
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN SPEEDY INSTAN**Taufiq Zain¹**taufiqzain@telkom.co.id**Abstrak**

Loyalitas pelanggan adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan penyedia akses internet. Hal ini disebabkan persaingan di bidang ini semakin ketat. Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa loyalitas pelanggan yang meningkat terbukti berpengaruh positif terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Studi ini menganalisis pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Speedy Instan pada produk *Public Switch Telephone Network* (PSTN). Penelitian ini menggunakan data primer pelanggan Speedy Instan dengan mengambil sampel di PT. TELKOM Kota Jember sebanyak 140 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS 20.0.0 SEM dapat menjelaskan hubungan secara kompleks pengaruh variabel langsung atau tidak langsung (melalui variabel intervening) dari beberapa variabel terhadap variabel lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh dominan positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan variabel Promosi berpengaruh dominan positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, dan variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: kualitas layanan, promosi, kepuasan, loyalitas.

1. PENDAHULUAN

TELKOM merupakan penyedia layanan telekomunikasi yang pertama dan terbesar di Indonesia, akan terus mengembangkan kualitas layanannya agar tetap bisa mempertahankan loyalitas pelanggannya. Salah satu produk TELKOM yang telah lama dikenal masyarakat adalah produk telpon tetap atau PSTN (*Public Switched Telephone Network*). Produk ini terus meningkat pertumbuhannya sampai dengan tahun 2005. Namun seiring dengan perkembangan dan dibebaskannya sistem monopoli pada tahun [1999](#) dengan ditetapkannya Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Penghapusan Monopoli Penyelenggaraan Telekomunikasi oleh pemerintah maka muncul banyak persaingan. Untuk mempertahankan pelanggan dan pendapatan di sektor PSTN, maka TELKOM berupaya meningkatkan layanannya beserta pemberian promosi-promosi tertentu. Salah satu promosi yang diterbitkan

¹ Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember