

Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Mytelkomsel Tahun 2024

1st Natalia Devi
Falkutas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

natalievida@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Leni Cahyani
Falkutas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

lenicahyani@telkomuniversity.ac.id

3rd Rahmat Hidayat
Falkutas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

rahmathidayat@telkomuniversity.ac.id

Abstrak - MyTelkomsel merupakan perangkat lunak telepon pintar yang mudah digunakan yang menawarkan layanan keuangan, paket internet, dan pembelian pulsa. Aplikasi ini dirancang untuk membantu pelanggan dan berfungsi sebagai alat layanan mandiri bagi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kepuasan pengguna terhadap aplikasi MyTelkomsel, mengukur umpan balik pelanggan mengenai kualitas layanan elektronik yang diberikan, dan mempelajari hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan elektronik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk mengumpulkan data, 100 pengguna aplikasi dikirim kuesioner dengan menggunakan metode non-probability sampling.

Sumber data utama adalah survei; Sumber sekunder meliputi buku, jurnal, internet, penelitian sebelumnya, dan sumber lain yang terkait dengan konsep teoritis dan variabel penelitian. Selama fase analisis data, digunakan pengujian normalitas, pengujian hipotesis, dan analisis deskriptif. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik diapresiasi (X) dan kepuasan pelanggan (Y) berada pada kategori sangat baik. Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan elektronik memiliki korelasi yang sangat kuat, menurut hasil perhitungan uji regresi linier sederhana. Variabel Kualitas Layanan Elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan apabila presentase korelasinya cukup tinggi.

Kata Kunci - Kualitas Layanan Elektronik, Kepuasan Pelanggan, MyTelkomsel.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan dunia berdampak pada kehidupan manusia, terutama berhubungan dengan komunikasi. Jika anda memilih untuk berkomunikasi, tidak ada batasan jarak, dan bahkan lokasi yang sulit dijangkau pun dapat diakses dengan mudah. Saluran komunikasi tradisional seperti telepon dan SMS (layanan pesan

singkat) secara bertahap digantikan oleh Internet, karena telah ditetapkan bahwa individu terus-menerus terhubung ke jaringan.

Pertumbuhan ini menunjukkan adopsi teknologi yang pesat dan meluas di masyarakat Indonesia. Memahami tren ini penting bagi para pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, penyedia layanan internet, dan pelaku industri digital, untuk merancang kebijakan dan strategi yang mendukung pertumbuhan dan meningkatkan infrastruktur internet. Selain itu, fakta bahwa telepon genggam merupakan perangkat utama untuk mengakses internet menunjukkan perlunya mengoptimalkan konten dan aplikasi berbasis mobile. Ini juga menekankan pentingnya infrastruktur seluler yang handal dan akses internet yang terjangkau di seluruh wilayah Indonesia.

Melalui MyTelkomsel, pengguna dapat merasakan layanan pelanggan yang sangat baik dengan cara yang sangat efisien. Pelanggan MyTelkomsel seharusnya memiliki lebih banyak kebebasan untuk berinteraksi dengan aplikasi ini melalui sistem layanan mandiri. Bahkan, aplikasi MyTelkomsel menawarkan sejumlah fungsi, termasuk kemampuan bagi pengguna untuk membeli pulsa dan paket internet, melihat sisa pulsa dan kuota paket, menghubungi layanan pelanggan yang baik, dll.

Penyedia layanan seluler harus memberikan layanan terbaiknya guna membangun nilai yang akan menarik bagi pelanggan. Hasilnya, MyTelkomsel tumbuh menjadi aplikasi web terpopuler di Indonesia dengan layanan pelanggan yang sangat baik. Oleh karena itu, para akademisi berpendapat bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan, khususnya terkait bagaimana kualitas layanan memengaruhi kebahagiaan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah yang ingin diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna aplikasi MyTelkomsel?
2. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kualitas layanan elektronik aplikasi MyTelkomsel?
3. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi MyTelkomsel?

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

Pemasaran adalah sistem operasi komersial komprehensif yang menetapkan harga, mengiklankan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk menyenangkan klien saat ini dan potensial, menurut Roni Mohamad & Endang Rahmi (2021).

Wichmann et al. (2020) mendefinisikan pemasaran sebagai proses di mana orang atau organisasi menciptakan dan mempertukarkan komoditas dan nilai untuk memenuhi tujuan mereka. Menciptakan nilai dan memuaskan kebutuhan dan keinginan adalah tujuan pemasaran. Oleh karena itu, pemasaran dapat dianggap sebagai manajemen pasar dengan tujuan mendorong komunikasi dan interaksi.

Pemasaran adalah proses canggih dalam perusahaan yang menciptakan taktik untuk memenuhi permintaan dan harapan klien untuk mendapatkan uang dari transaksi, menurut Rambe & Aslami (2022:215).

B. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan perpaduan antara kemampuan dan keahlian dalam mengidentifikasi kategori pasar sasaran serta taktik untuk menarik klien baru dan mempertahankan klien yang sudah ada dengan memberikan dan mempromosikan nilai yang lebih tinggi kepada mereka. Kotler dan Keller (2021)

Manajemen pemasaran, menurut Sudarsono (2020), merupakan proses perencanaan dan implementasi yang mencakup memimpin, mengatur, dan mengoordinasikan operasi pemasaran di dalam suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi dengan sukses.

Manajemen pemasaran didefinisikan oleh Sumarsid & Atik Budi Paryanti (2022) sebagai serangkaian tindakan yang meliputi analisis program, implementasi, dan pengawasan untuk mencapai konsumen dan keberhasilan.

C. Kualitas Pelayanan

Putri (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai pelayanan pelanggan yang baik yang disampaikan sesuai dengan standar pelayanan yang

ditetapkan yang berfungsi sebagai parameter penyampaian.

Manengal (2021) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keadaan dinamis yang terkait langsung dengan barang, jasa, orang, prosedur, dan keadaan sekitarnya untuk memenuhi atau melampaui tingkat kualitas pelayanan yang disyaratkan.

Azwar (2020) menegaskan bahwa kualitas layanan adalah cara lain bagi konsumen untuk melakukan penelitian tentang jenis layanan yang mungkin mereka antisipasi akan terima.

D. E-Service Quality

Menurut Laricha et al., dalam Juhria et al., (2021:57) bahwa kualitas pelayanan elektronik merupakan versi baru dari kualitas layanan, secara umum karena kualitas layanan elektronik dapat dikembangkan untuk mengevaluasi layanan yang disediakan di internet.

Kemudian menurut Alchalidy et al. (2020) terdapat empat dimensi e-service quality, yaitu:

1. *Efficiency*

Kemampuan aplikasi untuk merespon permintaan pengguna secara cepat atau responsif, sehingga terjadinya efisiensi.

2. *Fulfillment*

Aplikasi menyediakan informasi-informasi lengkap dan relevan yang dibutuhkan pengguna.

3. *System Availability*

Ketersediaan sistem dalam menyediakan akses fitur-fitur dalam aplikasi yang bisa digunakan pengguna kapan saja.

4. *Privacy*

Kebijakan-kebijakan aplikasi dalam memenuhi keamanan dan privasi para penggunanya.

E. Kepuasan Pelanggan

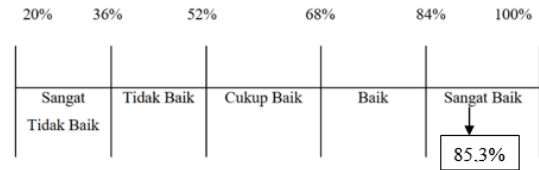
Kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller (dalam Syria I. N., 2023) adalah kepuasan yang diperoleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa apabila produk atau jasa tersebut memenuhi harapannya.

Sesaria (2020) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai reaksi pelanggan yang dinyatakan melalui sentimen atau evaluasi terhadap suatu produk yang telah memenuhi persyaratan dan harapannya.

Tiga metrik yang digunakan oleh Fatini dan Dewi (2020) untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Kepercayaan konsumen terhadap apa yang akan mereka terima ditunjukkan sesuai dengan harapan.
2. Keinginan untuk kembali, perilaku yang teguh, dan dedikasi terhadap produk—yang semuanya pada akhirnya membangkitkan minat pelanggan untuk melakukan lebih banyak perjalanan ke sana.

3. Kemampuan untuk memenuhi persyaratan, keinginan, dan harapan konsumen dengan cara yang membuat mereka bersedia untuk menyarankan produk tersebut kepada calon pembeli lain dikenal sebagai kemauan untuk merekomendasikan.



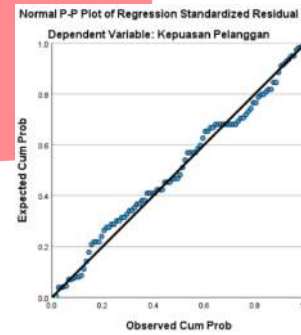
GAMBAR 2
Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil dari garis kontinum pada variabel Kepuasan Pelanggan ditunjukkan dengan 85,3%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil secara umum untuk variabel Kepuasan Pelanggan berada pada kategori sangat baik.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji hubungan antara Kualitas Layanan Elektronik dan Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan desain kuantitatif dan metodologi survei. Seratus pengguna program MyTelkomsel menjadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah non-probability sampling. Skala Likert 5 poin digunakan sebagai dasar kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data. Survei dibagi menjadi dua bagian: bagian pertama mengukur Kualitas Layanan Elektronik, dan bagian kedua mengukur Kepuasan Pelanggan.

C. Uji Normalitas



GAMBAR 3
Hasil P-Plot Uji Normalitas

Berdasarkan analisis normalitas menggunakan p-plot, dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, hal ini terlihat dari penyebaran titik-titik yang mengikuti pola diagonal dan sejajar dengan arah diagonal tersebut.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

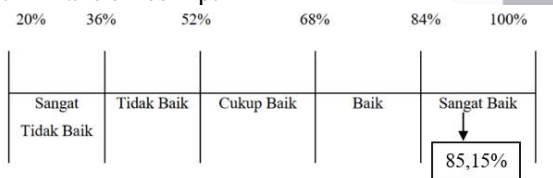
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil analisis data, semua butir pernyataan untuk variabel kualitas layanan elektronik dan kepuasan pelanggan memiliki nilai lebih tinggi dari nilai r tabel yaitu 0,195 yang menunjukkan keabsahannya. Nilai Croach Alpha variabel kualitas layanan elektronik ditetapkan sebesar 0,885, jauh di atas batas 0,60. Dengan demikian, variabel instruksional dapat dikatakan sangat reliabel. Sedangkan nilai Croach alpha variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,776, lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, variabel tersebut juga dikatakan reliabel.

D. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penemuan konstanta dengan nilai 5,954 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan yang memiliki nilai 5,954 dan variabel kualitas layanan elektronik saling terkait. Koefisien untuk variabel E-Service Quality (X) adalah 0,384, yang berarti akan terjadi kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,384 untuk setiap kenaikan 1% nilai E-Service Quality. Hasil ini signifikan secara statistik karena analisis tabel koefisien menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05.

B. Analisis Deskriptif



GAMBAR 1
Garis Kontinum Variabel E-Service Quality

Hasil dari garis kontinum pada variabel E-Service Quality ditunjukkan dengan 85,15%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil secara umum untuk variabel E-Service Quality berada pada kategori sangat baik.

E. Uji Parsial (Uji T)

Nilai t-tabel yang diperoleh setelah menghitung derajat kebebasan (df = 98) adalah 1,984. Dengan nilai t-hitung sebesar 14,393 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,984, maka hasil uji t secara parsial menunjukkan adanya pengaruh variabel Kualitas Layanan Elektronik (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima sedangkan H0 ditolak. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan (Y)

dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik (X) pada aplikasi MyTelkomsel.

F. Koefisien Determinasi

Dengan rentang 76% hingga 99%, nilai korelasi R sebesar 0,824 (82,4%) menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Selain itu, R-kuadrat (koefisien determinasi) sebesar 0,679 yang berarti 67,9% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik. Faktor-faktor lain, seperti taktik pemasaran dan promosi, yang berada di luar cakupan penelitian ini, memengaruhi 32,1% sisanya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi deskriptif variabel E-Service Quality pada aplikasi MyTelkomsel, sebanyak 85,15% responden menilai kualitas layanan elektronik secara keseluruhan sangat baik.

Selain itu, studi deskriptif variabel Kepuasan Pelanggan aplikasi MyTelkomsel menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berada pada kategori sangat baik dengan persentase sebesar 85,3%.

Investigasi tambahan mengungkap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel E-Service Quality (X). P-plot, di mana titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, menggambarkan bagaimana uji normalitas menunjukkan bahwa data studi terdistribusi normal. Temuan Uji Regresi Linier Sederhana, yang menunjukkan hubungan positif dan nilai koefisien Kualitas Layanan Elektronik sebesar 0,384, mendukung pengaruh ini. Dengan nilai t hitung sebesar 14,393 lebih tinggi dari t tabel senilai 1,984, hasil Uji Parsial (Uji-T) menunjukkan pengaruh yang kuat dari variabel Kualitas Layanan Elektronik (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Akibatnya, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada akhirnya, variabel E-Service Quality berkontribusi 67,9% terhadap Kepuasan Pelanggan, menurut Uji Koefisien Determinasi.

B. Saran

Peneliti merekomendasikan kepada perusahaan untuk meningkatkan kinerja aplikasi dengan mengurangi waktu pemuatan, memastikan respons yang cepat, serta segera menangani bug atau masalah teknis yang dilaporkan oleh pengguna. Hal ini bertujuan agar kualitas layanan elektronik aplikasi MyTelkomsel dapat memenuhi harapan pengguna.

Peneliti menganjurkan perusahaan untuk mempermudah proses transaksi dengan menyederhanakan langkah-langkah dalam pembelian pulsa dan internet, serta pembayaran tagihan. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan integrasi sistem

dengan penyedia layanan dan sistem pembayaran agar transaksi dapat berlangsung tanpa gangguan, sehingga pengguna aplikasi MyTelkomsel dapat melakukan pembelian dan pembayaran dengan lebih mudah.

Peneliti menyarankan agar Telkomsel lebih berkonsentrasi pada peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan oleh aplikasi MyTelkomsel guna meningkatkan mutu layanan elektronik (E-Service Quality) di organisasi. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap aplikasi, penting untuk memperhatikan elemen-elemen kecil yang dapat mendukung ekspektasi pengguna.

REFERENSI

- Colorado, L. C. (2020). Service quality and perceived value as users' satisfaction antecedents of Colombia's telecommunications enterprises. *Contaduria y Administracion*.
- Kusumarini, I. (2021). Kualitas Pelayanan Staf Front Office Hotel Di Bali. *Jurnal Bisnis Hospital*, 10.
- Manengal, P. B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 42-46.
- Maulina, S. &. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Simpeldesa (Sistem Informasi Manajemen Pelayanan Desa) Di Desa Cimenyan Area Treg 3 Jawa Barat Pada Tahun 2022.
- P Kotler & K L Keller, H. K. (2020). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Jakarta: John Wiley & Sons.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 104-114.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Abadi.