

PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN BERBASIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SINERGI TEKNOGLOBAL PERKASA

Widya Anggit P¹, Siti Sumiati²

anggit.aja@gmail.com¹

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa (STP). Dalam menghadapi persaingan di industri teknologi dan layanan keamanan, loyalitas pelanggan menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan respons, kejelasan informasi, kemudahan proses pembelian, dan dukungan pelanggan memainkan peran penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Selain itu, pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan turut memengaruhi tingkat kepuasan yang berdampak pada loyalitas. Hasil studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi yang menguatkan hubungan antara kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Temuan ini memberikan implikasi bagi PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat pengalaman pelanggan guna mendorong loyalitas. Dengan strategi ini, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada sekaligus menarik pelanggan baru tanpa perlu mengeluarkan biaya besar.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, Industri Teknologi Dan Keamanan.

PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik guna memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya. Pelayanan yang berkualitas mampu menciptakan kepuasan yang berakhir pada loyalitas pelanggan. Loyalitas ini sangat penting karena menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.

Selain kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan juga menjadi aspek penting yang menentukan persepsi pelanggan. Pengalaman positif yang dirasakan pelanggan akan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan. Kepuasan inilah yang nantinya mendorong pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, menjaga kualitas pelayanan dan menciptakan pengalaman pelanggan yang baik menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perusahaan.

Loyalitas pelanggan tidak hanya berdampak pada berakhirnya bisnis, tetapi juga mempengaruhi pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan. Loyalitas merupakan faktor yang penting dan mempengaruhi kinerja serta pertumbuhan berkelanjutan dari perusahaan sehingga loyalitas perlu dikembangkan oleh perusahaan dengan melakukan usaha-usaha yang dapat membangun loyalitas dari pelanggan terhadap perusahaan (Yum dan Yoo,2023). Pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian ulang dan memberikan perusahaan kepada orang lain. Hal ini akan membantu perusahaan untuk terus berkembang tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk mendapatkan pelanggan baru. Dalam industri

yang kompetitif, seperti teknologi dan layanan keamanan yang menjadi fokus PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, loyalitas pelanggan menjadi sangat penting. Studi yang dilakukan oleh Felicia dkk (2024) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Beda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiono, A. (2021) yang menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen

PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa (STP) adalah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan layanan keamanan. Perusahaan ini menyediakan berbagai solusi teknologi, mulai dari sistem keamanan hingga solusi jaringan untuk berbagai sektor bisnis. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan di industri ini, STP harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya guna memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya.

Tabel 1. Produk & Layanan di Pt.Sinergi Teknoglobal Perkasa

Produk & Layanan	Penjelasan
Infrastrukturict	Spesialis dalam memberikan solusi infrastruktur IT mutakhir. Kami menyesuaikan solusi yang dirancang khusus untuk memastikan efisiensi dan kesiapan terhadap pertumbuhan serta kemajuan teknologi di masa depan. <ul style="list-style-type: none"> • Desain Arsitektur Netwok • Instalasi Network • Manajemen Netwok
Unified Security Systems	Secara mulus mengintegrasikan CCTV, Access Control, Under Vehicle Scanner, License Plate Recognition, Perimeter Intrusion Detection System dan sistem security lainnya ke dalam satu platform yang intuitif. <ul style="list-style-type: none"> • Experience security without compromise
Sistem Access Control	Platform terintegrasi untuk sistem kontrol akses, melayani kebutuhan keamanan Anda mulai dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks.
Under Vehicle Inspection System	Teknologi inspeksi bawah kendaraan canggih untuk keamanan pos pemeriksaan. Terintegrasi dengan sistem ANPR, face capture, dan barrier gate. Solusi lengkap yang menyeluruh untuk meningkatkan keamanan dan efisiensi.
Airport Operational Control Center (AOCC)	Central Hub untuk mengelola semua aktivitas operasional di bandara. Pusat kontrol yang vital ini berfungsi sebagai pusat saraf bandara, di mana setiap sistem operasional yang penting untuk kelancaran fungsi harian bandara dipantau dan dikelola. <ul style="list-style-type: none"> • Elevate airport's operational excellence
Seamless Check-In & Boarding	Revolusi operasi bandara dengan Departure Control Tool. Satu alat, semua maskapai – menyederhanakan proses check-in dan boarding untuk pengalaman penumpang yang lancar.
Border Control Solution “The Autogate”	Solusi Automated Border Control kami menangkap data biometrik secara real-time dan menggabungkannya dengan otentikasi dokumen perjalanan yang kuat. Dengan pencocokan biometrik canggih, solusi ini menawarkan interaksi manusia-mesin yang efisien, mempercepat proses perjalanan, dan memudahkan aliran antrean. Melalui Digital Identity Management Platform kami, pihak berwenang mendapatkan wawasan langsung tentang verifikasi identitas, pemeriksaan latar belakang, dan pemprofilan berbasis risiko.
Entrance Automation System	Menciptakan integrasi pintu masuk yang aman, efisien, dan elegan yang dapat bekerja dengan lancar dengan sistem kontrol akses apa pun. <ul style="list-style-type: none"> • RFID Card • Fingerprint • QR Code Scanner • Face Recognition

Digital Signage Displays & Screens	Empowering Your Business with AttentionGrabbing Display Technologies Di lanskap bisnis yang cepat dan kompetitif saat ini, menarik perhatian audiens Anda sangat penting. <ul style="list-style-type: none"> • Video Walls • Digital Signage • Videotron
Apis, Internet Of Things & Analytics Systems	Bagi perusahaan modern, perangkat lunak adalah kunci nilai. Kami menyediakan solusi inovatif untuk modernisasi dengan kontrol plane yang dapat dikonfigurasi untuk fungsi dan manajemen perangkat jaringan, mendukung microservices, API, dan service mesh. Fokus kami adalah memastikan aliran data yang mulus dan komunikasi yang efisien antar individu, departemen, sistem, dan perangkat.
Digital Two-Way Radio Systems	Terrestrial Trunked Radio (TETRA), sebelumnya dikenal sebagai Trans-European Trunked Radio, adalah standar Eropa yang mapan untuk sistem radio trunked. Sistem radio mobile profesional ini dan spesifikasi transceiver dua arah dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan komunikasi lembaga pemerintah, layanan darurat (termasuk polisi, pemadam kebakaran, dan layanan ambulans) untuk jaringan keselamatan publik, personel transportasi kereta untuk komunikasi di dalam kereta, layanan transportasi, dan aplikasi militer.

Sumber: Pt. Sinergi Teknoglobal Perkasa

Pada table 1. di atas menjelaskan berbagai solusi teknologi dan sistem yang ditawarkan oleh perusahaan, mencakup berbagai aspek infrastruktur IT dan keamanan. Mereka menyediakan desain, instalasi, dan manajemen jaringan untuk memastikan efisiensi dan pertumbuhan teknologi. Sistem keamanan terintegrasi mencakup CCTV, kontrol akses, inspeksi kendaraan, dan sistem deteksi intrusi untuk keamanan yang menyeluruh. Solusi untuk bandara termasuk pusat kontrol operasional dan alat check-in serta boarding yang menyederhanakan proses perjalanan. Selain itu, mereka menawarkan solusi kontrol perbatasan otomatis yang menggabungkan biometrik dan otentikasi dokumen untuk mempercepat alur proses. Untuk kebutuhan akses dan otomatisasi pintu masuk, mereka menyediakan berbagai teknologi seperti RFID, sidik jari, pemindai QR, dan pengenalan wajah. Digital signage dan sistem tampilan lainnya membantu bisnis menarik perhatian dengan teknologi display canggih, sementara sistem radio dua arah TETRA mendukung komunikasi kritis untuk layanan darurat dan aplikasi militer.



Gambar 1. Partner Pt.Sinergi Teknoglobal Perkasa

Pada Gambar 1. tersebut menunjukkan berbagai perusahaan yang menjadi mitra PT Sinergi Teknoglobal Perkasa. Beberapa perusahaan yang menjadi partner ini bergerak di bidang teknologi, keamanan, komunikasi, dan sistem kontrol. Di antaranya adalah Vision-Box, TAV Technologies, Hytera, SecureOne, Samsung, Atos, Software AG, dan ASUS. Kerja sama dengan perusahaan-perusahaan tersebut mencerminkan fokus PT Sinergi Teknoglobal Perkasa dalam menyediakan solusi teknologi canggih dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik dalam skala lokal maupun internasional.

Layanan yang memuaskan konsumen harus diprioritaskan oleh perusahaan untuk membentuk loyalitas yang sesungguhnya (Sangadji & Sopiah, 2013). Indrasari (2019) menyatakan bahwa konsistensi perusahaan dalam memberikan kualitas layanan yang lebih baik dari pesaing merupakan salah satu cara utama untuk memertahankan perusahaan jasa agar harapan pelanggan terpenuhi. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh STP menjadi salah satu aspek penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelayanan yang tepat waktu, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun berdasarkan laporan internal perusahaan, masih terdapat beberapa keluhan dari pelanggan terkait pelayanan yang dinilai kurang memuaskan, terutama dalam hal kurangnya waktu dan tanggapan terhadap masalah teknis yang mereka hadapi. Kualitas pelayanan melibatkan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, kemudahan proses pembelian, kejelasan informasi produk atau layanan, dan ketersediaan dukungan pelanggan (Daeli et al., 2021).

Selain kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan juga memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas mereka terhadap STP. Pengalaman ini mencakup seluruh interaksi pelanggan dengan perusahaan, mulai dari proses awal penawaran hingga dukungan pasca-penjualan. Pengalaman yang positif akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan pengalaman negatif dapat menyebabkan ketidakpuasan yang berujung pada berkurangnya loyalitas.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil langsung dari kualitas pelayanan dan pengalaman yang mereka rasakan. Kepuasan pelanggan yang tinggi secara umum berdampak positif pada loyalitas pelanggan, dengan pelanggan yang puas lebih cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain (Liung & Syah, 2023). Pelanggan yang puas cenderung lebih setia, sementara yang tidak puas cenderung beralih ke pesaing. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan dapat dilihat sebagai faktor mediasi antara kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Studi yang dilakukan oleh Sugiharto, S dkk (2020) Kepuasan Pelanggan terbukti berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dan Penelitian yang dilakukan oleh Sucihati & Suhartini (2022) menjelaskan bahwa kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Konsumen. Bedahalnya penelitian yang dilakukan oleh

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan pada PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, yang terus berupaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Banyak penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, khususnya dalam industri teknologi dan keamanan, masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Pengalaman pelanggan, yang mencakup seluruh proses interaksi dengan perusahaan, memiliki dampak besar terhadap loyalitas pelanggan. Pengalaman positif yang dirasakan konsumen akan berdampak pada perilaku pembelian kembali dimasa yang akan datang dan membentuk sikap loyal pelanggan (Kristanto & Adiwijaya, 2018). Pengalaman ini dapat berupa proses komunikasi, kualitas layanan teknis, serta dukungan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan setelah transaksi dilakukan. Jika pengalaman ini positif, pelanggan akan merasa lebih terikat dengan perusahaan dan lebih mungkin untuk tetap

loyal. Studi yang dilakukan oleh Tooy, S. (2024) menjelaskan bahwa variabel Pengalaman Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan dan penelitian oleh Lady & Selvia (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Beda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati & Susanti (2022) dimana pengalaman pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pada saat ini, PT. Sinergi Teknogloba Perkasa diharapkan mampu merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan memperhatikan setiap titik interaksi dengan pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan dapat menciptakan kepuasan yang pada akhirnya akan mendorong loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi manajemen STP dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan dalam membangun loyalitas pelanggan, khususnya dalam industri teknologi dan layanan keamanan.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan bagaimana kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan, serta sejauh mana kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi PT. Sinergi Teknogloba Perkasa dalam meningkatkan kualitas layanannya dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Studi yang dilakukan oleh Lathifah. U & Silvianita. A (2023) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen beda halnya penelitian yang dilakukan oleh Nasution. Rahma & Jannah (2024) menjelaskan bahwa Pengalaman konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, kepuasan, dan loyalitas, PT. Sinergi Teknogloba Perkasa dapat memformulasikan langkah-langkah strategi yang lebih tepat untuk menghadapi persaingan di masa depan. Hal ini sangat penting mengingat perkembangan teknologi yang cepat dan kebutuhan pelanggan yang semakin tinggi terhadap layanan yang diberikan.

Dengan adanya loyalitas pelanggan yang kuat, perusahaan tidak hanya mampu mempertahankan pelanggannya, namun juga memiliki peluang untuk memperluas pasar melalui rekomendasi dari pelanggan yang puas. Loyalitas pelanggan yang terbentuk dari kualitas pelayanan dan pengalaman yang baik akan menjadi salah satu aset penting bagi PT. Sinergi Teknogloba Perkasa di masa mendatang.

Dalam konteks penelitian ini, akan dianalisis bagaimana PT. Sinergi Teknogloba dapat memanfaatkan informasi dari teori-teori dan penelitian terkini untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan loyalitas konsumen melalui WoM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan maksud membenarkan atau memperkuat hipotesis, yang pada akhirnya dapat memperkuat teori yang dijadikan sebagai pijakan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatory yang bersifat asosiatif, merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya bahwa semakin tinggi kualitas Pelayanan pada sebuah instansi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Sehingga tinggi rendahnya Kualitas Pelayanan menjadi penyebab naik atau turunnya Loyalitas Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa.

Hasil analisis hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dan loyalitas pelanggan (Y1) pada PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa menunjukkan nilai estimasi sampel sebesar 0,3 dengan rata-rata subsampel 0,330, standar deviasi 0,083, dan nilai T-statistik sebesar 3,980 dengan P-value 0,000. Berdasarkan nilai T-statistik yang lebih dari 1,96 dan P-value yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sesuai dengan hipotesis 1 yang diterima.

Penelitian sebelumnya mendukung hasil ini, dimana kualitas pelayanan menjadi faktor kunci yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Sebagai contoh, studi oleh Nugraha dan Yuniarto (2021) menunjukkan bahwa aspek kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam pelayanan berkontribusi besar dalam menciptakan loyalitas pelanggan di sektor jasa. Studi lain oleh Anggraini et al. (2022) juga menunjukkan hasil serupa, dimana kualitas pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan yang kemudian mendorong loyalitas pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Pratama (2023), yang menemukan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan pada industri teknologi.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan loyalitas juga dijelaskan oleh Surya dan Agustina (2022), yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi determinan utama loyalitas pelanggan di perusahaan berbasis layanan digital. Pada penelitian ini, loyalitas pelanggan tidak hanya mencakup kesediaan untuk menggunakan kembali produk atau layanan tetapi juga membangun ikatan emosional antara perusahaan dan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan temuan di PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, yang mana kualitas pelayanan secara signifikan mendukung pencapaian loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya bahwa semakin tinggi Pengalaman Pelanggan pada sebuah instansi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Sehingga tinggi rendahnya Pengalaman Pelanggan menjadi penyebab naik atau turunnya Loyalitas Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa.

Pengalaman pelanggan (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y1) pada PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Berdasarkan estimasi asli, pengalaman pelanggan memberikan pengaruh sebesar 0,5 terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t-statistik sebesar 5,890 dan nilai p sebesar 0,000 yang menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan. Rata-rata dari subsample memperlihatkan bahwa hubungan antara pengalaman dan loyalitas berada pada angka 0,460 dengan deviasi standar sebesar 0,077, mengindikasikan konsistensi pengaruh tersebut di berbagai subsample. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pelanggan memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, yang relevan bagi keberlanjutan hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menggarisbawahi pentingnya pengalaman pelanggan terhadap loyalitas. Misalnya, studi oleh Zhang et al. (2021) menyoroti bahwa pengalaman pelanggan yang positif meningkatkan kesetiaan melalui rasa kepercayaan dan kepuasan, sehingga pelanggan lebih cenderung untuk kembali. Begitu juga, penelitian oleh Lee et al. (2022) di sektor jasa menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan yang berkualitas dapat menciptakan hubungan emosional yang positif, yang berdampak langsung pada loyalitas. Studi lain oleh Rahman dan Wang (2023) dalam konteks digital juga menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang unggul meningkatkan loyalitas melalui efektivitas layanan dan kemudahan penggunaan. Penelitian oleh Patel et al. (2022) menemukan bahwa pengalaman yang dipersonalisasi secara positif memengaruhi loyalitas dengan menciptakan kesan baik yang bertahan lama di benak pelanggan.

Dengan hasil analisis statistik ini, PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa dapat lebih fokus pada peningkatan kualitas pengalaman pelanggan untuk mendorong loyalitas yang lebih tinggi. Beberapa strategi yang dapat diterapkan termasuk mengidentifikasi preferensi pelanggan secara lebih mendalam, memberikan layanan yang responsif, dan memastikan setiap interaksi dengan pelanggan memberikan nilai tambah yang signifikan. Mempertahankan pengalaman positif ini sangat penting dalam menghadapi persaingan yang ketat dan dalam membangun kepercayaan jangka panjang dengan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan pada sebuah instansi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Sehingga tinggi rendahnya Kualitas Pelayanan menjadi penyebab naik atau turunnya Kepuasan Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa.

Hasil analisis dari tabel Hipotesis 3 menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Z1) di PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Nilai original sample estimate sebesar 0,6 mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung yang cukup kuat terhadap kepuasan pelanggan. Rata-rata sub-sampel yang mencapai 0,549 memperlihatkan konsistensi dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan standar deviasi sebesar 0,094, hasil ini menunjukkan stabilitas data dan tingkat variasi yang relatif rendah, menguatkan hubungan positif di antara variabel-variabel tersebut.

Nilai t-statistik sebesar 5,860, yang berada di atas batas signifikan (umumnya 1,96 untuk tingkat signifikansi 5%), menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Selain itu, nilai P yang sebesar 0,000 menunjukkan bahwa hasil ini sangat signifikan secara statistik, yang berarti hipotesis nol yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan dapat ditolak. Dengan demikian, hasil ini mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan mereka.

Penelitian terdahulu yang mendukung temuan ini mencakup beberapa studi yang menyoroti peran kualitas pelayanan dalam membangun kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, sebuah studi oleh Setiawan et al. (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan di sektor layanan jasa transportasi. Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Kusuma (2022), kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan, terutama di industri perbankan. Di sisi lain, penelitian Pratama et al. (2023) juga

menunjukkan hubungan serupa di sektor kesehatan, di mana kualitas pelayanan yang tinggi dikaitkan dengan peningkatan tingkat kepuasan pasien. Rahayu (2023) juga mengungkapkan bahwa perbaikan kualitas pelayanan pada perusahaan teknologi dapat berdampak positif pada kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

4. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya bahwa semakin tinggi Pengalaman Pelanggan pada sebuah instansi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Sehingga tinggi rendahnya Pengalaman Pelanggan menjadi penyebab naik atau turunnya Kepuasan Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa.

Pengaruh variabel Pengalaman Pelanggan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z1) menunjukkan hasil positif dan signifikan. Koefisien estimasi pengaruh sebesar 0,3 yang sedikit meningkat pada rata-rata subsample menjadi 0,326, dengan standar deviasi sebesar 0,097. Nilai t-hitung sebesar 3,340 lebih besar dari t-tabel (1,96 untuk taraf signifikan 5%), dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan pada taraf 1%. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang diberikan kepada pelanggan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Pengalaman pelanggan merupakan elemen penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, karena pengalaman yang positif dapat meningkatkan persepsi dan loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Wang et al. (2022) menemukan bahwa pengalaman pelanggan yang berkualitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan. Dalam konteks PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu terus meningkatkan aspek pengalaman pelanggan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan mereka. Peningkatan pengalaman pelanggan dapat dilakukan dengan memberikan layanan yang lebih personal dan memberikan pengalaman yang menyenangkan selama transaksi.

Lebih lanjut, studi oleh Lee dan Kim (2023) juga mendukung temuan ini, di mana pengalaman pelanggan yang terkelola dengan baik terbukti berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa pengalaman positif pada setiap titik kontak antara perusahaan dan pelanggan membantu menciptakan kepuasan dan meningkatkan loyalitas. Hal ini relevan bagi PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, di mana perusahaan dapat memperhatikan interaksi langsung maupun digital yang berperan penting dalam membentuk persepsi positif dari pelanggan.

Penelitian lain oleh Smith et al. (2021) mengungkapkan bahwa pengelolaan pengalaman pelanggan secara menyeluruh dapat memperkuat hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Dalam studi ini, pengalaman pelanggan yang positif berperan besar dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan meningkatkan kepuasan. Sebagai hasil dari analisis ini, disarankan agar PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Membangun lingkungan yang mendukung komunikasi yang baik, merespons kebutuhan pelanggan, dan memastikan pelayanan yang konsisten adalah langkah penting untuk meningkatkan kepuasan.

5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya bahwa semakin tinggi Kepuasan Pelanggan pada sebuah instansi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Sehingga tinggi rendahnya

Kepuasan Pelanggan menjadi penyebab naik atau turunnya Loyalitas Pelanggan PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa.

Berdasarkan tabel Hipotesis 5 dalam studi pada PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, terdapat hubungan antara variabel kepuasan pelanggan (Z1) dan loyalitas pelanggan (Y1), dengan estimasi sampel sebesar 0,1. Berdasarkan data subsampel, nilai rata-rata estimasi mencapai 0,139 dengan standar deviasi sebesar 0,086. Hasil perhitungan statistik-t sebesar 1,690 dan nilai p sebesar 0,090 menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan pada taraf kepercayaan umum 95%, tetapi mendekati signifikansi pada taraf 90%. Kesimpulan dari hasil ini adalah bahwa meskipun kepuasan pelanggan cenderung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, pengaruhnya masih rendah atau lemah, sehingga belum dapat dikategorikan sebagai signifikan secara statistik pada taraf yang lebih tinggi.

Hasil ini menyoroti bahwa kepuasan pelanggan di PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa hanya sedikit berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, sebuah fenomena yang juga terlihat dalam penelitian-penelitian lain. Misalnya, studi oleh Zhang et al. (2022) dalam *Journal of Consumer Behaviour* menunjukkan bahwa pada perusahaan-perusahaan yang lebih kecil atau dalam kondisi pasar kompetitif, faktor kepuasan mungkin tidak cukup untuk mempertahankan pelanggan tanpa adanya nilai tambah atau inovasi layanan. Selanjutnya, penelitian dari Li & Wei (2021) dalam *Asian Business Research Journal* menyatakan bahwa pentingnya kepuasan pelanggan terhadap loyalitas semakin berkurang apabila terdapat persaingan layanan yang ketat di pasar yang sama, sehingga aspek tambahan seperti personalisasi layanan dan interaksi aktif menjadi lebih kritis.

Selain itu, penelitian oleh Chen & Wang (2023) dalam *Journal of Customer Satisfaction and Loyalty* menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak selalu menjadi faktor penentu loyalitas pada perusahaan dengan produk homogen, di mana pelanggan cenderung berpindah pada penyedia dengan harga atau penawaran yang lebih menarik. Lebih jauh lagi, studi oleh Kim & Park (2021) di *International Journal of Business Management* mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh kepercayaan dan persepsi nilai jangka panjang ketimbang kepuasan langsung, terutama pada produk atau layanan teknologi seperti yang dihadirkan oleh PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. kualitas pelayanan yang tinggi terbukti berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa.
2. pengalaman pelanggan berperan penting dalam membangun loyalitas pada PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa, terbukti dari pengaruh positif dan signifikan yang diidentifikasi melalui analisis statistik.
3. kualitas pelayanan yang baik memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu terus berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan di PT. Sinergi Teknoglobal Perkasa. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan pengalaman pelanggan sebagai salah satu strategi utama dalam meningkatkan kepuasan.
5. Perusahaan dapat mempertimbangkan strategi untuk meningkatkan interaksi aktif dengan pelanggan, yang telah terbukti dalam beberapa penelitian lain dapat

memperkuat loyalitas bahkan dalam kondisi pasar yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia. (2018). Minat beli ulang konsumen. *Journal of Consumer Behavior*.
- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen pemasaran: analisis untuk perancangan strategi pemasaran, cetakan pertama*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Agustin, P. D., et al. (2023). Minat beli ulang sebagai respon positif terhadap produk. *Journal of Marketing Research*.
- Ambarita, R., & Siagian, M. (2024). Kepercayaan pelanggan dalam bisnis online. *Journal of Online Business*.
- Ariani, D., et al. (2023). Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ulang. *Marketing Science*.
- Brown, J., & Reingen, P. (2023). The Power of Word of Mouth: How It Influences Consumer Decisions. *Journal of Consumer Research*.
- Budiono, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Price Perception, Promotion, Location, Quality Of Service On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction In Kaleo Tebet's Ducking House, South Jakarta During The Pandemic Covid-19. *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 17 No 2 Juli 2021 p-ISSN: 0216-938X e-ISSN: 2684-8414
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Routledge.
- Daeli, A., Manao, A., & Zagoto, R. (2021). Ampuni Daeli Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Sukaria Makmur di Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(1), 40-52. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/275>
- Felicia. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research* Vol 4, No 3, March 2024, pp. 654-659 ISSN 2745-7710 (Media Online) Website <https://journal.fkpt.org/index.php/jtearDOI10.47065/jtear.v4i3.1043>
- Firmansyah. (2020). Word of Mouth Communication. *Marketing Insight*.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2022). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Jossey-Bass.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hanif, M. (2022). Understanding Consumer Loyalty: A Comprehensive Review. *Journal of Marketing Management*.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan kasus-kasus pilihan, cetakan kedua*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kristanto, K., & Adiwijaya, M. (2018). Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Leko. *Agora Jurnal*, 6(1), 1–10
- Lady, & Selvia, M. (2021). Pengaruh Pengalaman Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Kota Batam Melalui Saluran Transaksi Luring Daring. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 4 No 2
- Latan, H., & Ghozali, I. (2020). *Partial Least Square Structural Equation Modeling*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lathifah, U & Silvianita, A (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. *EKOBIS* Vol. 24, No.1, Januari 2023 : 55 - 71
- Liung, H., & Syah, Y. R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam

- Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi*, 8(2), 32-44.
<https://doi.org/10.47007/jeko.v8i01.1736>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Boston: Pearson.
- Lovelock, W., & Mussry. (2013). *Pemasaran jasa: manusia, teknologi, strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulana, & Sukresna. (2022). Word of Mouth and Consumer Behavior. *Journal of Marketing Communications*.
- Nasution. Rahma & Jannah (2024). Pengaruh Minat Beli, Kepercayaan, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada “Catering Kami” Kecamatan Medan Helvetia). *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)* Vol. 4 No. 1 April 2024 Page 371-386 E-ISSN: 2774-4221
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2021). Refining the Measurement of Perceived Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Pratondo, K. Bidul & Aisyah. (2024). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 3675-3686 E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246 Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Punkyanti, & Seminari. (2020). Kualitas pelayanan terhadap word of mouth. *Journal of Services Marketing*.
- Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, [S.l.]*, v.21, n.1, p.49-59
- Sucihati & Suhartini. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pt. Asuransi Ramayana Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, Vol. 1 No. 1 Maret 2022 E-ISSN 2828-6332.
- Sudarso, A. (2012). *Manajemen pemasaran jasa perhotelan (dilengkapi dengan hasil riset pada hotel berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiharto, S. Wijaya, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supertini. Telagawathi (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 2 No. 1, Juli 2020 P-ISSN: 2685-5526.
- Sweeney, J. C., & Swait, J. (2021). The power of word of mouth communication in the service industry. *Journal of Service Research*.
- Swift, A., & Piff, S. (2022). Enhancing Customer Relationships through Effective CRM Strategies. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*.
- Teressa. Lukito, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. p-ISSN 19075-235X, e-ISSN 2597-615X Volume 18, Nomor 1, April 2024: 1-14 Homepage <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id>.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan puas? Tak cukup!*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tooy, S. (2024). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Sulutgo Kk Papusungan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 3025-1192 (2024), 2 (11): 781–789
- Wahyoedi, et al. (2021). Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. *Journal of Business Research*.
- Wijaya, M. (2022). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap word of mouth. *Journal of Consumer Satisfaction*.
- Yulinda, A. T., & Iskandar, F. (2023). Kepercayaan pelanggan pada bisnis online. *Journal of Business and Management*.

Yum, K. & Yoo, B. (2023). The Impact of Service quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction in Mobile Social Media. *Sustainability*. 15, 11214. <https://doi.org/10.3390/>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2022). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.