

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA OPERATOR SELULER TELKOMSEL DI INDONESIA

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN TELKOMSEL CELLULAR OPERATORS IN INDONESIA

Gerry Syahdhan¹, Indira Rachmawati²

^{1,2}Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹gerrysyahdhan@student.telkomuniversity.ac.id, ²indirarachmawati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Zaman modern ini perkembangan bisnis telekomunikasi di Indonesia mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat dari kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi sehingga hal ini memberi peluang terhadap pelaku bisnis telekomunikasi untuk mengembangkan berbagai bisnis telekomunikasi di Indonesia, ditengah maraknya persaingan industri telekomunikasi, Telkomsel sebagai pemegang pangsa pasar terbesar di Indonesia menjaga kualitas layanannya (*service quality*) agar mampu bersaing dengan para pelaku bisnis telekomunikasi lainnya.

Penelitian ini mengukur kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada Telkomsel dengan melihat dimensi *service quality* yang terdiri dari 7 variabel yaitu *assurance*, *complaint handling*, *convenience*, *emphaty*, *network quality*, *reliability* dan *tangibles*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sifat penelitian ini adalah konklusif, tipe penyelidikannya adalah kausal, keterlibatan peneliti adalah tidak mengintervensi data, berdasarkan unit analisis bersifat individual, *setting* penelitian adalah *non contrived setting*, dan berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini bersifat *cross sectional*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Telkomsel di Indonesia dengan jumlah sampel yang mewakili sebanyak 400 responden. Teknik samplingnya adalah *non probability sampling* dan *quota sampling*. Sumber data pada penelitian ini didapat dari data primer dan sekunder. Teknik analisis data dilakukan dengan teknik multivariat, *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS)*, serta melakukan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah terdapat dua hipotesis diterima dan enam hipotesis ditolak dari total delapan hipotesis.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Telekomunikasi

Abstract

In this modern era, the development of the telecommunications business in Indonesia has progressed. This can be seen from the progress of communication technology that is increasingly sophisticated and meets the needs of the people in communication so that this provides an opportunity for telecommerce business people to develop various telecommunications businesses in Indonesia, amid the competition of the telecommunications industry, Telkomsel as the largest market share holder in Indonesia maintaining quality service in order to be able to compete with other telecommunications business people.

This research measures customer satisfaction on Telkomsel by looking at the service quality dimension which consists of 7 variables, namely assurance, complaint handling, convenience, empathy, network quality, reliability and tangibles.

This study uses quantitative methods, the nature of this study is conclusive, the type of investigation is causal, the involvement of researchers is not to intervene data, based on individual units of analysis, research settings are non contrived settings, and based on research time, this study is cross sectional. The measurement scale used is the Likert scale. The population in this study were Telkomsel users in Indonesia with a sample representing as many as 400 respondents. The sampling technique is non probability sampling and quota sampling. Data sources in this study were obtained from primary and secondary data. Data analysis techniques were carried out by multivariate techniques, Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS), and hypothesis testing. The results of this study are two hypotheses accepted and six hypotheses rejected from a total of eight hypotheses.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Telecommunications*

1. Pendahuluan

Telkomsel sebagai pemegang pangsa pasar terbesar. Keunggulan *brand* milik PT Telkom Indonesia (Persero) ini dapat dimaklumi. Sebab mereka memiliki *base transceiver station* (BTS) merata hingga pelosok daerah di Indonesia. Saat ini didukung dengan adanya telepon seluler yang dapat menggunakan dua kartu atau *sim-card* tidak menutup kemungkinan jumlah pelanggan operator seluler menjadi fluktuatif, yang berarti pelanggan operator sekarang ini tidak hanya menggunakan satu operator saja. Hal tersebut terjadi karena kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda, seperti kebutuhan informasi menggunakan internet, telepon, sms, dan media sosial. Untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan jumlah pelanggan, dari tahun ke tahun keempat operator dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia menawarkan tawaran – tawaran berbagai kemudahan dan layanan yang murah kepada pelanggan [2].

Merujuk pada *Annual Report* operator seluler Telkomsel tahun 2016, tingkat ARPU *pasca* dan pra-bayar Telkomsel berada dalam kisaran Rp 45.000,00. Berdasarkan penjelasan mengenai ARPU setiap operator di atas, terlihat bahwa *customer growth* tidak berdampak signifikan terhadap jumlah ARPU operator seluler. Hal ini berarti pelanggan tidak ingin melakukan transaksi pada operator tersebut bahkan dapat menyebabkan berpindahnya pelanggan dari suatu operator ke operator yg lainnya. Pada fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa kurangnya kualitas layanan dapat menyebabkan terjadinya *churn* karena pelanggan tidak merasa puas dengan layanan yang diberikan. Sementara, perusahaan dapat bertahan di tengah kompetisi yang ketat jika mampu memuaskan pelanggannya. Bahkan kepuasan pelanggan menjadi kunci sebuah perusahaan bisa memenangkan persaingan dan meningkatkan reputasinya. Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui penelitian ini akan diketahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1. Service Quality

Menurut Kotler dan Keller (2011:180) “Kualitas layanan adalah seluruh fitur dan karakteristik jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun yang tersirat” [5]. Kualitas layanan akan menunjukkan perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat layanan yang diharapkan pelanggan [9].

Adapun dimensi kualitas fungsional adalah sebagai berikut :

1. *Reliabilty*, yaitu kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat.
2. *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. *Assurance*. yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan.
4. *Emphaty*, yaitu kepedulian serta perhatian penuh yang diberikan secara individual kepada pelanggan.
5. *Tangibles*, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, serta bahan komunikasi.

Pada penelitian terdahulu Rahhal (2015) menambahkan dua dimensi yang terkait ke dalam dimensi kualitas fungsional. Adapun dua dimensi tersebut adalah :

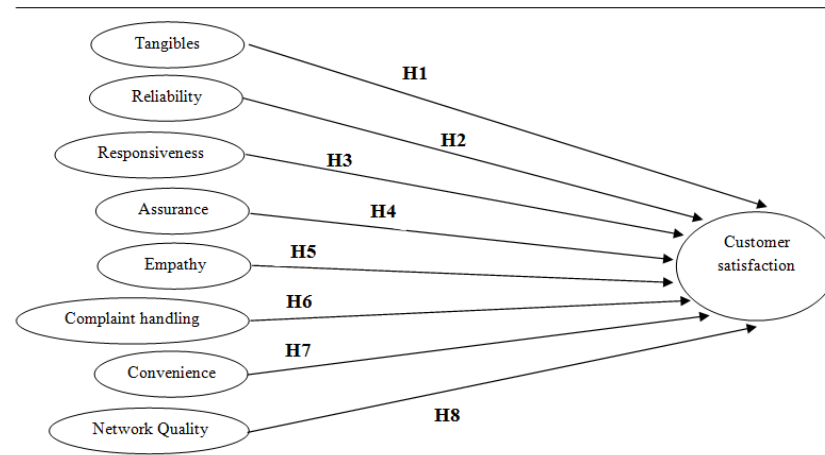
1. *Convenience*, yaitu kenyamanan yang diberikan pada pelanggan dengan cara menghemat waktu dan usaha dari pelanggan saat melakukan transaksi.
2. *Complaint Handling*, yaitu keterampilan dalam menangani keluhan pelanggan.

Selanjutnya ada dimensi kualitas teknik, dalam konteks operator seluler dimensi ini terkait dengan kualitas jaringan (*network quality*) yang dirasakan pelanggan

2.2. Customer Satisfaction

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau kinerja layanan yang dirasakan dengan harapan pada produk atau layanan tersebut. Jika kinerja layanan atau produk tersebut tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, jika kinerja layanan atau produk sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja layanan atau produk melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas dan senang [6].

23 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Rahhal (2015)

Berdasarkan kerangka pemikiran pada Gambar 2.1, komponen dari service quality adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *complaint handling*, *convenience*, dan *network quality*. Service quality yang baik tentunya akan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Namun, jika service quality tidak dilaksanakan dengan baik, maka *customer satisfaction* juga akan berdampak negatif.

24 Hipotesis Penelitian

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *assurance* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *assurance* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *complaint handling* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *complaint handling* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *convenience* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *convenience* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *emphaty* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H4 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *emphaty* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *network quality* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H5 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *network quality* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *reliability* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H6 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *reliability* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *responsiveness* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H7 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *responsiveness* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H0 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *tangibles* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

H8 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *tangibles* terhadap *customer satisfaction* pada Telkomsel.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, tujuan penelitian ini adalah konklusif, tipe penyelidikannya adalah kausal, berdasarkan keterlibatan peneliti adalah tidak mengintervensi data, unit analisis yang digunakan adalah individu, setting penelitian adalah non-contrived setting, dan waktu pelaksanaan penelitian ini adalah cross section. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

3.1. Populasi, Sampel, dan Pengumpulan Data

Kriteria populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan operator seluler Telkomsel se-Indonesia dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden. Sampel yang digunakan dibagi berdasarkan 3 zona wilayah Indonesia yaitu wilayah Indonesia Barat 325 sampel, wilayah Indonesia tengah 64 sampel dan wilayah Indonesia Timur 11 sampel agar terdapat perwakilan sampel dari setiap zona waktu Indonesia.

Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui kuesioner dengan indikator pertanyaan sebanyak 43 yang disebarikan melalui sosial media secara *online* dengan [link bit.ly/SkripsiGerrySyahdhan](http://link.bit.ly/SkripsiGerrySyahdhan). Data sekunder didapat dari *website* perusahaan, buku, berita, dan lain-lain.

3.2. Teknik Analisis Data

a) Structural Equation Modeling (SEM)

SEM adalah alat untuk menganalisis data multivariat terutama untuk menguji hubungan kausalitas (sebab akibat), keunggulan teknik analisis ini adalah dapat menentukan hubungan antara measurable variabel dengan konstruk atau variabel laten, seperti dalam analisis faktor, dan menentukan koefisien pengaruh konstruk yang satu dengan konstruk yang lainnya [8]. Penelitian ini menggunakan VB-SEM, yang digunakan untuk memprediksi hubungan variabel independen dan dependen dalam suatu model [4].

b) *Partial Least Square (PLS)*

Partial Least Squares (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang merupakan pembandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan prediksi [3]. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut *inner model*. Model pengukuran menjelaskan tentang variabel manifest (observable variabel) merepresentasikan variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk [3].

c) *Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA)*.

Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA) dapat digunakan untuk mengembangkan hasil dari Smart PLS atau menemukan saran pengembangan berdasarkan skor dari variabel laten [10]. IPMA secara umum membangun peta dua dimensi berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan dengan menggambarkan *performance* dalam garis horizontal atau sumbu X dan menggambarkan *importance* dalam garis vertikal atau sumbu Y [7].

4. Hasil Pembahasan

4.1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, responden yang digunakan adalah orang-orang yang menggunakan operator seluler Telkomsel se-Indonesia, Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis non probability sampling dengan jenis quota sampling serta menggunakan skala likert 1-5 dengan 43 butir item pertanyaan. Karakteristik responden terbagi berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan dan domisili responden. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 400 responden, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 221 orang (55,4%), mayoritas berusia 20 – 25 tahun (47,6%), mayoritas berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 234 (58,6%), dan mayoritas berdomisili di wilayah Waktu Indonesia Barat (WIB) sebanyak 325 orang (81,25%).

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen berhubungan pengukur dari setiap konstruk harus berkorelasi tinggi, uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* seluruh indikator yang mengukur konstruk tersebut. *Rule of Thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen yaitu untuk *outer loading* dengan nilai $> 0,70$ serta untuk *Average Variance Extracted (AVE)* bernilai $> 0,50$ [1].

Pada penelitian ini, hasil uji validitas konvergen pada seluruh indikator yang mengukur konstruk yaitu RB1, RB2, RB3, RB4, RB5, RB6, RB7, RP1, RP2, RP3, RP4, RP5, AS1, AS2, AS3, AS4, AS5, EP1, EP2, EP3, EP4, TB1, TB2, TB3, TB4, TB5, CN1, CN2, CN3, CH1, CH2, NQ1, NQ2, NQ3, NQ4, NQ5, NQ6, NQ7, NQ8, NQ9, CS1, CS2, dan CS3 dinyatakan valid karena seluruh indikator tersebut memiliki nilai *loading factor* $> 0,70$. Selanjutnya, pengukuran menggunakan AVE pada seluruh variabel yaitu RB, RP, AS, EP, TB, CN, CH, NQ, dan CS juga dinyatakan valid karena nilai AVE dari setiap variabel $> 0,50$.

4.2.2. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip konstruk berbeda yang seharusnya tidak berkorelasi tinggi, selanjutnya uji validitas diskriminan dapat dinilai berdasarkan nilai *cross loading* dengan pengukuran konstruksya. Dalam uji validitas diskriminan, nilai dari *cross loading* lebih dari 0,70 dalam satu variabel [1].

Berdasarkan hasil pengujian yang didapat pada penelitian ini menggunakan SmartPLS, didapat hasil bahwa RB1, RB2, RB3, RB4, RB5, RB6, RB7, RP1, RP2, RP3, RP4, RP5, AS1, AS2, AS3, AS4, AS5, EP1, EP2, EP3, EP4, TB1, TB2, TB3, TB4, TB5, CN1, CN2, CN3, CH1, CH2, NQ1, NQ2, NQ3, NQ4, NQ5, NQ6, NQ7, NQ8, NQ9, CS1, CS2, dan CS3 seluruhnya memiliki nilai *cross loading* $> 0,70$ serta setiap indikator memiliki nilai tertinggi pada konstruksya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain, sehingga dikatakan valid. Nilai *Fornell-Larckel Criterion* dari setiap variabel RB, RP, AS, EP, TB, CN, CH, NQ, dan CS memiliki nilai yang lebih besar dengan konstruksya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain.

4.2.3. Uji Reliabilitas

Reliability menyangkut tingkat kepercayaan, konsistensi atau kestabilan hasil suatu pengukuran yang merupakan ciri bahwa suatu instrumen pengukur baik. Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's alpha* dengan *rule of thumb* yang digunakan untuk nilai koefisien adalah minimal 0,7 yang menunjukkan bahwa kuesioner memiliki realibilitas cukup baik [1]. Dapat dilihat pada Tabel 4.1 hasil uji reliabilitas pada penelitian ini.

Tabel 4.1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
AS	0.898	0.858
CH	0.912	0.806
CN	0.795	0.713
CS	0.916	0.863
EP	0.890	0.835
NQ	0.942	0.930
RB	0.906	0.880

RP	0.895	0.853
TB	0.891	0.846

Sumber : Data yang telah diolah

Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* > 0,70.

4.2.4. Uji Inner Model

Inner model dalam PLS dievaluasi menggunakan *R Square* untuk konstruk dependen, nilai *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural [1]. Kriteria R^2 jika nilai menunjukkan 0,75 berarti model tersebut kuat; jika hasil menunjukkan 0,5 berarti model *moderate* / sedang; jika hasil menunjukkan 0,25 berarti model lemah [3]. Sedangkan kriteria penilaian pada *Q Square* yang baik adalah jika nilai *Q Square* > 0 sehingga menunjukkan model mempunyai *predictive relevance* dan jika *Q Square* < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Tabel 4.2 akan menunjukkan hasil *R Square*.

Tabel 4.2 Hasil R Square

Variabel Laten	R Square	Keterangan
Customer Satisfaction	0.582	Moderate

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa variabel *customer satisfaction* memiliki *R Square* sebesar 0,582 yang berarti konstruk tersebut memiliki kekuatan *moderate*. Selanjutnya Tabel 4.3 akan memperlihatkan nilai *Q Square predictive relevance* dari variabel *customer satisfaction*.

Tabel 4.3. Hasil Q Square

Variabel Laten	Q Square	Predictive Relevance	Keterangan
Customer Satisfaction	0.424	Ya	Baik

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa variabel *customer satisfaction* dinyatakan baik dan memiliki *predictive relevance* karena nilai yang dihasilkan > 0.

4.2.5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan PLS tingkat signifikansi dapat dilihat berdasarkan nilai koefisien *path* atau *inner model*. Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat menggunakan perbandingan antara nilai *T-table* dan *T-statistics*. Hipotesis dikatakan terdukung apabila nilai *T-statistics* > *T-table*. Untuk penelitian dengan tingkat keyakinan sebesar 95 persen (*alpha* 5 persen) nilai *T-table*nya adalah $\geq 1,96$ untuk *two tailed* dan $\geq 1,64$ untuk *one tailed*. [1]

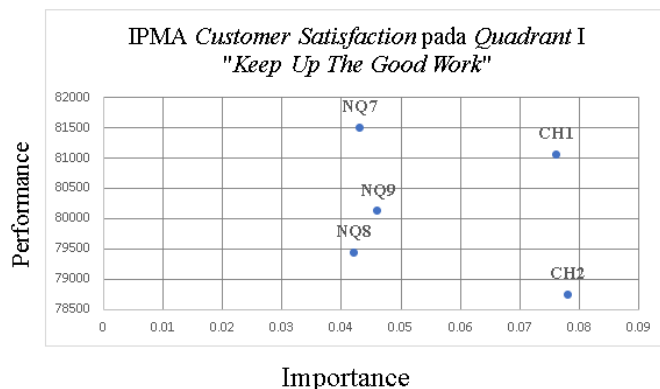
Tabel 4.4. Hasil Bootstrapping

Hipotesis	Hubungan Konstruk	Path Coeficient	T-statistics	P Values	Keterangan
H1	AS -> CS	0.084	1.138	0.128	Ditolak
H2	CH -> CS	0.067	2.443	0.007	Diterima
H3	CN -> CS	0.064	0.436	0.332	Ditolak
H4	EP -> CS	0.064	1.362	0.087	Ditolak
H5	NQ -> CS	0.072	4.878	0.000	Diterima
H6	RB -> CS	0.079	1.094	0.137	Ditolak
H7	RP -> CS	0.091	0.342	0.366	Ditolak
H8	TB -> CS	0.075	0.354	0.362	Ditolak

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis *one tailed* pada penelitian ini terdapat dua hipotesis yang diterima dan enam hipotesis yang ditolak. Kedua hipotesis yang diterima tersebut memiliki nilai *T-statistics* 2,413 > 1,64 untuk H2, dan untuk H5 yaitu 5,166 > 1,64.

4.2.6. Pengujian *Importance and Performance Matrix (IPMA)*



Gambar 4.1 Hasil IPMA Customer Satisfaction

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa indikator CH1, CH2, NQ9, NQ7, dan NQ8 memiliki nilai high importance dan high performance yang tinggi sehingga Telkomsel harus mempertahankannya, karena kelima indikator variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap customer satisfaction.

5. Kesimpulan

1. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *assurance* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *assurance* tidak mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *complaint handling* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *complaint handling* mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
3. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *convenience* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *convenience* seperti perusahaan memiliki jam kerja yang baik, cabang diberbagai kota, dan cabang di daerah terpencil tidak mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
4. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *emphaty* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *emphaty* tidak mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *network quality* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *network quality* mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
6. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *reliability* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *reliability* tidak mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
7. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *responsiveness* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *responsiveness* tidak mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
8. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *tangibles* terhadap *customer satisfaction*. Indikator pada variabel *tangibles* tidak mempengaruhi *customer satisfaction* dalam penelitian ini.
9. Indikator CH1, CH2, NQ9, NQ7, dan NQ8 memiliki nilai *high importance* dan *high performance* yang tinggi sehingga Telkomsel harus mempertahankannya, karena kelima indikator variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Berdasarkan hasil statistik yang didapat, variabel *complaint handling* dan *network quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rahhal (2015) pada penelitiannya bahwa *complaint handling* dan *network quality* merupakan hal yang paling penting bagi operator seluler untuk mencapai customer satisfaction, sehingga jika operator seluler mampu memberikan *network quality* dan *complaint handling* yang baik, maka tingkat *customer satisfaction* akan menjadi lebih baik.

Daftar Pustaka

- [1] Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square Alternatif Structral Equation Mdeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- [2] Devega, Evita. (2019). *Pelanggan Punya Lebih dari 3 Kartu SIM, Bagaimana Registrasinya?*. Diakses pada 15 April 2019, dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/11324/pelanggan-punya-lebih-dari-3-kartu-sim-bagaimana-registrasinya/0/sorotan_media.
- [3] Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Indrawati, P. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- [5] Kotler, Philip., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [6] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Essex : Pearson Education Limited.
- [7] Latan, H., & Noonan, R. (2017). *Partial Least Squares Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*. Springer.
- [8] Latan, Hengki., dan Gudono. (2013). *SEM Structural Equation Modelling Aplikasi Software TETRAD IV*. Yogyakarta: BPFE.

- [9] Rahhal, Wael. (2015). *The Effect of Service Quality Dimension on Customer Satisfaction : An Empirical Investigation in Syrian Mobile Telecommunication Services. International Journal of Business and Management Invention*, 81-89.
- [10] Ramayah, T., Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., dan Memon, M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0*. Kuala Lumpur: Pearsion.