahwa 58,7% *customer satisfaction* operator Telkomsel, Indosat Ooredoo, Tri Hutchison, dan XL Axiata dapat dijelaskan oleh variabel *user experience*, sedangkan untuk 41,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak teliti di dalam penelitian ini.

Hasil penelitian yang didapatkan, sebaiknya *user experience* melalui dimensi *functionality*, *trustworthiness*, dan *service quality* lebih ditingkatkan lagi karena dimensi tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Perusahaan harus memperbaiki dimensi *social* karena dimensi tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Customer satisfaction* dapat ditingkatkan ketika pelanggan memiliki pengalaman yang baik dalam menggunakan operator seluler yang digunakannya.

Kata kunci : *customer satisfaction, operator seluler, user experience*