**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT.TELKOM, TBK.KANDATEL LANGSA**

Zahara¹, Fairus, S.Pd, M.Pd²

Program Studi Matematika, Fakultas Teknik, Universitas Samudra, Langsa, Aceh

Email: ¹ zaharaarak@gmail.com ² fairus@unsam.ac.id

ABSTRAK

Sistem pelayanan Telkom ini akan memunculkan kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Telkom, TBK. Kandatel Langsa. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuisioner kepada 50 responden yang mendapatkan pelayanan di PT.Telkom Langsa. Metode yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kehandalan, daya tanggap, kesopanan, komunikasi, kreabilitas dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen penggunaan layanan PT.Telkom Langsa. Adapun dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dimensi pelayanan kreabilitas. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat pada perhitungan koefisien determinan, diketahui bahwa sumbangan atau pengaruh variabel pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) yang ditunjukkan *R square* sebesar 0.62 atau 62% maka angka ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memberikan pengaruh yang positif sebesar 62% terhadap kepuasan, sedangkan sisanya 38% 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 pelayanan terhadap kepuasan.

Kata kunci : PT.Telkom, IndiHOME, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

*This telkom service sytem will lead to customer satisfaction, which is an after-purchase evaluation where the chosen alternative at least gives the same or exceeds expectations, while dissatisfaction arises if the results obtained do not meet expectations. This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction PT.Telkom, TBK. Kandatel Langsa. This research was conducted by distributing questionnaires to 50 respondents who received services at PT.Telkom Langsa. Whatever researchers do practical work at PT.Telkom Langsa from January 4 to February 5, 2021. The method used to measure the effect of service quality on customer satisfaction is a simple linear regression analysis. The results of this study indicate that the dimensions of reliability, responsiveness, politeness, communication, creability, and physical evidence have an effect on customer satisfaction with sevice use PT.Telkom Langsa. As for the dimension that most dominantly affects customer satisfaction is the dimension of service creability. The effect of service quality on satisfaction can be calculated on the determinant coefficient, it is known that the contribution or influence of service variables (X) on satisfaction (Y) is shown by *R square* 0.62 or 62%, this figure shows that the service variable has a positive effect of 62% on satisfaction, while the remaining 38% is influenced by other variables outside independent variable which is not researched. From the research results it is known that service (indipendent variable) has a significant effect on satisfaction (dependent variable). And the high positive effect of service on satisfaction.*

Keyword : PT.Telkom, IndiHOME, Service Quality, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan globalisasi, yang dituntut dengan adanya pertukaran informasi yang semakin cepat baik antar daerah maupun negara, membuat peranan telekomunikasi menjadi sangat penting. Perkembangan ini dapat dilihat dari teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Telekomunikasi saat ini tidak hanya dilakukan melalui saluran telepon, tetapi juga dapat menggunakan jaringan *internet*. Hal ini menuntut perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan telekomunikasi menjadi semakin kreatif dan inovatif dalam mengikuti perkembangan zaman (Dewiani dkk, 2019).

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 dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Alam Firdaus Heriza dkk, 2015).

Indonesia Digital Home (disingkat IndiHOME) adalah salah satu produk layanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia berupa paket layanan komunikasi berupa data telepon rumah (voice), internet (internet on fiber atau high speed internet), dan layanan televisi interaktif (Usee TV Cable, IP TV). Karena penawaran inilah Telkom memberi label IndiHOME sebagai tiga layanan dalam satu paket (3-in-1) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon (Shafira, 2020).

Pembangunan telekomunikasi di Indonesia bertujuan memberikan pelayanan yang memadai kepada masyarakat dan pemakai jasa telekomunikasi yang berskala global. Persaingan dunia industri yang semakin ketat secara langsung maupun tidak langsung mendorong setiap perusahaan industri, tidak terkecuali industri informasi dan telekomunikasi khususnya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kandatel Langsa untuk terus menerus selalu meningkatkan kualitas performasinya agar tetap exist dan unggul di banding para kompetitornya. Oleh karena itu, perusahaan selalu melakukan perubahan dan perbaikan kearah yang lebih baik lagi untuk setiap aspeknya. Salah satu cara untuk mengetahui performansi perusahaan saat ini adalah melalui informasi dari pelanggan mengenai kepuasan terhadap layanan yang telah diberikan oleh PT. Telkom khususnya Kandatel Langsa di Jl. Paya Bujok Blang Paseh, Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24375.

Menurut Tjiptono (2000), kualitas pelayanan ini akan memunculkan kepuasan konsumen merupakan

evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan. Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2007) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Secara singkat, permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan PT. Telkom Kandatel Langsa adalah mengenai lambatnya dalam mengatasi gangguan serta tidak cepatnya pelayanan yang diberikan yang menjadikan para pelanggan tidak terpuaskan. Fokus dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan internet terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Telkom, Tbk Kandatel Langsa. Indikator dalam kualitas pelayanan meliputi kehandalan, daya tanggap, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, dan fisik perlu diketahui untuk melihat baik tidaknya kualitas pelayanan internet PT. Telkom Kandatel Langsa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom, Tbk. Kandatel Langsa.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom, Tbk. Kandatel Langsa yaitu dengan menggunakan metode *regresi linear sederhana*.

Data yang digunakan yaitu data Primer dengan menyebarkan kuisioner terhadap masyarakat Kota Langsa yang memakai Wifi yaitu dengan responden 50 orang. Pengambilan data dilakukan pada bulan Februari tahun 2021. Selanjutnya data dianalisis menggunakan SPSS 16.0. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 macam variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

2.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable* atau *variable X*), adalah variabel yang memberikan pengaruh pada variabel yang lain. Maka *variable X* didefinisikan sebagai Kualitas Pelayanan.

2.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable* atau *variable Y*), adalah variabel yang dikenai pengaruh dari variabel bebas. Dalam hal ini *Y* didefinisikan sebagai Kepuasan Pelanggan.

Perhitungan variabel kualitas pelayanan yaitu membuat *scoring* dengan skala likert pada masing-masing pertanyaan yang terdapat pada indikator kualitas pelayanan dan dijumlah hasil *scoring* semua indikatornya. Perhitungan variabel kepuasan pelanggan pun dihitung dengan memberikan *scoring* masing-masing pernyataan mengenai kepuasan pelanggan dan menjumlah hasil *scoring*. Pemberian

scoring pada masing-masing pernyataan menurut Sugiyono (2010)

dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Scoring kriteria

Kriteria	Scor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) yang menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Singkat kata, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan layanan PT. Telkom Kandatel Langsa pelanggan yang nyata mereka terima.

Adapun indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

2.2.1 Keandalan (*reliability*)

Reliability merupakan kemampuan karyawan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Tjiptono, 2007).

2.2.2 Daya Tanggap (*responsiveness*)

Menurut Lopiyoadi (2013) daya tanggap yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas serta tidak membiarkan pelanggan menunggu agar tidak menciptakan persepsi yang negatif dari kualitas pelayanan.

2.2.3 Kesopanan

Kesopanan adalah amalan tingkah laku yang mematuhi peraturan-peraturan sosial yang terdapat dalam sebuah masyarakat (Zaitul, 2010).

2.2.4. Komunikasi

Komunikasi adalah alat untuk memahami dan memberi makna segala sesuatu disekitar masyarakat. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa baik lisan maupun tertulis. Sedangkan menurut Robbins (2006) komunikasi adalah tranfer dan pemahaman makna.

2.2.5. Kredibilitas

Kepercayaan, kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan sumber informasi yang dianggap tulus, jujur, bijak, dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi (Venus, 2009).

2.2.6. Bukti Fisik (*tangibles*)

Menurut adam (2015) *tangible* mencerminkan fasilitas fisik jasa seperti gedung kantor, ruangan, dan petugas.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi/kesannya terhadap kinerja, (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2002). Lovelock dan Wright (2007) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejeنگkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan.

Adapun indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

2.3.1. Menggunakan jasa layanan telkom dalam jangka waktu yang panjang

Menggunakan jasa layanan telkom dalam jangka waktu yang panjang adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan pelayanan dapat memberikan nilai yang positif dan memungkinkan pelanggan menggunakan jasa layanan kembali.

2.3.2. Merekomendasikan layanan telkom kepada orang lain

Merekomendasikan layanan telkom kepada orang lain Kesiediaan dalam merekomendasikan kepada orang lain akan menjadi tolak ukur yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Karena periklanan seperti ini lebih ampuh untuk mempengaruhi konsumen lain agar membeli jasa yang sama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan yang ada pada kuisioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuisioner tersebut. Indikator dalam kuisioner dapat dikatakan valid apabila nilar r_{hitung} hasilnya lebih besar dari r_{tabel} . (Shinta, 2020).

3.1.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel X	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X.1	0.439	0.279	Valid
X.2	0.499	0.279	Valid
X.3	0.364	0.279	Valid
X.4	0.288	0.279	Valid
X.5	0.718	0.279	Valid
X.6	0.307	0.279	Valid
X.7	0.284	0.279	Valid
X.8	0.573	0.279	Valid
X.9	0.533	0.279	Valid
X.10	0.523	0.279	Valid
X.11	0.616	0.279	Valid
X.12	0.367	0.279	Valid
X.13	0.470	0.279	Valid
X.14	0.393	0.279	Valid
X.15	0.568	0.279	Valid

X.16	0.372	0.279	Valid
X.17	0.385	0.279	Valid

Dari tabel diatas dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jadi kesimpulannya Kualiatas Pelayanan Valid.

3.1.2 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel Y	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0.542	0.279	Valid
Y.2	0.316	0.279	Valid
Y.3	0.495	0.279	Valid

Adapun dari tabel diatas kepuasan pelanggan dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Uji normlaitas kolmogorov smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas adalah pengujian data untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Imam Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Kualitas Pelayanan berdistribusi normal.

H_1 : Kualitas Pelayanan tidak berdistribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Niai Kolmogoro v-Smirnov	Asymp. Sig	Kriteria	Ket.
1.131	0.155	>0.05	Data Berdistribusi Normal

Sumber : Hasil Uji data Menggunakan SPSS 16.0 Tahun 2021

3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain (Imam Ghozali, 2011). Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada gejala heteroskedasitas.

H_1 : Ada gejala heterokedasitas.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai sig > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah
- heteroskedastisitas.

- Jika nilai sig < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.046	Terjadinya Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Uji SPSS 16.0 terhadap Uji Heteroskedastisitas Tahun 2021

Dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi terhadap variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwasannya semua variabel bebas tersebut terjadi heteroskedastisitas.

Dalam kasus seperti diatas, maka cara yang perlu kita lakukan agar model regresi terbebas dari gejala heteroskedasistitas solusi yang bisa kita jadikan alternatif ialah dengan uji heteroskedastisitas dengan gambar scatterplot. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Dimana, salah satu persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sementara itu, terjadinya gejala atau masalah heteroskedastisitas ini akan berakibat pada sebuah keraguan (ketidak akurat) pada suatu hasil analisis regresi yang dilakukan.

Langkah selanjutnya kita melakukan dengan cara melihat pola gambar scatterplots, dengan ketentuan:

- Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau di sekitaran angka 0.
- Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola (Sahid, 2014).

Gambar 1. Scatterplot Uji Heteroskesdasitas

Sumber: Hasil Uji SPSS 16.0 terhadap Uji Scatteplot Heteroskesdasitas Dependen Tahun 2021

Berdasarkan output Scatterplots diatas bahwa memenuhi syarat yg telah dijelaskan pada pola gambar, dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskesdasitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

3.3 Analisis Data

Analisis data adalah upaya dalam mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau

sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

3.3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

(sugiyono, 2008)

Dimana :
Y : Variabel dependen
X : Variabel independent
a : Konstanta
b : Nilai Koefisien Regresi

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.875	.908		24.087	.000
Kualitas Pelayanan	-.140	.013	-.834	10.454	.000

Sumber: Hasil Uji SPSS 16.0 terhadap Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Tahun 2021

Diketahui nilai Constant (a) sebesar 21,875, sedangkan nilai Kualitas pelayanan (b / koefisien regresi) sebesar -0,140, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21,875 - 0,140X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Konstanta sebesar 21,875, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 21,875.
- Koefisien regresi X sebesar -0,140, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar -0,140. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

3.3.2 Uji T

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual menerangkan variansi dependen (Ghozali, 2009).

- Apabila nilai signifikansi < 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai signifikansi > 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian Hipotesis

- H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

- H_1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dari tabel 8 diatas hasil uji regresi linier sederhana, di dapatkan hasil uji T adalah variabel kualitas pelayanan yang mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0.05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3.4 Uji Koefisien Korelasi

Triyono (2016) mendefinisikan bahwa korelasi adalah derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih dari data pengamatan. Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r).

- Jika nilai signifikansi < 0.05 maka berkorelasi
- Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak berkorelasi.

Tabel 7. Pedoman Derajat Hubungan Koefisien Korelasi

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 s/d 0.20	Tidak ada korelasi
0.21 s/d 0.40	Korelasi lemah
0.41 s/d 0.60	Korelasi sedang
0.61 s/d 0.80	Korelasi kuat
0.81 s/d 1.00	Korelasi sempurna

Sumber: Akhmad (2019)

Nilai koefisien korelasi dapat dihitung dengan bantuan aplikasi SPSS versi 16.0 dengan korelasi Pearson Correlation dan outputnya sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Kepuasan Masyarakat	Informasi PTSL
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	-.834**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	-.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	47	47

Sumber: Hasil Uji SPSS 16.0 terhadap Koefisien Korelasi Tahun 2021

Bisa kita lihat dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji *Pearson Correlation* terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terlihat hubungan yang sempurna dan bentuk hubungannya negatif. Maka variabel independen (kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan) yaitu sebesar 0,834 yang termasuk korelasi sempurna pada nilai korelasi 0,81 s/d 1,00.

3.6 Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinan ini menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel (Variabel X) terhadap naik/turunnya (Variabel Y).

Rumusnya:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Ket: KD :Koefisien Determinan
R :Nilai Koefisien Korelasi
100% :Pengali yang menyatakan dalam presentase

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.695	.688	1.24120

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Masyarakat

Sumber : Hasil Uji SPSS 16.0 terhadap Koefisien Determinan Tahun 2021

Dapat diketahui dari tabel diatas bahwa besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Langsa adalah sebesar R^2 0,695 yang berarti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 69,5% sedangkan sisanya 30,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam pengujian analisis regresi linier sederhana yaitu $Y = 21,875 - 0,140X$, jika kualitas pelayanan = 0 maka kepuasan pelanggan ialah 21,875 dan setiap penambahan kualitas pelayanan 1% maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar - 0,140.
2. Pada pengambilan hipotesis ternyata dapat dilihat $\text{sig} < 0,05$ adalah nilai signifikannya yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan sebagai H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pada pengujian koefisien korelasi diperoleh hasil sebesar 0,834 berada pada nilai korelasi 0,81 s/d 1,00 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang korelasi sempurna antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y).
4. Bahwa variabel bebas memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat, yang berarti kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Telkom, TBK. Kandatel Langsa. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dilihat pada perhitungan koefisien determinan, diketahui bahwa sumbangan atau pengaruh variabel pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) yang ditunjukkan oleh R^2 sebesar 0,695 atau 69,5% maka angka ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memberikan pengaruh yang positif sebesar 69,5% terhadap kepuasan, sedangkan sisanya 30,5%

dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang tidak diteliti.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kesehatan, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Ucapan terimakasih kepada ibu Fairus S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing dalam penelitian yang telah saya lakukan dari awal hingga tahap akhir penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, H. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Alam, F. H dan Endah, W. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Wintel Jakarta Selatan*. Jurnal Epigram Vol. 12 No. 2.
- Dewiani, Andini, D. A, dan Aulia, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Jaringan Indihome Terhadap Customer Experimnce*. Jurnal Seminar Fortei.
- Imam, Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang:UNDIP.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta Salemba Empat.
- Lovelock, Crithoper & Lauren Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Alih Bahasa Agus Widiantoro (Cetakan Kedua)*. Jakarta: PT Indeks.
- Robbins Sp, at al. (2006). *Prilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shafira, A. (2020). *Tinjauan Atas Penanganan Keluhan Indihome Pada PT. Telkom Bogor*. Skripsi Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma III Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.

Venus, Antar. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Zaitul Asma. (2010). *Paramenter Kesopanan dalam Kalangan Kanak-Kanak dan Remaja*. Analisis Pragmatik. Jurnal Online Universitas Putra Malaysia.