

Pengaruh Purnajual dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome Pt. Telkom Indonesia Medan (Studi pada Masyarakat Kota Medan)

Fathurahman Noeryakin*, Faisal Eriza

Universitas Sumatera Utara, Indonesia

ABSTRACT

This article aims to analyze that after sales have an effect on consumer loyalty Indihome in the city of Medan. Second, to analyze the effect of service quality on consumer loyalty Indihome in the city of Medan. Third, to analyze the effect of after-sales and service quality on the loyalty of Indihome consumers to the people in the city of Medan. This study used 96 respondents as a sample, using purposive sampling. The analytical method used is quantitative analysis which includes multiple linear regression analysis, T-test, F-test, and coefficient of determination test. The test was carried out using SPSS 25. The results of data analysis showed that there was a positive and significant service effect between after-sales and quality. The results of this study indicate that if there is a change in the independent variables after sales and service quality, there will also be changes in consumer loyalty. This is indicated by the results of the Adjusted R Square analysis of 0.615, which means that after-sales and service quality have an influence on consumer loyalty as much as 61.5%, while the remaining 38.5% is influenced by other variables not examined in this study.

ARTICLE HISTORY

Submitted 09 February 2022
Revised 16 February 2022
Accepted 23 February 2022

KEYWORDS

After-sales; service quality; consumer loyalty

CITATION (APA 6th Edition)

Fathurahman Noeryakin, et al. (2022). Pengaruh Purnajual dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome Pt. Telkom Indonesia Medan (Studi Pada Masyarakat Kota Medan). *Regress: Journal of Economics & Management*. 1(3), 89-99.

*CORRESPONDANCE AUTHOR

fathurkim03@gmail.com

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi dan informasi didunia khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan internet di Indonesia juga telah mempengaruhi stabilitas ekonomi. Berbagai kegiatan dilakukan secara online dan menggunakan internet. kegiatan yang sebelumnya hanya biasa dilakukan dengan tatap muka secara langsung, kini dapat diakses dengan mudah hanya menggunakan smartphone. Seperti belanja online melalui smartphone, Belajar secara online dan bahkan bekerja dari rumah atau yang biasa disebut WFH (Work From Home) menjadi aktivitas lumrah bagi masyarakat. Ini dikarenakan kegiatan yang dilakukan secara online dapat menghemat waktu dan tenaga serta mendukung program pemerintah dalam pencegahan tersebarnya wabah Covid-19 yang terjadi di Indonesia.

Tren ini tentunya harus didukung oleh internet yang kuat dan stabil seperti yang ditawarkan pihak PT. Telkom Indonesia dengan produknya yang bernama IndiHome. Dikarenakan kegiatan kegiatan tersebut memerlukan internet agar dapat diakses dari dalam rumah pengguna itu sendiri. PT. Telkom memberikan layanan Internet rumah yang terdiri dari telepon rumah, Internet cepat on fiber hingga 300Mbps dan interactive TV yang dilengkapi dengan Internet.

Merebaknya virus corona telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian global. Bahkan, setelah resmi dinyatakan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), virus ini semakin menekan kondisi perekonomian diberbagai sektor. Perilaku konsumen diberbagai sektor bisnis berubah. Konsumen menjadi sangat berhati-hati untuk melakukan konsumsi dan berusaha untuk menjaga diri dan keluarganya untuk tetap bertahan disituasi ini. Pun wilayah-wilayah kota dan negara mulai melakukan penutupan. Tidak ada lalu lintas dan aktifitas yang normal seperti beberapa bulan lalu. Tidak heran jika krisis kesehatan berdampak pada krisis ekonomi secara bersamaan. Dampak dari kondisi ini, masyarakat terganggu dalam menjalani kegiatan mereka seperti Belajar, Bekerja, dan Belanja kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya.

PT. Telkom Indonesia mencatat adanya kenaikan penjualan setelah diberlakukannya himbauan physical distancing guna menekan penyebaran wabah Covid-19. Dengan adanya pemindahan seluruh aktivitas ke rumah,



kebutuhan pokok menjadi pencarian utama masyarakat Indonesia dari awal himbauan physical distancing diberlakukan. Karena masyarakat cenderung melakukan kegiatan secara online seperti bekerja dari rumah, belajar secara online bahkan memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya. Tentu saja ini menjadi peluang terbesar pihak PT. Telkom Indonesia untuk meningkatkan penjualan produk unggulan mereka yaitu Indihome.

Indihome (Indonesia Digital Home) merupakan layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari internet on fiber atau high speed internet, phone (telepon rumah), dan televisi (Usee-TV cable). Dikeluarkannya produk layanan Indihome ini sehubungan dengan mulai beralihnya jaringan Telkom dari kabel tembaga ke kabel fiber optic. Indihome merupakan produk bundling sehingga harga yang ditawarkan kepada pelanggan juga harga paket sesuai kebutuhan paket yang digunakan oleh pelanggan. Iklim market bagi bisnis telekomunikasi yang semakin ketat dan kompleks ditandai dengan kian bertambahnya operator telekomunikasi. Industri telekomunikasi juga bisa dibilang sebagai salah satu industri besar di Indonesia. Pasti Anda menyadari bahwa dalam beberapa tahun belakangan kita sudah biasa melakukan kegiatan secara online. Ini dikarenakan kegiatan akan dengan lebih efektif dan efisien dilakukan secara online. Berikut ini adalah beberapa penyedia layanan telekomunikasi yang ada di Indonesia.

- IndiHome

Dulunya dikenal dengan nama Speedy Internet, Indihome fiber dari Telkom Indonesia terkenal dengan jangkauan yang sangat luas. Tentu saja hal ini dikarenakan Telkom merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang membuat Indihome lebih unggul dalam kecepatan dan kestabilan jaringan dibandingkan provider lainnya.

Indihome menawarkan beberapa pilihan paket yang beragam dari segi kecepatan internet, jumlah layanan, dan harga. Kamu bebas memilih kecepatan internet mulai dari 10Mbps sampai 300Mbps. Kamu juga bisa memilih paket internet yang sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan dirumah anda.

- First Media

Layanan internet satu ini memiliki layanan TV kabel yang cukup handal dimana First media sangat cocok buat kamu yang menyukai hiburan dan TV kabel. Kamu bisa menikmati 179 channel lokal dan internasional dengan kualitas HD 4K dan kualitas suara Dolby Digital. First Media menyediakan layanan TV kabel di semua pilihan paket internet yang bisa kamu pilih dengan harga yang terjangkau.

- MyRepublic

Merupakan salah satu provider yang kompetitif baik dari segi harga maupun kecepatan internet. Mereka memiliki beragam paket dan kecepatan internet mencapai 300Mbps. Walau saat ini belum memiliki jangkauan daerah yang luas, tapi MyRepublic sudah tersedia di kota-kota besar di Indonesia, MyRepublic lebih condong bagi mereka yang menyukai main game online karna mereka menyediakan paket khusus untuk gamer.

- Biznet Home

Biznet Home terkenal dengan cakupan area yang luas dengan menyediakan layanan kabel fiber optik untuk lebih dari 100 kota di Indonesia. Biznet masih terus mengembangkan area cakupannya di kota-kota lain di seluruh Indonesia. Biznet menyediakan pilihan paket combo internet dan TV kabel, atau internet saja yang bisa kamu pilih sesuai kebutuhan. Meski layanan internet nya tidak secepat ISP lain, Biznet sudah memiliki kecepatan upload mencapai 100Mbps untuk kenyamanan berinternet pelanggannya.

- MNC Play

Merupakan salah satu provider internet dengan kecepatan tertinggi di Indonesia, kamu bisa memilihnya untuk menikmati internet di rumah. Dengan kapasitas network yang mencapai 10Gbps, MNC memastikan koneksi internet yang cepat dan stabil. MNC Play menggunakan teknologi Fiber To The Home (FTTH) yang menyediakan jaringan kabel optik 100% di seluruh jalur sampai rumahkamu. MNC Play juga menyediakan paket combo dengan menyediakan 180 channel TV lokal maupun Internasional.

Berbagai banyak provider yang ada di Indonesia, IndiHome hadir dengan kecepatan yang dan stabil dan tentunya dengan jaringan terluas dan dapat diakses di seluruh Indonesia. PT. Telkom Indonesia sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia memiliki 34.025 menara telekomunikasi dengan rincian 18.000 menara dimiliki oleh Telkomsel dan 16.025 sisanya milik Mitratel. Adapun secara industri Mitratel merupakan perusahaan menara kedua terbesar dari sisi jumlah menara. PT. Telkom tersebar di seluruh Indonesia, melalui keberadaan 7 divisi regional, 60 witel (wilayah telekomunikasi), 535 outlet plasa, Telkom melayani sekitar 200 juta pelanggan seluler, lebih dari 111 juta pelanggan broadband, 11 juta pelanggan fixed wireline, 1500 pelanggan korporat, 1000 pelanggan Institusi Pemerintah & lebih dari 300 ribu pelanggan UKM. Maka tidak heran PT. Telkom menjadi perusahaan telekomunikasi terbesar dan jaringan tercepat, terluas dan terstabil di Indonesia.

Berdasarkan laporan dari Investor.id(Kure, 2020) yang dirilis pada tahun 2020 PT. Telkom Indonesia melalui produknya IndiHome berhasil meningkatkan penjualan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 PT. Telkom Indonesia mendapatkan 5,1 juta pelanggan. Ditahun 2019 terjadi kenaikan yang sangat signifikan dari 5,1 juta pelanggan menjadi 7 juta pelanggan IndiHome. Dan sampai akhir bulan februari 2020 PT. Telkom Indonesia berhasil meningkatkan jumlah pelanggan menjadi 7,8 juta pelanggan IndiHome. Pada masa COVID-19 seperti saat ini terjadi kenaikan sebesar 2,6 juta konsumen. Memuaskan 7,8 juta konsumen di Indonesia, PT. Telkom Indonesia menawarkan berbagai kemudahan dan kenyamanan kepada seluruh konsumen. PT. Telkom Indonesia memberikan pelayanan maksimal dan memperhatikan purnajual kepada seluruh konsumen di Indonesia. PT. Telkom melakukan inovasi-inovasi baik dari segi produk, kualitas pelayanan maupun purnajual terhadap 7,8 juta konsumen IndiHome. Dimana terjadi peningkatan konsumen dimasa COVID-19 sekarang ini, dimana penduduk diharuskan untuk tetap berada di dalam rumah untuk mendukung anjuran dari pemerintah untuk tetap berada di rumah untuk mengurangi angka terjangkitnya COVID-19.

Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang memiliki keluhan atau klaim setelah kegiatan jual-beli berakhir. Tujuan layanan purna jual adalah untuk meningkatkan kesetiaan konsumen dalam menggunakan produk hasil buatan perusahaan. Selain itu, layanan purna jual juga meningkatkan kepuasan konsumen. Layanan purna jual meliputi pemberian garansi, penyediaan onderdil atau aksesoris, pemeliharaan atau konsultasi berkala, dan perbaikan suku cadang. Menjaga loyalitas para konsumen IndiHome, PT. Telkom Indonesia telah menyiapkan ratusan teknisi yang tersebar diberbagai STO di kota Medan. Teknisi-teknisi tersebar di berbagai STO atau kantor cabang di berbagai sudut kota Medan untuk dapat menjangkau seluruh konsumen yang tersebar di seluruh kota Medan. Teknisi-teknisi ini memiliki tugas perbaikan apabila ada peralatan yang mengalami gangguan ataupun kerusakan dan juga bertugas untuk memasang peralatan internet ke rumah calon konsumen. Teknisi PT. Telkom Indonesia selalu siaga dalam memenuhi panggilan atau keluhan dari seluruh konsumen demi menjaga kepercayaan maupun kepuasan konsumen.

Dilihat dari sudut pandang administrasi bisnis, kualitas pelayanan adalah sebuah prestasi atau pencapaian dalam layanan pelanggan. Hal ini sangat mencerminkan pada setiap pertemuan sebuah pelayanan. Pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan berasal dari sebuah pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan layanan yang dirasakannya dengan pelayanan yang diharapkan di mana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka pelanggan yang akan kecewa.

PT. Telkom Indonesia menawarkan berbagai solusi mudah bagi para calon konsumen yang hendak memasang jaringan IndiHome. Salah satu contoh kemudahan yang diberikan ialah customers service via online yaitu dengan menyediakan website resmi. Website resmi Indihome dapat dengan mudah di akses melalui smartphone maupun komputer/laptop dengan menulis alamat www.Indihome.co.id calon konsumen dapat menggali berbagai informasi mengenai indihome, mulai dari penjelasan produk, program-program yang dimiliki oleh PT. Telkom Indonesia. online customer service juga dihadirkan untuk memudahkan calon konsumen memahami Indihome dan meningkatkan kepercayaan bagi konsumen maupun calon konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Damsir (2019) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome Di Pekanbaru". Hasil yang didapat dari penelitian ini Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen layanan Indihome di Pekanbaru. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen layanan Indihome di Pekanbaru. Secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen layanan

Indihome di Pekanbaru. Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen layanan Indihome di Pekanbaru (Damsir, 2019).

Sebagai provider internet dan telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan jangkauan terluas dan banyaknya provider pesaing seperti yang telah peneliti jelaskan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana PT. Telkom Indonesia Medan menjaga loyalitas konsumen dengan menerapkan purnajual (After Selling) untuk melihat bagaimana PT. Telkom Indonesia Medan menjaga loyalitas dari konsumen Indihome dan memperhatikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Kota Medan, Sumatera utara. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul "Pengaruh PurnaJual Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Indihome PT. Telkom Indonesia Medan (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)".

Berdasarkan penjelesan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini, yaitu: pertama, untuk menganalisis purnajualberpengaruh terhadap loyalitas konsumen Indihome di kota Medan. Kedua, untuk menganalisis kualitas pelayananberpengaruh terhadap loyalitas konsumen Indihome di kotaMedan. Ketiga, untuk menganalisis pengaruh purnajual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome pada masyarakat di kotaMedan.

Kajian Pustaka

Purna Jual

Menurut Kotler dan Armstrong (Kotler and Gary, 2008), pengertian layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut. Sedangkan Dharmmesta, dkk (Dharmmesta and Handoko, 2012), layanan purna jual adalah layanan yang diberikan oleh penjual setelah terjadi penjualan yang dapat berupa pemberian garansi, jasa reparasi, latihan tenaga profesional dan cara penggunaannya serta jasa pengantaran barang ke rumah.

Layanan purna jual memiliki beberapa unsur, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler(Kotler, 2002)bahwa unsur-unsur dalam layanan purna jual adalah sebagai berikut:

- Garansi
- Penyediaan Aksesoris
- Pelayanan pemeliharaan dan Perbaikan
- Fasilitas dan kelengkapan
- Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono(Fishendra, 2021), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Ukuran yang berbeda dapat digunakan untuk layanan, tetapi sebagian besar didasarkan pada pengalaman dan penelitian produksi. Dalam perkembangan selanjutnya, Parasuraman dkk merangkum lima dimensi utama atau dimensi yang terkait dengan masalah kualitas layanan (Parasuraman) (Asnawi, 2017) yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (reliability) adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya tanggap (responsiveness) adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif.
3. Jaminan (assurance) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan.

4. Perhatian (attention) adalah kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan.

5. Bukti langsung (tangible) adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi.

Menurut Nasution (Nasution, 2010), faktor-faktor dominan di dalam kualitas pelayanan terdiri dari:

1. Technical Quality, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima konsumen, Technical quality dapat dirinci lagi menjadi:

a. Searchquality, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi sebelumnya contohnya harga

b. Experiencequality, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pasien setelah mendapat pelayanan jasa contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan

c. Credencequality, kualitas yang sukar dievaluasi konsumen meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa contohnya kualitas operasi jantung

2. Functionalquality, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa

3. Corporate Image, yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus

Loyalitas Konsumen

Menurut Tjiptono (Tjiptono, 2011) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Morais dalam Sangadji dan Sopiah (Sangadji and Sopiah, 2013), menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Tjiptono (Sangadji and Sopiah, 2013) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu:

1. Pembelian ulang

2. Kebiasaan mengkonsumsi merek

3. Rasa suka yang besar pada merek

4. Ketetapan pada merek

5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah kota Medan. Sedangkan waktu penelitian dimulai dari bulan Januari 2021 di Kota Medan, Sumatera Utara

Penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang menggunakan Indihome di wilayah kota Medan. Dikarenakan jumlah populasi pada penelitian tidak diketahui dengan pasti maka dalam menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Rao Purba.

Menurut Rao Purba dalam Sujarweni (Sujarweni, 2015) jika jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus Rao Purba, yaitu:

$$n = (Z^2)/(4(Moe)^2)$$

Keterangan:

n = ukuran Sampel

Z = tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1.96

moe = Margin of Error Max, yaitu tingkat kesalahan maksimal sebesar 10%.

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

Maka jumlah sampel penelitian ini adalah 96 orang responden yang menggunakan Indihome di wilayah Kota Medan. Sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut :

Sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut :

Berumur 18 tahun ke atas

Berlanggan Indihome minimal 3 bulan pemakaian atau lebih

Berdomisili di kota Medan, Sumatera Utara

Pernah memiliki masalah dalam penggunaan Indihome

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2016) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

Ha1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara purnajual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di wilayah kota Medan

H01 : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara purnajual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di wilayah kota Medan.

Ha2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara purnajual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di wilayah kota Medan

H02 : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara purnajual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di wilayah kota Medan

Ha3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara purna jual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di wilayah kota Medan

H03 : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara purnajual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di wilayah kota Medan

PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,761	2,133		3,169	,002
	Purna Jual	,417	,066	,560	6,280	,000
	Kualitas Pelayanan	,285	,088	,289	3,236	,002

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan *Program Software Statistika*, diperoleh hasil pengujian dan berkaitan dengan teori Purna Jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel purna jual dimana sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,280 > 1,661$) maka dengan hasil tersebut H_{a1} dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Purna jual (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas konsumen(Y).

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan *program software statistika*, diperoleh hasil pengujian dan berkaitan dengan teori variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel kualitas pelayanan dimana sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,236 > 1,661$) maka dengan hasil tersebut H_{a2} dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas konsumen(Y).

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan program software statistika, dapat dilihat bahwa purna jual dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 2. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	656,757	2	328,378	77,007	,000 ^b
	Residual	396,577	93	4,264		
	Total	1053,333	95			
a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Purna jual						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 77,007, dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $77,007 > 3,09$ atau $0,000 < 0,05$. Berkaitan dengan teori yang ada, hal ini menunjukkan variabel bebas yang terdiri dari purna jual (X1) dan kualitas pelayanan(X2) secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,624	,615	2,065
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Purna jual				
b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Korelasi adalah hubungan atau keeratan antara 2 variabel, dimana terdiri dari 1 variabel independen dan 1 variabel dependen dan juga mengetahui arah hubungan. Adapun pedoman arti korelasi, sebagai berikut:

Tabel 4. Hubungan antar variabel

Nilai	Keterangan
0,00 – 0,199	Sangat tidak erat
0,20 – 0,399	Tidak erat
0,40 – 0,599	Cukup erat
0,60 – 0,799	Erat
0,80 – 1,000	Sangat erat

Sumber: Situmorang, dan Lutfi (Situmorang and Lutfi, 2014)

Nilai R sebesar 0,790 menunjukkan hubungan antara karakteristik purna jual (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar 79,0%. Hal ini berarti bahwa karakteristik purna jual (X1) dan karakteristik kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) memiliki hubungan yang erat. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,624 menunjukkan bahwa karakteristik purna jual (X1) dan karakteristik kualitas pelayanan (X2) mampu menjelaskan loyalitas konsumen (Y) sebesar 61,5%. Sedangkan sisanya 38,5 % dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Pengaruh purna jual terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan.

Berdasarkan teori, purna jual dapat diartikan adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang memiliki keluhan atau klaim setelah kegiatan jual-beli berakhir. Tujuan layanan purna jual adalah untuk meningkatkan kesetiaan konsumen dalam menggunakan produk hasil buatan perusahaan. Selain itu, layanan purna jual juga meningkatkan kepuasan konsumen. Layanan purna jual meliputi pemberian garansi, penyediaan onderdil atau aksesoris, pemeliharaan atau konsultasi berkala, dan perbaikan suku cadang.

Dari pengertian oleh para pakar, bisa disimpulkan layanan purna jual merupakan layanan pendukung terkait perawatan atau perbaikan produk dari perusahaan kepada konsumen setelah pembelian sebagai jaminan kualitas barang. Dengan demikian, konsumen dapat lebih percaya kepada perusahaan yang memberikan jaminan produk ini setelah melakukan pembelian.

Berdasarkan penelitian terhadap variabel purna jual, peneliti menemukan bahwa sebagian besar konsumen Indihome setuju bahwa variabel purna jual pada loyalitas konsumen Indihome PT. Telkom Indonesia Medan yang diteliti dalam penelitian ini sudah baik. Hal ini terlihat dari jawaban sebanyak 9 pernyataan yang mewakili variabel purna jual dan menggambarkan purna jual yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia Medan kepada seluruh

konsumen indihome di kota Medan. Seluruh pernyataan tersebut merupakan hasil penjabaran peneliti. Peneliti menggunakan 3 (tiga) indikator yaitu garansi, pelayanan pemeliharaan dan perbaikan, dan fasilitas dan kelengkapan.

Berdasarkan pengujian parsial (Uji T), variabel purna jual berpengaruh terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan pada masyarakat Kota Medan. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan yang terdapat pada tabel 4.40, dapat dilihat bahwa karakteristik purna jual dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,280 > t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang dapat diartikan bahwa karakteristik purna jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Adri Yeri Pratama Lase (2019) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi(Lase, 2020). Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan purna jual berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil diperoleh nilai r^2 angka ini sebesar 78,5%. Sedangkan dalam penelitian ini diperoleh nilai r^2 sebesar 62,4%. Sedangkan sisanya 37,6 % dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai r^2 dalam penelitian ini lebih rendah dibandingkan penelitian yang dilakukan oleh Lase (2019)(Lase, 2020).

Analisis Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan.

Berdasarkan teori, Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan / pengguna. Secara umum, kualitas layanan sering digunakan sebagai dasar untuk produk layanan karena produk utama yang dipasarkan adalah layanan yang berkualitas dan layanan ini dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas penyediaan layanan adalah dasar untuk pemasaran jasa. Kualitas layanan dapat digambarkan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan dan layanan yang dirasakan. Ketika harapan melebihi kinerja dan kualitas tidak memuaskan, itulah sebabnya pelanggan tidak puas.

Berdasarkan penelitian terhadap variabel kualitas pelayanan, peneliti menemukan bahwa sebagian besar konsumen Indihome setuju bahwa variabel kualitas pelayanan pada loyalitas konsumen Indihome PT. Telkom Indonesia Medan yang diteliti dalam penelitian ini sudah baik. Hal ini terlihat dari jawaban sebanyak 9 pernyataan yang mewakili kualitas pelayanan dan menggambarkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia Medan kepada seluruh konsumen indihome di kota Medan. Seluruh pernyataan tersebut merupakan hasil penjabaran peneliti. Peneliti menggunakan 5 (lima) indikator yaitu keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), perhatian (*Empathy*), dan bukti langsung (*Tangible*).

Berdasarkan pengujian parsial (Uji T), variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan pada masyarakat Kota Medan. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan yang terdapat pada tabel 4.40, dapat dilihat bahwa karakteristik purna jual dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,236 > t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang dapat diartikan bahwa karakteristik kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh dan Firdaus (2014) (Hidayat and Firdaus, 2014) melakukan penelitian berjudul, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan: (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya). Hasil dan implikasi dari penelitian ini adalah secara teoritis penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, dan harga berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu perusahaan penyedia

layanan komunikasi seperti PT. Telkom Indonesia harus memperhatikan kualitas pelayanan demi menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan.

Analisis Pengaruh purna jual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan.

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Dalam penelitian ini diperoleh hasil besarnya pengaruh purna jual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dapat ditunjukkan dengan hasil analisis R Square sebesar 0,615 yang berarti purna jual dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen yaitu sebanyak 61,5 %, sedangkan sisanya 38,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan nilai R sebesar 0,790 menunjukkan hubungan antara purna jual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 79,0%. Hal ini berarti bahwa karakteristik purna jual dan karakteristik kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen memiliki hubungan yang erat.

Berdasarkan hasil pengolahan data nilai F hitung adalah sebesar 77,007, Berkaitan dengan teori yang ada, hal ini menunjukkan variabel bebas yang terdiri dari purna jual (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y).

Berdasarkan uji analisis regresi linier berganda terlihat bahwa variabel purna jual merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap loyalitas konsumen dibandingkan kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,417 dimana ini memiliki arti bahwa jika purna jual ditingkatkan satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0,417. Dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan pada variabel independen purna jual dan kualitas pelayanan maka akan terjadi juga perubahan pada loyalitas konsumen. Contoh regresi berganda adalah tingkat loyalitas konsumen Indihome dipengaruhi oleh purna jual yang diberikan PT. Telkom Indonesia Medan terhadap seluruh konsumen Indihome di Kota Medan, apabila kualitas purna jual yang diberikan memenuhi kebutuhan konsumen maka tingkat loyalitas konsumen terhadap produk Indihome, sebaliknya apabila kualitas purna jual yang diberikan tidak memenuhi kebutuhan konsumen maka tingkat loyalitas konsumen Indihome juga akan ikut menurun. Sehingga purna jual (X_1) akan mempengaruhi loyalitas konsumen (Y) secara positif.

Berdasarkan penelitian terhadap variabel loyalitas konsumen, yang terdiri dari 8 pernyataan yang mewakili variabel loyalitas konsumen yang menggambarkan baik atau buruknya loyalitas konsumen pada indihome PT. Telkom Indonesia Medan. Seluruh pernyataan tersebut merupakan hasil penjabaran dari 4 (empat) indikator yaitu kebiasaan mengkonsumsi merek, rasa suka yang besar, keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik, dan ketetapan pada merek. Dari keempat indikator tersebut dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Kemudian indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi 8 (delapan) pernyataan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Nugroho (2015)(Nugroho, 2015) melakukan penelitian berjudul, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta) dan diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimana purna jual dan kualitas pelayanan menjadi point penting dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas konsumen yang harus diperhatikan oleh PT. Telkom Indonesia Medan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh purna jual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, maka dapat disimpulkan seperti berikut:

- Berdasarkan pengujian parsial, variabel purna jual berpengaruh terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan pada masyarakat Kota Medan.
- Berdasarkan pengujian parsial, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan pada masyarakat Kota Medan.
- Berdasarkan hasil pengujian simultan bahwa variabel purna jual dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen indihome PT. Telkom Indonesia Medan pada masyarakat Kota Medan.

REFERENSI

- Asnawi, A. (2017). Servqual Model terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Bongkar Muat dan Emkl (Studi Pada P.T. Sarana Bandar Nasional Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 1(1).
- Damsir, M. L. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome di Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Dharmmesta, B. S., and Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPPFE.
- Fishendra, M. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee and Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 6(1).
- Hidayat, D. R., and Firdaus, M. R. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya). *JWM: Jurnal Wawasan Manajemen*, 2(3).
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi 1*. Jakarta: PT Perhalindo.
- Kotler, P., and Gary, A. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kure, E. (2020). *2020, Telkom Targetkan Pelanggan IndiHome Capai 8,3 juta*.
- Lase, A. Y. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 1(6), 221–228.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen Jasa Terpadu, Cetakan Kedua*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Nugroho, N. T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta). *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(02).
- Sangadji, E. M., and Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Situmorang, S. H., and Lutfi, M. (2014). *Analisis Data. Edisi ke 3*. USU Press Medan.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D) Edisi ke-18*. Bandung: Alfa Beta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.