

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TELKOM WITEL JAKARTA SELATAN

Alam Firdaus Heriza, Endah Wartiningih

Jurusan Administrasi Bisnis Terapan, Administrasi Niaga

alamheriza@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Telkom Witel Jakarta Selatan. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen yang mendapatkan pelayanan di PT Telkom Witel Jakarta Selatan dari tanggal 1 Juni sampai 1 Juli 2015. Alat analisa yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah analisa regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan PT Telkom Witel Jakarta Selatan. Sedangkan dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah dimensi pelayanan assurance (jaminan). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dilihat pada perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa sumbangan atau pengaruh variabel pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) yang ditunjukkan oleh *R square* sebesar 64,8 atau 64,8% maka angka ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memberikan pengaruh yang positif sebesar 64,8% terhadap kepuasan, sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang tidak diteliti. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pelayanan (variabel bebas) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan (variabel terikat). Dan pengaruh positif yang tinggi kualitas pelayanan terhadap kepuasan .

Kata kunci : kualitas pelayanan, reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, kepuasan konsumen.

Abstract

This research aims to analyze the influence quality of service for customer satisfaction at PT Telkom Witel South of Jakarta. The dimensions quality of service used in this research are reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. This research was carried out with distributing questionnaires to 100 customers of PT Telkom Witel South of Jakarta who come and used service at PT Telkom Witel South of Jakarta from June 1st until July 1st 2015. Tool analyzer is used to measure the effect quality of service to the customer satisfaction is multiple linear regression analysis. Results from this this research shows that the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles have an effect on customer satisfaction that used the service at PT Telkom Witel South of Jakarta. while the dimensions that have most dominant influence on customer Satisfaction is assurance. The influence of the quality of the service for satisfaction can be seen on calculations of the coefficients determined, be seen that contributions services or variable influence (x) against satisfaction (y) that is indicated by r square of insurance or % hence this rate shows services to exert an influence that a variable a positive % to satisfaction of insurance, while the rest 35.2 % influenced by other variables outside free variables not be researched. From the research service be seen that (of variable free) having an influence that was significantly to satisfaction (of variable bound) .And a positive influence the quality of the service for high satisfaction .

Key word : service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis telekomunikasi di Indonesia berkembang pesat seiring bertambahnya laju pertumbuhan penduduk. Untuk memenuhi kebutuhan permintaan telekomunikasi dapat ditemui secara mudah. Berbagai tawaran ditawarkan oleh pengembang. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. PT Telkom memainkan peranan penting dalam perkembangan pertelekomunikasian nasional. Layanan IndiHome merupakan paket bundling multi produk Telkom yang menawarkan solusi lengkap bagi rumah tinggal pelanggan (*Digital Home Experience*) dan dimulai sejak tahun 2012. Paket indihome terdiri dari paket telepon rumah + paket speedy + paket *content*. Untuk wilayah yang dapat dilayani (*coverage area*) IndiHome sudah dapat diakses diseluruh wilayah di Indonesia.

Ini membuktikan bahwa pelayanan produk ini sudah memenuhi kebutuhan

masyarakat Indonesia. Speedy adalah layanan akses *internet* broadband dari Telkom Indonesia yang menghantarkan sinyal *digital* berkecepatan tinggi melalui jaringan telepon secara optimal bagi keperluan konsumsi konten *internet*.

Kecepatan speedy mulai dari 512 Kbps sampai dengan 100 Mbps. Sedangkan paket *content* speedy *monitoring* merupakan layanan yang menawarkan jasa *web-based surveillance* dimana pengguna dapat melakukan *live access* dan *recorded video* menggunakan *web browser* yang terhubung ke *Internet*. *Speedy Home Monitoring* menyediakan media penyimpanan yang ditangani secara terpusat sehingga pengguna hanya perlu menyediakan kamera. Pengguna tidak direpotkan lagi dengan urusan penyediaan penyediaan penyimpanan data dan penyediaan server.

Paket *content* kedua adalah *Trend Micro*, merupakan layanan *internet security* dari Telkom untuk pelanggan speedy dengan aplikasi *Trend Micro* sebagai *platform*. Dengan layanan ini pelanggan pada saat melakukan aktifitas akses *internet* akan terlindung dari serangan *virus*, *malware*, *spyware*, *spam*, *phising*, dan konten yang tidak layak dari *internet* sehingga *data* dan, sistem aplikasi yang terdapat pada terminal pelanggan terbebas dari gangguan tersebut. Paket *content* ketiga adalah melon, Melon Indonesia merupakan *portal* musik *digital* yang menyediakan konten musik dari berbagai genre, baik musik lokal maupun mancanegara. Dan konten terakhir adalah UseeTV, merupakan layanan televisi interaktif dan online media *entertainment* dari jaringan *internet* speedy yang dapat dinikmati pelanggan melalui *triple screen* (televisi, PC/laptop, dan *smartphone*) dengan fitur *local live TV*, paket berlangganan *channel* internasional, koleksi *Video on Demand* berupa film-film *box-office*, drama, dan video klip, serta *online games*.

Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah kualitas pelayanan di PT Telkom Witel Jakarta Selatan?
- b. Bagaimanakah kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Witel Jakarta Selatan?
- c. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang diberikan oleh PT. TELKOM Witel Jakarta Selatan?

Tinjauan pustaka

Pelayanan Publik atau Pelayan Umum

Pelayan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di daerah, dan lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan, dikemukakan oleh Ratminto dan Winarsih (2007:5).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan jasa diukur dengan lima indikator pelayanan yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy (Kotler, 2007:56).

- a. Tangibles, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal..
- b. Reliability, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat

dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- d. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. Empathy, atau empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler (2007 : 177) mendefinisikan kepuasan pelanggan : Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Kuswadi (2004:17) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu :

- a. Mutu produk atau jasa
Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.
- b. Mutu pelayanan
Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.

- c. Harga
Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
- d. Waktu penyerahan
Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
- e. Keamanan
Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.585 + 0.647X$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresi adalah positif. Persamaan tersebut juga menunjukkan bahwa nilai koefisien X sebesar 0.647 yang berarti apabila pelayanan (X) bertambah 1 poin maka akan ada peningkatan kepuasan (Y) sebesar 0.647. Koefisiensi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dan kepuasan pelanggan Telkom Witel Jakarta Selatan.

Uji Koefisien Determinasi

R sebesar 0,805, koefisien determinasi R^2 (*R Square*) sebesar 0,648. Nilai ini diperoleh dari penguadratan koefisien korelasi (0,805 x 0,805). Hal ini menunjukkan indeks determinasi yaitu persentase yang menyumbangkan pengaruh X terhadap Y . $R^2 = 0,648$ mengandung arti bahwa 64,8% sumbangan X terhadap Y , sedangkan sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sumbangan pelayanan terhadap kepuasan sebesar 64,8 %, sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan

Dari analisis data dapat diketahui bahwa variabel bebas memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat, yang berarti pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkom Witel Jakarta Selatan. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan dapat dilihat pada perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa sumbangan atau pengaruh variabel pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) yang ditunjukkan oleh *R square* sebesar 0,648 atau 64,8 % maka angka ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memberikan pengaruh yang positif sebesar 64,8% terhadap kepuasan, sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang tidak diteliti.

Sedangkan dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 180.634 dengan signifikan sebesar 0,000. Dalam perhitungan uji F di peroleh F hitung lebih besar dari F tabel ($180.634 > 3,94$) sehingga Hipotesis nol (H_0) ditolak, dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan Hipotesis alternatif (H_a) diterima maka dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan (Y) dan dapat disimpulkan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkom Witel Jakarta Selatan.

Dari hasil penelitian tersebut, membuktikan hipotesis penelitian yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan. Dari hasil analisis korelasi sederhana (*R*) didapat korelasi antara pelayanan dengan kepuasan (R) adalah 0,805. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dengan kepuasan. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai r positif, berarti semakin tinggi pelayanan maka semakin meningkatkan

kepuasan pelanggan Telkom Witel Jakarta Selatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Telkom Witel Jakarta Selatan” yang telah dibahas, dengan menggunakan metode kuantitatif yang menghasilkan perhitungan-perhitungan statistik, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Bahwa variabel bebas memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat, yang berarti kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Witel Jakarta Selatan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dilihat pada perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa sumbangan atau pengaruh variabel pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) yang ditunjukkan oleh R^2 sebesar 64,8 atau 64,8% maka angka ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memberikan pengaruh yang positif sebesar 64,8% terhadap kepuasan, sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang tidak diteliti.
- b. Membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan. Dari hasil analisis korelasi sederhana (R) didapat korelasi antara pelayanan dengan kepuasan (R) adalah 0,805. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dengan kepuasan. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai r positif, berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Telkom Witel Jakarta Selatan
- c. Dalam perhitungan uji F di peroleh F hitung lebih besar dari F tabel ($180,634 > 3,94$) sehingga Hipotesis nol (H_0)

ditolak, dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan Hipotesis alternatif (H_a) diterima maka dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan (Y) dan dapat disimpulkan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fandy Tjiptono. 1997. Strategi Pemasaran (Edisi II). Yogyakarta: Penerbit Andi
- Freddy Rangkuti. 2002. Measuring Customer Satisfaction (cetakan ketiga). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- M. Nur Nasution. 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rambat Lupiyoadi. 2004. Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek. Jakarta: PT salemba Empat.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2007. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: ALFABETA.

