PENGARUH KUALITAS PANGGILAN SELULER DAN NILAI EKONOMIS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI

(STUDI PADA PEMBELIAN PRODUK TELKOMSEL PRABAYAR SIMPATI DI PONTIANAK)

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

EGI SAPUTRA

NIM. B1021181006

THE EFFECT OF MOBILE CALL QUALITY AND ECONOMIC VALUE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION

(A STUDY ON PURCHASES OF TELKOMSEL PREPAID SIMPATI PRODUCTS IN PONTIANAK)

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

EGI SAPUTRA

NIM. B1021181006

PERNYATAAN BEDAS DARI PLAG IAT

Naina	:Egi Saputra
NIM	:B1021181006
Jurusan	:Manajemen
Konsentrasi	:Pemasaran
Judul Kaiya Akhir	:Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).
Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnyamenjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 18 Juni 2025



Egi Saputra
NIM. B1021181006

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Egi Saputra
NIM	: B1021181006
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 18 Juni 2025

Judul Karya Akhir:
Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 18 Juni 2025



Egi Saputra
NIM. B1021181006

LEMBAR YURIDIS

PENGARUH KUALITAS PANGGILAN SELULER DAN NILAI EKONOMIS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA PEMBELIAN PRODUK TELKOMSEL PRABAYAR SIMPATI DI PONTIANAK)

Penanggung Jawab Yuridis

Egi Saputra
B1021181006

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konscntrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : 18 Juni 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. NIP. 197509212000032005	29/07/2025	
PombUnbing2	Dr. Juniwati, S.E., M.P. NIP. 196206031989032001	29/07/2025	
Penguji 1	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. NIP. 196908171995121004	29/07/2025	
penguji 2	Dr. Wenny Pebńanti, S.E., M.Sc. NIP. 198502072006042001	29/07/2025	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program Riset Karya Akhir dan Komprehensif untuk Mempeoleh gelar sarjana

Pontianak, 21 AUG 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

Bin ro Bagus Parmono, S.E., M.M.
NIP. 19920508 209031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Alharndulliah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)"** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan prograrn srata saru (Sl) program Studi Manajemen Fakultas Ekonsmi dan Bisnis Universitas TanjungpurJ porrtianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada kedua orang tua dan keluarga yang saya cintai. Penulis juga banyak rnendapatkan birnbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengircapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Gamda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpum.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Sl Manajemen Faktrltas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
6. Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis mulai sejak pertama sebagai mahasiswa Sl Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura, hingga berhasil menyelesaikan Karya Akhir.
7. Dr. Juniwati, S.E., M.P. selaku Dosen pembimbing Riset Karya Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan dan pengalaman berharga sebagai penulis artikel ilmiah hingga dapat terbit di jurnal Copernicus.
8. Bapak dan Ibu Dosen pengelola Riset Karya Akhir Program Studi Manajemen yang telah memberikan materi serta pengarahan selama program berlangsung.

9. Bapak dan lbu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran berharga bagi penulis selama menjalani perkuliahan sebagai mahasiswa S1 Manajemcn di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
10. Orang tua tcrcinta, Bapak Amsyah dan Ibu Rusnani atas doa, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas yang menjadi sumber semangat penulis dalam menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
11. Beasiswa Bidikmisi yang telah memberikan manfaat beasiswa, kesempatan bagi penulis untuk mengikuti program pembinaan dan tumbuh bersama orang-orang hebat yang memberikan pengaruh positif kepada penulis.
12. Teman-teman yang telah memberikan lingkungan yang mendukung dan membantu penulis untuk tumbuh lebih baik dari sebelumnya.
13. Serta semua pihak yang telah memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa penulis tuliskan satu per-satu.

Pontianak, 18 Juni 2025



Egi Saputra
NIM. B1021181006

Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi

(Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

Egi Saputra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Telkomsel dikenal sebagai jaringan telekomunikasi terkemuka di Indonesia. Namun, beberapa pelanggan masih mengeluhkan kualitas jaringan yang tidak selalu sesuai harapan serta tarif layanan yang dianggap relatif tinggi. Telkomsel merupakan salah satu penyedia layanan transmisi terbesar di Indonesia dengan basis pelanggan mencapai 169,2 juta. Perusahaan ini menawarkan kartu perdana prabayar yaitu Simpati yang dirancang untuk memenuhi beragam kebutuhan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Mobile Call Quality dan Value for Money terhadap Customer Satisfaction serta dampaknya terhadap Customer Loyalty pada pengguna produk simpati. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas layanan dan persepsi nilai dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di industri telekomunikasi yang sangat kompetitif. Data dikumpulkan dari 200 responden yang merupakan pengguna aktif Telkomsel prabayar khususnya produk Simpati dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4 menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mobile Call Quality dan Value for Money berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction, yang selanjutnya berdampak positif terhadap Customer Loyalty. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi Telkomsel khususnya pada produk Simpati dalam mengelola kualitas layanan dan persepsi nilai untuk mempertahankan pelanggan jangka panjang.

Kata Kunci: Kualitas Panggilan Seluler, Nilai Ekonomis, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Telkomsel Simpati

The Influence of Cellular Call Quality and Economic Value on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediator

(A Study on the Purchase of Telkomsel Prepaid Simpati Products in Pontianak)

Egi Saputra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

Telkomsel is recognized as a leading telecommunications network in Indonesia. However, some customers continue to express concerns about network quality not always meeting expectations and service rates perceived as relatively high. As one of the largest transmission service providers in Indonesia, Telkomsel serves a customer base of approximately 169.2 million. The company offers a prepaid starter card, Simpati, designed to meet various user needs. This study aims to analyze the influence of Mobile Call Quality and Value for Money on Customer Satisfaction and its impact on Customer Loyalty among Simpati users. The research is motivated by the importance of service quality and perceived value in maintaining customer satisfaction and loyalty in the highly competitive telecommunications industry. Data were collected from 200 respondents who are active Telkomsel prepaid users, specifically of the Simpati product, using purposive sampling. Data analysis was conducted using SmartPLS 4 software with a Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Squares. The results show that both Mobile Call Quality and Value for Money significantly influence Customer Satisfaction, which in turn positively affects Customer Loyalty. These findings offer strategic implications for Telkomsel, particularly regarding the Simpati product, in managing service quality and perceived value to retain long-term customers.

Keywords: Mobile Call Quality, Value for Money, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Telkomsel Simpati

RINGKASAN KARYA AKHIR

Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi

(Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

1. Latar Belakang

Industri telekomunikasi di Indonesia mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan peningkatan infrastruktur serta adopsi teknologi canggih seperti jaringan 5G. Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), sebanyak 66,48% penduduk Indonesia telah mengakses internet, naik dari 62,10% pada tahun 2021. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin menerima dan memanfaatkan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Di tengah perkembangan ini, PT Telkom Indonesia berfokus pada pembangunan infrastruktur serta pengembangan platform digital yang cerdas dan terjangkau guna memperkuat daya saing nasional dalam era digital (Warnila & Oktaviyah, 2024). Namun demikian, implementasi teknologi seperti 5G tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti kesiapan infrastruktur dan pengelolaan frekuensi yang masih perlu dibenahi (Nirwana, 2023).

Telkomsel, sebagai anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia dan Singtel yang berdiri sejak 1995, telah berkembang menjadi operator seluler terbesar di Indonesia dengan cakupan layanan yang menjangkau sekitar 90% populasi. Perusahaan ini dikenal sebagai pelopor layanan GSM dan terus berinovasi, termasuk meluncurkan teknologi 3G pada tahun 2006 dan layanan 5G pada tahun 2021. Hingga tahun 2020, Telkomsel memiliki sekitar 169,5 juta pelanggan, menunjukkan dominasi pasar yang kuat. Komitmen perusahaan dalam memperluas jaringan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi mencerminkan dedikasi dalam memberikan layanan komunikasi yang andal dan modern kepada masyarakat Indonesia.

Salah satu aspek penting yang selalu menjadi prioritas Telkomsel adalah menjaga kualitas layanan, termasuk kualitas panggilan seluler. Kualitas panggilan yang jernih, stabil, dan tanpa gangguan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Munawir Lobubun (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar

52,8%. Artinya, lebih dari separuh variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, kualitas panggilan perlu dijaga agar perusahaan dapat terus mempertahankan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

Selain kualitas layanan, persepsi terhadap Value for Money (VfM) atau nilai untuk uang juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pelanggan untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Merry et al. (2023), VfM mencerminkan sejauh mana produk mampu memberikan manfaat optimal sebanding dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen, yang mencakup tiga elemen utama: ekonomis, efisiensi, dan efektivitas. Jika pelanggan merasa bahwa layanan yang diterima sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, maka kepuasan mereka cenderung meningkat, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas.

Kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas jangka panjang. Studi oleh Santoso dan Mirza (2023) menemukan bahwa kualitas jaringan dan aspek empati dalam pelayanan menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di DKI Jakarta. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung loyal dan tidak mudah berpindah ke penyedia layanan lain. Loyalitas pelanggan Telkomsel sendiri juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti community marketing, switching barrier, serta kualitas layanan dan produk (Sani et al., 2024).

Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas. Adi et al. (2022) menemukan bahwa kualitas layanan dan persepsi nilai secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, yang kemudian memediasi hubungan dengan loyalitas pelanggan. Hal serupa juga diungkapkan oleh Manacika et al. (2024) dalam penelitiannya. Namun, masih terdapat hasil yang bervariasi terkait pengaruh kualitas panggilan dan Value for Money terhadap kepuasan dan loyalitas, sehingga memberikan ruang untuk eksplorasi lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas panggilan seluler dan Value for Money terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna produk Telkomsel, khususnya Simpati. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi bagi pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan dan retensi pelanggan di industri telekomunikasi Indonesia yang semakin kompetitif.

2. Permasalahan

1) Apakah *Mobile Call Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

2) Apakah *Value for Money* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

3) Apakah *Mobile Call Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

4) Apakah *Value for Money* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

5) Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

6) Apakah *Mobile Call Quality* mempengaruhi *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

7) Apakah *Value for Money* mempengaruhi *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

3. Tujuan Penelitian

1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak

2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak

3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak

4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak

5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak

6) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak

7) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak

4. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan kausal. Dalam prosesnya, penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Instrumen survei menggunakan skala Likert lima tingkat, dengan pilihan jawaban sebagai berikut: "Sangat Setuju" bernilai 5, "Setuju" bernilai 4, "Netral" bernilai 3, "Tidak Setuju" bernilai 2, dan "Sangat Tidak Setuju" bernilai 1. Penilaian terhadap *mobile call quality* dilakukan menggunakan 3 indikator yang disusun berdasarkan penelitian (Ramadania et al., 2018). Sementara itu, variable value for money dievaluasi melalui 3 indikator yang diadaptasi dari kajian (Wulansari & Daulay, 2023). Adapun customer satisfaction diukur berdasarkan 3 indikator yang dikembangkan dari penelitian (Dhelviana et al., 2023), (Angelika et al, 2024), (Anwar et al., 2023). Sedangkan customer loyalty diukur berdasarkan 3 indikator yang disusun berdasarkan penelitian (Hans et al., 2023).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang dikumpulkan dan dianalisis berjumlah 200 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan beberapa kriteria, yaitu: 1) Berusia minimal 17 tahun; 3) Bertempat tinggal di Pontianak; 4) Menggunakan produk telkomsel prabayar Simpati minimal <1 tahun. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui Google Form.

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis yang digunakan adalah *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Proses analisis dilakukan secara bertahap, dimulai dari evaluasi

measurement model yang mencakup pengujian validitas konvergen melalui nilai *standardized loading factor* minimal 0,70, *average variance extracted* (AVE) minimal 0,50, serta reliabilitas instrumen dengan *composite reliability* (CR) di atas 0,70. Selain itu, validitas diskriminan turut diperiksa dengan membandingkan akar kuadrat AVE terhadap korelasi antar konstruk. Selanjutnya, pada tahap structural model, analisis dilakukan dengan meninjau nilai koefisien jalur (*path coefficient*), uji statistik t dengan ambang batas ≥ 1,96 pada tingkat signifikansi 5% menggunakan metode *bootstrapping*, serta pengukuran kekuatan prediktif model melalui nilai R^2 dan Q^2. Penggunaan metode ini memberikan fleksibilitas dan kedalaman dalam mengkaji hubungan kausal antar variabel yang kompleks dalam model penelitian.

5. Hasil Penelitian

1) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 2.962 dan nilai *p-value* 0,003 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis pertama diterima, yang dimana *Mobile Call Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

2) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 6.471 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis kedua diterima, yang dimana *Mobile Call Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction.*

3) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 3.748 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis ketiga diterima, yang dimana *Value for Money* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

4) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 4.173 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis keempat diterima, yang dimana *Value for Money* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

5) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Customer Satisfactiom* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 4.238 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil

ini membuktikan hipotesis kelima diterima, yang dimana *Customer Satisfaction* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Customer Loyalty.*

6) Diperoleh nilai t-hitung Mobile Call Quality terhadap Customer Loyalty di mediasi Customer Satisfaction sebesar 3,533, lebih kecil dari nilai P-value 0.005. Hasil ini menunjukkan hipotesis ini diterima, yang dimana Customer Satisfaction dapat memediasi hubungan antara Mobile Call Quality terhadap Customer Loyalty.

7) Diperoleh nilai t-hitung *Value for Money* terhadap Customer Loyalty di mediasi Customer Satisfaction sebesar 2,826, lebih kecil dari nilai P-value 0.000. Hasil ini menunjukkan hipotesis ini diterima, yang dimana Customer Satisfaction dapat memediasi hubungan antara Mobile Call Quality terhadap Customer Loyalty.

6. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Perkembangan layanan prabayar Telkomsel berperan penting dalam mendukung akses komunikasi yang terjangkau dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Dua faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah Mobile Call Quality dan Value for Money. Kualitas panggilan yang baik dan persepsi bahwa harga sebanding dengan manfaat yang diterima terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, Customer Satisfaction menjadi faktor mediasi penting yang menjembatani pengaruh kualitas panggilan dan nilai layanan terhadap Customer Loyalty. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran sentral dalam menciptakan loyalitas jangka panjang.

Dengan demikian, Telkomsel perlu terus meningkatkan kualitas teknis layanan serta membangun persepsi nilai yang kuat melalui strategi pemasaran berorientasi pada penciptaan pengalaman positif. Loyalitas pelanggan tidak hanya ditentukan oleh harga dan kualitas teknis, tetapi juga oleh bagaimana perusahaan membangun hubungan emosional yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan.

2) Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian, disarankan agar Telkomsel terus meningkatkan kualitas layanan panggilan melalui penguatan infrastruktur jaringan,

khususnya di wilayah padat penduduk dan daerah terpencil, guna menjamin kestabilan sinyal dan kejernihan komunikasi. Di samping itu, perhatian terhadap persepsi value for money juga penting, dengan cara menyesuaikan harga layanan, memberikan manfaat tambahan seperti kuota ekstra, dan menghadirkan promosi yang relevan dan kompetitif.

Untuk memperkuat loyalitas pelanggan, Telkomsel disarankan mengembangkan program retensi berbasis data yang bersifat personal, guna membangun hubungan emosional yang lebih kuat dengan pelanggan. Evaluasi berkala terhadap tingkat kepuasan pelanggan melalui survei atau umpan balik sistematis juga perlu dilakukan agar layanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang dinamis.

Lebih lanjut, peran pemangku kepentingan juga sangat penting. Manajemen perlu berinvestasi dalam infrastruktur dan inovasi layanan, investor diharapkan mendukung strategi jangka panjang dalam membangun loyalitas pelanggan, sementara regulator berperan menciptakan iklim persaingan yang sehat untuk mendorong peningkatan kualitas dan inovasi di sektor telekomunikasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mengeksplorasi faktor eksternal seperti kebijakan regulasi, teknologi baru, dan kondisi sosial-ekonomi yang dapat memengaruhi hubungan antara kualitas panggilan, nilai yang dirasakan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Perluasan sampel ke operator lain atau layanan digital juga direkomendasikan agar hasil penelitian lebih general. Selain itu, penelitian mendatang dapat menggali aspek psikologis dan emosional pelanggan dalam membentuk loyalitas pada layanan telekomunikasi.

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xvi
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
ISI KARYA AKHIR 80
1. INTRODUCTION 80
2. METHOD 82
3. RESULTS AND DISCUSSION 82
4. CONCLUSION 89
5. ACKNOWLEDGMENT 89
REFERENCES 90
LAMPIRAN I SK Dekan xxi
LAMPIRAN II *Latter of Acceptance* xxxiii
LAMPIRAN III Dokumen Informasi Artikel xxxv
LAMPIRAN IV Tabel Operasional xxxvii
LAMPIRAN V Kuesioner xli
LAMPIRAN VI Data Mentah xlvi
LAMPIRAN VII Output Olahan Data liv

DAFTAR TABEL

Halaman

Table 1. Respondent Characteristics 83
Table 2. Validity and Reliability Test Results 84
Table 3. Uji Validitas Diskriminan (Penciptaan Fornell-Larcker) 85
Table 4. Disciriminant validity – Cross loadings 86
Table 5. Uji R-Square 86
Table 6. Hypothesis testing 87
Table 7. Hasil Uji Indirect Effect 88

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Figure 1. Display results from the measurement model (outer model)..... 87

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN I SK Dekan xxi
LAMPIRAN II *Latter of Acceptance* xxxiii
LAMPIRAN III Dokumen Informasi Artikel xxxv
LAMPIRAN IV Tabel Operasional xxxvii
LAMPIRAN V Kuesioner xli
LAMPIRAN VI Data Mentah xlvi
LAMPIRAN VII Output Olahan Data liv