

# **LAYANAN INTERNET SPEEDY PT TELKOM MUARA JAWA DAN KEPUASAN KONSUMEN**

## **ABSTRACTION**

***Mardiah Apriliani Tanjung Sari, LCA. Robin Jhonatan, Elfreda Aplonia Lau***

***Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda***

## **ABSTRACTION**

*This study aims to determine the level of customer satisfaction based Internet service Speedy and where the dominant variable effect between service quality and service orientation towards customer satisfaction PT. Telkom Muara Jawa. Problem formulation in this research are as follows: a) Is Speedy internet service PT.Telkom Muara Jawa which includes quality of service and service orientation affects customer satisfaction? b) where the dominant variable between quality to satisfaction at the speedy internet service PT.Telkom Muara Jawa.*

*Population in this research is that consumers speedy PT.Telkom Muara Jawa totaling 170 pelanggan. Sampel used in this study were 99 customers who use the internet service speedy PT Telkom Branch Muara Jawa. Sample determination Solvin formula used by Umar (2008: 127) with the formula  $n = N / 1 + N. e^2$ . Basic theory Marketing Management include: Understanding Marketing, Understanding Services, Marketing Services, Quality of Service, Service Orientation, Customer Satisfaction and Factors Determining the Level of Satisfaction. The analysis tool uses multiple regression analysis is regression equation that measures the relationship between the variables of service quality and service orientation towards customer satisfaction.*

*Based on the analysis of statistical data, indicators in this study are valid and variables are realibel. In the classic assumption test, regression model to meet the assumptions of normality, free multicollinearity, no autocorrelation and did not happen heteroskedastisitas. Hasil regression equation can be explained that the constant coefficient (a) is positive at 6.475, meaning that if the value of X1 and X2 is equal to zero, then consumer satisfaction is equal to 6.475. The independent variables namely the quality of service and service orientation positive effect on customer satisfaction, meaning that if the independent variables rise, then the dependent variable also increased, and if the independent variables down, then the dependent variable was also down. Of the two variables that affect customer satisfaction on PT Telkom Speedy Internet service branch Muara Jawa, the most dominant variable is a variable orientation based on the results of the t test. Service orientation variable has a value of t count most large compared with the variable quality of service with a significant level of the smallest.*

*Thus Hypothesis which states that the service orientation of the dominant variable effect on customer satisfaction proven and accepted.*

***Keywords: Quality of service, service orientation and customer satisfaction.***

## PENDAHULUAN

PT Telkom menawarkan produk-produk yang inovatif dengan berbagai macam pilihan dan dengan harga yang kompetitif sehingga konsumen dapat dengan mudah menentukan produk Speedy dengan paket dan tarif yang sesuai dengan yang mereka inginkan atau butuhkan (*need and want*).

Masalah yang sedang dihadapi Telkom Speedy sekarang ini adalah semakin berkembangnya penyedia jasa/layanan *internet* yang semakin banyak dengan menawarkan harga-harga yang kompetitif dengan berbagai produk yang bervariasi juga, seperti Indosat M2, XL 3G, dan lain sebagainya. Dalam situasi ini, PT. Telkom berusaha mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen, dengan tujuan menjaga kepuasan konsumen guna menambah pertumbuhan konsumen maupun untuk mencegah pengurangan jumlah konsumennya.

Hal ini disadari pula oleh PT. Telkom yang memberi jasa pelayanan internet yang dituntut untuk secara terus menerus meningkatkan layanan dan kualitas produk untuk menciptakan kepuasan konsumen. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai layanan/jasa yang berfokus pada lima dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Penelitian ini akan mengukur tingkat pengaruh layanan internet speedy Telkom, terutama dalam hal kualitas layanan dan orientasi layanan guna menjaga kepuasan konsumen agar tidak berhenti berlangganan atau berpindah ke *operator* layanan *internet* lain. Untuk mengetahui efektivitas layanan internet speedy tersebut dapat diketahui sebenarnya apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga memberikan masukan dan rekomendasi.

Maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Layanan Internet Speedy PT Telkom Muara Jawa dan Kepuasan Konsumen”

## DASAR TEORI

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001:8) Jasa adalah segala aktivitas atau manfaat yang ditawarkan untuk

dijual oleh suatu pihak yang secara esensial tidak berwujud.

Berdasarkan penjelasan dari jasa merupakan suatu kegiatan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pengertian Kualitas Layanan Dari pengertian kualitas dan jasa atau layanan (*Service Quality*) seperti yang diuraikan oleh Parasuraman, yang dikutip oleh Lupiyaodi (2001:148) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. Sementara menurut Rangkuti (2003:28) mengemukakan bahwa: Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2005:198), kepuasan adalah situasi kognitif pembeli yang merasa dihargai setara atau tidak setara dengan pengorbanan yang telah dilakukannya.

## METODE PENELITIAN

Untuk mengukur Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan ( $X_1$ ) adalah tingkat keunggulan yang ditawarkan oleh Internet Speedy PT.Telkom untuk memenuhi keinginan pelanggan. Indikatornya adalah bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Skala ukur yang dipergunakan adalah skala Likert dengan nilai yang sama dengan nilai yang ditetapkan pada kepuasan konsumen.
2. Orientasi layanan ( $X_2$ ) Internet Speedy PT.Telkom adalah ditujukan untuk pelanggan internal dan eksternal. Indikator untuk mengukur Orientasi layanan adalah Pemberdayaan karyawan, Teknologi layanan, Pemulihan kegagalan layanan, Visi layanan dan Komunikasi standar layanan. Skala ukur yang dipergunakan adalah skala Likert dengan nilai yang sama dengan nilai yang ditetapkan pada kepuasan konsumen.

3. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen adalah perasaan puas, jaminan mutu layanan, tarif dan biaya tambahan, persepsi kinerja, serta terpenuhinya harapan. Skala ukur yang dipergunakan adalah skala Likert.

Menurut Sugiyono (2004:56) bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Speedy PT. Telkom Muara Jawa yang berjumlah 170 konsumen dalam 1 tahun terakhir. Sampel yang ditetapkan sebanyak 99 pelanggan. Pengambilan jumlah sampel didasarkan pada sampling aksidental yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasi, Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode analisis dalam penelitian ini. Untuk menjawab hipotesa yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, diperlukan analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *kualitas layanan* dan *orientasi layanan*, sedangkan untuk variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengaruh seluruh variabel bebas bersifat signifikan, artinya bahwa variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang berarti terhadap kepuasan konsumen layanan internet Speedy PT. Telkom Muara Jawa, dapat dilihat dari koefisien regresi dari hasil perhitungan persamaan regresi yang

menunjukkan tanda positif. Hasil perhitungan seluruh variabel-variabel secara simultan.

1. Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen Layanan Internet Speedy PT. Telkom Muara Jawa dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari tingkat kepercayaan  $\alpha = 0,05$  sebagai tolak ukurnya, pada derajat kebebasan 95% hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Layanan dengan kepuasan Konsumen.
2. Variabel Orientasi Layanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen Layanan Internet Speedy PT. Telkom Muara Jawa dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari tingkat kepercayaan  $\alpha = 0,05$  sebagai tolak ukurnya, pada derajat kebebasan 95% hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel Orientasi Layanan dengan kepuasan Konsumen.
3. Pengaruh Kualitas layanan dan Orientasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Dilihat dari hasil uji simultan antara variabel kualitas layanan dan orientasi layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian hipotesis pertama diterima. Hipotesis kedua menyatakan bahwa Orientasi layanan paling berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Orientasi layanan merupakan layanan terhadap pelanggan internal dan eksternal yang berkenaan dengan tatapan ke depan ke arah dan tentang sesuatu yang baru. Orientasi layanan ini seperti Pemberdayaan karyawan, Teknologi layanan, Pemulihan kegagalan layanan, Visi layanan dan Komunikasi standar layanan yang dirasakan konsumen pada layanan Internet Speedy PT. Telkom Cabang Muara Jawa. Orientasi layanan ini bisa mempengaruhi kelancaran dalam memberikan layanan kepada setiap konsumen. Hal ini dapat dilihat dari sebagian responden yang menyatakan rasa puas pada orientasi layanan yang mereka rasakan pada layanan internet speedy telkom cabang muara Jawa serta melihat dari hasil uji parsial yang menyebutkan bahwa orientasi layanan

lebih besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Dengan demikian, hipotesis yang dikemukakan dapat diterima.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan Hasil analisis Uji F (Simultan), maka didapat  $F\text{-hitung} (44,767) > F\text{-tabel} (3,09)$  dengan tingkat signifikansi  $= 0,000 < 0,05$ . hal ini bisa dikatakan bahwa variabel kualitas layanan dan orientasi layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama terbukti dan diterima.
2. Berdasarkan hasil analisis Uji t, maka diperoleh Kualitas Layanan ( $X_1$ ) mempunyai  $t\text{ hitung} = 4,851 > t\text{ tabel} = 1,96$ , sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang sig. variable Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai sig. hasil perhitungan yaitu  $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ . Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable tampilan kualitas layanan ( $X_1$ ) menunjukkan nilai  $t = 4,851$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,001, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa kualitas layanan internet speedy telkom memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil analisis Uji t ( Parsial ), maka variable Orientasi layanan ( $X_2$ ) mempunyai  $t\text{ hitung} = 6,898 > t\text{ tabel} = 1,96$ , dan nilai signifikansi hasil perhitungan yaitu  $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa orientasi layanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Dari dua variabel independent yang diteliti, maka Orientasi layanan paling berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan konsumen. karena memiliki nilai  $t\text{ hitung} = 6,898$  lebih besar dari Kualitas Layanan mempunyai  $t\text{ hitung} = 4,851$ . Dan memiliki *Standardized Coefficient Beta* yang paling

besar yaitu 0,518. Dengan demikian, maka hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Orientasi Layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen layanan internet Speedy PT. Telkom Muara Jawa, dapat diterima.

Setelah mengambil kesimpulan maka penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya:

1. Mengembangkan formulasi kuisioner sedemikian rupa agar nilai-nilai variabel kualitas layanan dan Orientasi layanan terangkai lebih luas sehingga mencapai tingkat signifikan yang lebih tinggi.
2. Perlu diteliti juga variabel-variabel lain, untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Agar melakukan riset tentang perilaku konsumen secara detail, karena karakteristik konsumen sangat beragam.
4. Agar PT. Telkom Muara Jawa meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mencapai kepuasan konsumen secara maksimal.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D, Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran jasa*, Edisi kedua, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Atik Septi, 2005, *Manajemen jasa* Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi pertama Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Rangkuti, Freddy, 2000, *Riset Pemasaran*, Cetakan pertama Edisi pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta