



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CALL
CENTRE ESIA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN ESIA**

KARYA AKHIR

**OLEH
KUSDINAR
55106120167**

Yayasan Meadita Bhakti UNIVERSITAS MERCU BUANA Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	11 Feb 2018
No. Reg. :	1. T09100362 2. TM 110/108

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAGEMEN
2009**

Buku ini milik
PERPUSTAKAAN UM
Harap dijaga keutuhannya



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CALL CENTRE
ESIA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN ESIA**

**KARYA AKHIR
DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**OLEH
KUSDINAR
55106120167**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2009**

ABSTRACT

In the preparation of the end of the task, the author gives the title "**The Quality of Service Call Center Customer Satisfaction Esia of Customer Loyalty and Esia**". To find out how much the effectiveness of the use of the service call center itself, if still need to be addressed so that the services provided by call center agents can provide more value to customers and the company itself.

Because current methods for the measurement of customer satisfaction in the most sms notification system that is sent automatically after finish call customer call center, this is only a sms confirmation for answers satisfied or not satisfied for any service call center, so that the answers given represent less elements of satisfaction, which not only consists of one element only question.

To be able to understand the influence of the quality of services provided in the survey techniques used to direct customers to a minor who had contact to the phone call center. However, constraints of time that is found in the survey was given to the use of email, phone or meet directly with customers.

To be able to compete with the telecommunications industry at this time improving the quality of customer service must be made in the call center. Analysis that was done showed that there is a strong influence to affect the satisfaction and loyalty of customers.

Based on the condition that the indicator can be customer satisfaction is not only an indicator of the future so that only the method of measurement of the company can be added other indicators.

Based on the results of the overall calculation can be done so that the variables for the quality of call center services that consist of Reliability, Responsiveness, Emphaty, Assurance, and tangible influence satisfaction and loyalty of customers Esia.

ABSTRAK

Dalam penyusunan tugas akhir, penulis memberikan judul "**Kualitas Pelayanan Call Center Terhadap Kepuasan Pelanggan Esia dan Loyalitas Pelanggan Esia**". Guna mengetahui seberapa besar efektivitas penggunaan layanan *call center* sendiri, apakah masih perlu dibenahi sehingga layanan yang diberikan oleh agen *call center* dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan dan perusahaan itu sendiri.

Saat ini metode untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagian besar pada sms notifikasi yang dikirimkan sistem secara otomatis setelah pelanggan selesai menghubungi *call centre*, sms ini hanya berisi konfirmasi untuk jawaban puas atau tidak puas saja terhadap layanan *call centre*, sehingga jawaban yang diberikan kurang mewakili unsur kepuasan yang tidak hanya terdiri dari satu elemen pertanyaan saja.

Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh yang berikan dalam kualitas pelayanan maka digunakan teknik survey langsung ke pelanggan esia yang pernah melakukan kontak telepon ke *call centre*. Namun kendala yang ditemui adalah waktu dalam melakukan survei yang diberikan dengan menggunakan sarana email, telepon ataupun langsung bertemu dengan pelanggan.

Untuk dapat bersaing dengan industri telekomunikasi saat ini peningkatan kualitas pelayanan pelanggan harus dilakukan di *call centre*. Analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi kepuasan dan loyalitas dari pelanggan.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat diketahui bahwa indikator kepuasan pelanggan tidak hanya dari satu indikator saja sehingga nantinya metode pengukuran dari perusahaan dapat ditambahkan indikator lainnya.

Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan yang dilakukan sehingga variabel kualitas layanan call center yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Emphaty*, *Assurance*, dan *Tangible* mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan Esia.

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Call Centre Esia Terhadap
Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Esia**

Bentuk Karya Akhir : Riset

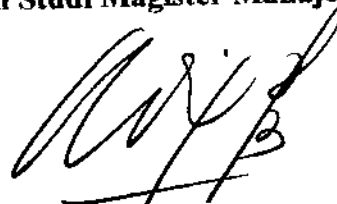
Nama : Kusdinar

N I M : 5510612-0167

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

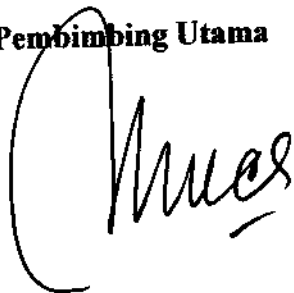
Tanggal : Agustus 2009

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec.

Pembimbing Utama



Muchsin Saggaff Shihab, MBA, PhD

Pembimbing II



Rina Astini, SE, ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Call Centre Esia Terhadap
Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Esia**
Bentuk Karya Akhir : Riset
Nama : Kusdinar
NIM : 5510612-0167
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Agustus 2009

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolaannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2009



Kusdinar

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Call Centre Esia Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Esia**. Karya akhir ini merupakan prasyarat guna meraih gelar magister manajemen pada Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Selama proses penulisan karya akhir ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dukungan, saran, petunjuk, dan dorongan motivasi, baik secara moril maupun spiritual dari semua pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak DR. Muchsin Shihab, MBA, Phd selaku pembimbing utama dan Ibu Rina Astini, SE,ME selaku pembimbing II pada karya akhir ini, atas bimbingan beliaulah penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ayahanda Drs. Amir Saripudin, Ibunda Sumarni, Kakakku Nuraeni ST,MM dan Adikku Hans yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini.
3. Tunanganku Neneng Nurhayati SE, terimakasih sayang atas bantuan dan dukungannya.
4. Rekan-rekan di PT. Bakrie Telecom khususnya divisi call centre, terimakasih atas dukungannya selama ini.
5. Bapak Dolly di A-one printing, terimakasih untuk waktu dan fasilitasnya.

6. Sahabat-sahabat tersayang Reni, Doni, Adi, Novi, Mba Noni, Pa Maman, Komara, Mas Ilham, Ety, Pa Dewa, Pa Dede dan Bu Asti, terima kasih atas *support* kalian.
7. Angkatan IX Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungannya kepada penulis.
8. Wisma staff BAA, terima kasih atas bantuannya selama penulis belajar.

Akhir kata semoga karya akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain.

Jakarta, Agustus 2009

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penulisan	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penulisan	8
1.4. Sistematika Penulisan	9
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	11
2.2. Visi dan Misi Perusahaan	11
2.3. Lingkup Bidang Usaha	12
2.4. Sumber Daya Manusia	13
2.4. Tantangan Bisnis	14
2.5. Proses Bisnis	16
BAB III KAJIAN PUSTAKA	
3.1. Call Centre	17

3.2. Kepuasan.....	19
3.3. Kepuasan Pelanggan.....	20
3.4. Loyalitas.....	25
3.5 Penelitian Terdahulu.....	30

BAB IV METODE RISET

4.1. Objek Riset	31
4.2. Metode Riset.....	31
4.3. Jenis Data dan Sumber Data.....	32
4.4. Populasi dan Sampel.....	32
4.5. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
4.6. Teknik Pengambilan Data.....	35
4.7. Identifikasi Variabel.....	36
4.8. Model Hubungan Variabel.....	36
4.9. Teknik Analisis Data.....	38
4.10. Kerangka Pemikiran.....	39
4.11. Hipotesa.....	40
4.11. Operasional Variabel.....	40

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1. Penelitian dan Pembahasan	43
5.2. Karakteristik Responden.....	43

5.3. Analisa Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas	51
5.4. Pembahasan Analisis.....	59
 BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1. Kesimpulan.....	70
6.2. Rekomendasi.....	72
 DAFTAR PUSTAKA	 74
LAMPIRAN	77
RIWAYAT HIDUP	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Komposisi Pegawai PT. Bakrie Telecom	13
Tabel 4.1: Variable, Dimensi, dan Indikator dalam penelitian	41
Tabel 5.1: Frekuensi Sreening Responden	44
Tabel 5.2: Pendapat Responden Mengenai <i>Reliability</i>	46
Tabel 5.3: Pendapat Responden Mengenai <i>Responsiveness</i>	47
Tabel 5.4: Pendapat Responden Mengenai <i>Assurance</i>	48
Tabel 5.5: Pendapat Responden Mengenai <i>Emphaty</i>	48
Tabel 5.6: Pendapat Responden Mengenai <i>Tangible</i>	49
Tabel 5.7: Pendapat Responden Mengenai Kepuasan	50
Tabel 5.8: Pendapat Responden Mengenai Loyaltis.....	51
Tabel 5.9: <i>Goodness of fit statistics</i>	54
Tabel 5.10: <i>Goodness of Fit Indices (GFI)</i>	55
Tabel 5.11: <i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	56
Tabel 5.12: <i>Ecpetec Cross Validation Index (ECVI)</i>	57
Tabel 5.13: <i>Akaike's Information Criteria (AIC) dan CAIC</i>	58
Tabel 5.14: Fit Index.....	59
Tabel 5.15: Koefisien Regresi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Key Performance Indicator Call Centre.....	16
Gambar 4.1 Hubungan variabel dan bentuk SEM	37
Gambar 4.2 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 5.1: <i>Syntax Confirmatory Factor Analysis</i>	52
Gambar 5.2: Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas	61
Gambar 5.3: <i>output</i> hubungan antar variabel.....	63
Gambar 5.4: T-values.....	66
Gambar 5.5: <i>Output Covariance Matrix of Independent Variables</i>	68

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 5.1: Path Diagram Confirmatory Factor Analysis	53
Diagram 5.2: Diagram Basic Model	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Koding Kuesioner	77
Lampiran 2. Kuesioner.....	80
Lampiran 3. Data Service Quality Call Centre Esia	84