

Analisis pengukuran customer satisfaction index dengan metode structural equation modeling di industri telekomunikasi

Monasisca Noviannei, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284831&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada perusahaan telekomunikasi. Perusahaan telekomunikasi yang dijadikan objek penelitian adalah PT Telkomsel, PT Exelcomindo Tbk., dan PT Indosat Tbk., dengan sampel diambil dari pelanggan ketiga operator tersebut yang berada di Jabodetabek dan menggunakan kartu prabayar. Variabel yang digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap kepuasan adalah image (citra perusahaan), customer expectation (harapan pelanggan), perceived quality (kualitas yang dirasakan pelanggan), dan perceived value (nilai yang dirasakan pelanggan). Dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), didapatkan bahwa ternyata faktor customer expectation tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun tetap memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui pengaruhnya terhadap anteseden dari kepuasan, seperti image dan perceived quality. Faktor perceived value tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan. Selain itu, didapatkan pula bahwa faktor image, customer expectation, perceived quality, dan customer satisfaction merupakan empat faktor utama yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk itu, ketiga operator selular tersebut perlu mempertimbangkan faktor image dan perceived quality dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

.....This study aimed to investigate the influence of factors which influenced the increasing of customer satisfaction in the telecommunication companies. Telecommunications Company which becomes object of the research is PT Telkomsel, PT Exelcomindo Tbk., dan PT Indosat Tbk., and samples were taken from their customers who live in Jabodetabek and use their pre-paid cards. The variables which are used to analyze their effects to customer satisfaction are image, customer expectation, perceived quality, and perceived value. The using of Structural Equation Modeling (SEM) showed that customer expectation does not have any significant direct effect on customer satisfaction although still has significant indirect effect through its influence on the antecedents of satisfaction as image and perceived quality. In addition, perceived value does not have any significant effect on customer satisfaction. On the other side, image, customer expectation, perceived quality, and customer satisfaction are four factors which have significant effect on loyalty. Thus, those providers need to consider the factor image and perceived quality in improving customer satisfaction, which in turn will increase the loyalty of their customers.