

ABSTRAK

Boy Irawan, 2007, Pengaruh Kualitas Pelayanan Call Center Terhadap Loyalitas Pelanggan *TELKOMFlexi* di Kota Bandung, di bawah bimbingan Drs. Dharsono Yusli, MS., Ak.

Penilaian Kualitas Pelayanan Call Center *TELKOMFlexi* ditinjau dari lima dimensi, yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dari penelitian diketahui besarnya nilai koefisien korelasi Pearson antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,406. Nilai koefisien korelasi ini jika dibandingkan dengan kriteria Guilford menunjukkan hubungan yang sedang/cukup erat. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 16,46% yang berarti sebesar 16,46% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dan sisanya sebesar 83,54% menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, sedangkan tipe penelitian pada penulisan ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para pelanggan *TELKOMFlexi* yang berada di area kota Bandung. *TELKOMFlexi* merupakan salah satu produk dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., yang bergerak dalam bidang komunikasi yang fokus utamanya adalah menjual produk *fixed line* dan *fixed wireless*. Perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan, seperti halnya *TELKOMFlexi* dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka.....	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.1.1 Konsep Inti Pemasaran.....	19
2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	22
2.1.1.3 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	22
2.1.2 Perilaku Konsumen (Consumer Behavior).....	28
2.1.3 Kualitas.....	31
2.1.3.1 Perspektif Kualitas.....	31
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	33
2.1.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	34
2.1.4.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	37
2.1.4.3 Model Kualitas Pelayanan.....	39
2.1.4.4 Biaya Kualitas Pelayanan.....	43

2.1.4.5 Manfaat Kualitas Pelayanan.....	44
2.1.4.6 Faktor-faktor Penyebab Kualitas Pelayanan yang Buruk.....	45
2.1.4.7 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	46
2.1.5 Jasa.....	49
2.1.5.1 Karakteristik Jasa.....	50
2.1.5.2 Klasifikasi Jasa.....	53
2.1.6 Loyalitas Pelanggan (Loyalty).....	57
2.1.6.1 Karakteristik Loyalitas.....	58
2.1.6.2 Faktor Pengukuran Loyalitas.....	58
2.1.6.3 Dasar-dasar Program Loyalitas.....	61
2.1.6.4 Tingkatan Loyalitas Pelanggan.....	63
2.1.6.5 Penggolongan Loyalitas Pelanggan.....	67
2.1.6.6 Menjaga Loyalitas Pelanggan.....	69
2.1.7 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	70
2.2 Kerangka Pemikiran.....	71
2.3 Hipotesis.....	73

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	74
3.2 Metode Penelitian.....	74
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	75
3.2.2 Jenis dan Sumber Data.....	80
3.2.3 Metode Penentuan Sampel.....	80
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.2.5 Analisis Data.....	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	89
4.1.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia.....	89
4.1.2 Visi dan Misi.....	93
4.1.3 Struktur Organisasi.....	94

4.1.3.1 Lima Pilar Bisnis.....	94
4.1.3.2 Kelompok Bisnis.....	95
4.1.3.3 Unit Bisnis.....	96
4.1.3.4 Yayasan-yayasan.....	97
4.1.3.5 Anak Perusahaan.....	97
4.1.4 Ruang Lingkup <i>TELKOMFlexi</i>	99
4.1.4.1 Definisi Layanan <i>TELKOMFlexi</i>	99
4.1.4.2 Jenis Layanan <i>TELKOMFlexi</i>	100
4.1.4.3 Keunggulan <i>TELKOMFlexi</i>	101
4.1.5 Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i>	102
4.1.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	102
4.1.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan..	102
4.1.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelayanan.	105
4.1.7 Profil Pelanggan.....	107
4.2 Pembahasan.....	114
4.2.1 Kualitas Pelayanan Call Canter <i>TELKOMFlexi</i>	114
4.2.1.1 Dimensi <i>Tangible</i> dari Kualitas Pelayanan.....	115
4.2.1.2 Dimensi <i>Reliability</i> dari Kualitas Pelayanan.....	122
4.2.1.3 Dimensi <i>Responsiveness</i> dari Kualitas Pelayanan.....	129
4.2.1.4 Dimensi <i>Assurance</i> dari Kualitas Pelayanan.....	135
4.2.1.5 Dimensi <i>Empathy</i> dari Kualitas Pelayanan.....	142
4.2.2 Loyalitas Pelanggan.....	148
4.2.2.1 Penggunaan Kembali Produk atau Jasa.....	149
4.2.2.2 Mereferensikan Kepada OrangLain.....	150
4.2.2.3 Kekebalan Pelanggan Terhadap Penawaran Produk Lain.....	152
4.2.2.4 Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i>	153
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Call Center Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	154
4.2.4 Korelasi Antara Variabel X (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	155

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 159

5.2 Saran..... 160

DAFTAR PUSTAKA..... 161

LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 163

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Fluktuasi Panggilan yang Masuk ke Call Center PT. TELKOM Periode Jan - Okt 2006.....	8
Tabel 1.2	Data Fluktuasi Panggilan yang Masuk ke Call Center <i>TELKOMFlexi</i> Periode Jan - Okt 2006.....	9
Tabel 1.3	Tarif Pulsa Operator CDMA.....	11
Tabel 1.4	Jumlah Personel yang Terlibat dalam Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i> di KANDATEL Bandung.....	12
Tabel 1.5	Jumlah Jalur Telepon yang Disediakan Untuk Pelayanan Call Center PT. Infomedia.....	15
Tabel 2.1	<i>Price Quality Strategies</i>	25
Tabel 2.2	<i>The Four Type Of Loyalty</i>	67
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	77
Tabel 3.2	Jumlah Pelanggan yang Menghubungi Call Center <i>TELKOMFlexi</i> Pada Bulan Jan - Okt 2006.....	81
Tabel 3.3	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	87
Tabel 4.1	Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	103
Tabel 4.2	Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	105
Tabel 4.3	Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	105
Tabel 4.4	Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	106
Tabel 4.5	Data Umum Responden Menurut Jenis Kelamin.....	107
Tabel 4.6	Data Umum Responden Menurut Usia.....	107
Tabel 4.7	Data Umum Responden Menurut Profesi.....	108
Tabel 4.8	Data Umum Responden Menurut Pendapatan.....	109
Tabel 4.9	Data Umum Responden Menurut Kepemilikan Telepon Selular.....	110
Tabel 4.10	Data Umum Responden Menurut Anggaran Biaya.....	110
Tabel 4.11	Operator Selular Utama yang Digunakan.....	111

Tabel 4.12	Lamanya Berlangganan.....	112
Tabel 4.13	Penggunaan Layanan Call Center.....	112
Tabel 4.14	Kecepatan Solusi.....	113
Tabel 4.15	Kualitas Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i> Untuk Dimensi <i>Tangible</i>	115
Tabel 4.16	Kualitas Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i> Untuk Dimensi <i>Reliability</i>	122
Tabel 4.17	Kualitas Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i> Untuk Dimensi <i>Responsiveness</i>	129
Tabel 4.18	Kualitas Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i> Untuk Dimensi <i>Assurance</i>	135
Tabel 4.19	Kualitas Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i> Untuk Dimensi <i>Empathy</i>	142
Tabel 4.20	Menelepon Kembali Call Center Bila Menghadapi Masalah....	150
Tabel 4.21	Mereferensikan Jasa atau Produk <i>TELKOMFlexi</i> Kepada Orang Lain.....	151
Tabel 4.22	Kekebalan Pelanggan Terhadap Penawaran Produk Lain.....	152
Tabel 4.23	Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Call Center <i>TELKOMFlexi</i>	153
Tabel 4.24	<i>Correlations</i>	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo <i>TELKOMFlexi</i>	13
Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran.....	21
Gambar 2.2	Lima Level Produk.....	23
Gambar 2.3	Model Kualitas Pelayanan.....	41
Gambar 2.4	<i>Profit Generator System</i>	66
Gambar 2.5	Paradigma Pemikiran.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penelitian Penyusunan Skripsi
2. Berita Acara Bimbingan
3. Kuesioner Penelitian
4. Surat Pernyataan
5. Tabulasi Nilai Tanggapan Responden (ordinal)
6. Tabulasi Nilai Total Tanggapan Responden (interval)
7. Riwayat Hidup