

ABSTRAK

Pengaruh Kepuasan Atas Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang)

Oleh : Meiryza Astuti/2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan seberapa jauh pengaruh kepuasan pelanggan atas bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada kartu Simpati Telkomsel di Kota Padang

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padang, pada sepuluh Universitas yang berada di Kota Padang pada tahun 2011 dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa tingkat Universitas di Kota Padang yang mengetahui tentang produk kartu Simpati Telkomsel. Sampel diambil dengan *Accidental Sampling* dengan menggunakan rumus *Cochran*, dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan angket. Untuk melihat pengaruh kepuasan atas bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Simpati Telkomsel di Kota Padang digunakan analisis jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan program SPSS versi 15.00

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kepuasan atas produk berpengaruh langsung sebesar 39,18% dan pengaruh tidak langsung sebesar 15,27%, (2) kepuasan atas harga berpengaruh langsung sebesar 21,53% dan pengaruh tidak langsung sebesar 18,40%, (3) kepuasan atas distribusi berpengaruh langsung sebesar 0,689% dan pengaruh tidak langsung sebesar -5,67%, (4) kepuasan atas promosi berpengaruh langsung sebesar 0,0009% dan pengaruh tidak langsung sebesar -0,1288%, (5) kepuasan atas orang berpengaruh langsung sebesar 1,145% dan pengaruh tidak langsung sebesar 3,612%, (6) kepuasan atas proses berpengaruh langsung sebesar 3,17% dan pengaruh tidak langsung sebesar -13,29%, dan (7) kepuasan atas bukti fisik berpengaruh langsung sebesar 0,0025% dan pengaruh tidak langsung sebesar -0,047%.

Berdasarkan hasil penelitian disarankan agar perusahaan Manajemen PT.Telkomsel harus memberikan pelayanan penggantian simcard kartu yang rusak kepada pelanggan. Menawarkan tarif internetan yang lebih murah dari perusahaan pesaing atau provider lain. Memberikan pelatihan kerja dan *training* kerja kepada karyawan. Agar lebih meningkatkan positioning terhadap logo kartu simpati agar lebih mempertajam ingatan pelanggan. Meningkatkan program promosi melalui *even – even*, dan kegiatan promosi lainnya seperti melakukan bazar di sekolah – sekolah bahkan mensponsori kegiatan yang dilakukan di kampus – kampus. Meningkatkan saluran distribusinya dengan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak agar saluran distribusi lebih banyak sehingga memudahkan konsumen dalam menerima produk. Mempermudah pelanggan dalam prosedur pengurusan back up data, karena layanan ini cukup bagus sebagai layanan penyimpanan data pelanggan.