
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. TELKOM MEDAN**

Boris Gabriel Sinaga, Mangasa Panjaitan, Tiur Rajagukguk
Universitas Methodist Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang ada di PT, dengan sampel penelitian diambil sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Nilai R Square (R^2) adalah 0,660. Nilai tersebut dapat diartikan variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 66% sisanya sebesar $100\% - 66\% = 34\%$ dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya. Hasil uji t koefisien dari kualitas pelayanan adalah 0,883, yakni bernilai positif. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan; Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

PT. Telkom Medan sebagai salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa komunikasi yang fungsinya sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam hal pemenuhan informasi dan komunikasi. Saat ini PT.Telkom dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna memenuhi kepuasan pelanggan akan sarana dan prasarana telekomunikasi yang diperlukan oleh masyarakat khususnya pelanggan PT. Telkom. Kecepatan dalam pelayanan merupakan suatu tuntutan yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan, karena dalam hal ini pelayanan yang lambat seiring dikaitkan dengan kemampuan perusahaan yang berdampak luas menyangkut citra perusahaan dan animo masyarakat luas yang menilai kinerja perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud mengakibatkan kepemilikan apapun tergantung pada waktu dan tempat untuk mencapai suatu tujuan. Sebaliknya kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang memberikan kepuasan kepada pelanggan atau hasil yang diharapkan. Kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang cukup kuat, sifat hubungannya positif yang artinya jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat pula. Kepuasan pelanggan menjadi petunjuk arah, pendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif dan inovatif yang dapat membentuk keadaan masa depan yang baik.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Medan.

TELAAH PUSTAKA

Kualitas Pelayanan memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangible*), artinya pemberian jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, sarana, parkir, dan lain sebagainya), perlengkapan, dari peralatan yang dipergunakan teknologi serta penampilan karyawannya.
2. Empati (*Empathy*), artinya empati yang memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
3. Keandalan (*Reliability*), keandalan yaitu kemampuan perusahaan adalah memberikan pelayanan sesuai yang diinginkan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati dan dengan akurasi yang tinggi.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*), artinya ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang sangat cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian tanpa adanya suatu alasan yang tidak jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
5. Jaminan (*Assurance*), artinya jaminan yaitu pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk membutuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, terdiri dari beberapa kompensasi antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

Menurut Kotler (2014), kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan. Tanda dari kepuasan tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Senang atau kecewa atas perlakuan atau pelayanan yang diterima,
2. Mengeluh atau mengharap atas perlakuan yang semestinya diperoleh
3. Tidak membernarkan atau menyetujui sesuatu yang bertautan dengan kepentingannya.
4. Menghendaki pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat membuktikan dan menemukan hubungan antara dua variabel. Sumber data yang diambil dari data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang terpilih pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan wawancara kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Telkom Medan dengan sampel atau respondensebanyak 100 orang pelanggan.

HASIL

Hasil analisis data dengan regresi linier berganda dijelaskan sebagai

berikut:

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas tiap-tiap butir pertanyaan pada kuesioner yang telah dirancang. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid apabila nilai korelasi (R_{hitung}) dari butir pertanyaan tersebut $> R_{tabel}$ yaitu sebesar 0,361. Diperoleh hasil bahwa seluruh nilai $R_{hitung} > 0.361$ sehingga disimpulkan seluruh pertanyaan telah valid.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Berikut hasil dari uji reliabilitas terhadap butir-butir pertanyaan yang valid.

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.948	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X)	0.966	Reliabel

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6, maka kuesioner penelitian bersifat reliabel. Diketahui bahwa kuesioner reliabel, karena seluruh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Tingkat signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas p , dengan ketentuan jika nilai probabilitas $p \geq 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi, sebaliknya jika probabilitas $< 0,05$, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Tabel 2. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

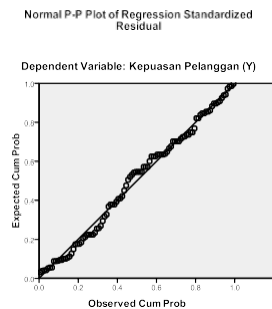
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31693547
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.057
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.627
Asymp. Sig. (2-tailed)		.826

Sumber: Diolah oleh peneliti (2020)

a. Test distribution is Normal.

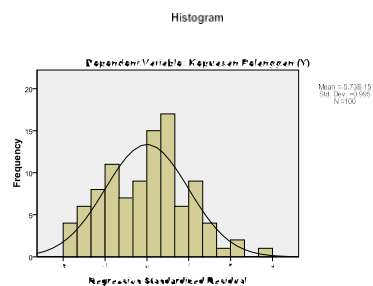
b. Calculated from data.

Perhatikan bahwa berdasarkan Tabel 2, diketahui nilai probabilitas p atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,826. Karena nilai probabilitas p, yakni 0,826, lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal.



Sumber : Diolah oleh peneliti

Gambar. 1 Uji Normalitas *Normal Probability Plot*



Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

Gambar. 2 Uji Normalitas **Histogram**

Gambar 1 merupakan pengujian normalitas dengan pendekatan *normal probability plot*, sementara pada Gambar 2 merupakan pengujian normalitas dengan pendekatan histogram. Diketahui pada Gambar 1, titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, sementara pada Gambar .2, terlihat kurva berbentuk kurva normal, sehingga data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinieritas atau tidak dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai VIF yang lebih dari 10 diindikasikan suatu variabel bebas terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2013).

Tabel. 3 Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan (X)	1.000	1.000

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

Perhatikan bahwa berdasarkan Tabel 3, nilai VIF dari kualitas pelayanan adalah 1. Dikarenakan nilai VIF dari kualitas pelayanan < 10, maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji statistik Glejser dipilih karena lebih dapat menjamin keakuratan hasil dibandingkan dengan uji grafik plot yang dapat menimbulkan bias. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai *absolute* residual-nya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebelumnya (5%). Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika koefisien signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.457	.137		3.322	.001
	Kualitas Pelayanan (X)	-.052	.036	-.145	-1.450	.150

a. Dependent Variable: abs_residual

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 4, diketahui nilai Sig. Glejser dari variabel kualitas pelayanan adalah 0,150 > 0,05. Diketahui seluruh nilai Sig. Glejser dari masing-masing variabel bebas di atas 0,05, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linier berganda digunakan bila jumlah variabel independennya minimal berjumlah sebanyak 2 variabel independen. Penggunaan analisis regresi linier berganda dimaksudkan untuk menentukan pengaruh variabel bebas yang biasa disebut dengan X terhadap variabel tak bebas yang biasa disebut dengan Y. Tabel 5 merupakan hasil analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,663 + 0,134X_1 + 0,193X_2 + 0,148X_3 + 0,186X_4 + 0,186X_5 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasi sebagai berikut:

- a) Diketahui nilai konstanta adalah 0,663. Nilai tersebut dapat diartikan apabila *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible* bernilai

0. maka nilai variabel dependen kepuasan pelanggan adalah 0,663.
- b) Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel *reliability* adalah 0.134, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketika *reliability* meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan cenderung meningkat sebesar 0.134, dengan asumsi variabel lain tetap/konstan.
- c) Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel *responsiveness* adalah 0.193, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketika *responsiveness* meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan cenderung meningkat sebesar 0.193, dengan asumsi variabel lain tetap/konstan.
- d) Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel *assurance* adalah 0.148, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketika *assurance* meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan cenderung meningkat sebesar 0.148.
- e) Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel *empathy* adalah 0.186, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketika *empathy* meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan cenderung meningkat sebesar 0.186, dengan asumsi variabel lain tetap/konstan.
- f) Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel *tangible* adalah 0.186, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketika *tangible* meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan cenderung meningkat sebesar 0.186

Tabel. 5 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.663	.387		1.714	.090		
Reliability (X1)	.134	.062	.178	2.169	.033	.904	1.106
Responsiveness (X2)	.193	.069	.237	2.793	.006	.846	1.182
Assurance (X3)	.148	.066	.189	2.257	.026	.871	1.148
Empathy (X4)	.186	.071	.229	2.630	.010	.799	1.252
Tangible (X5)	.186	.072	.223	2.581	.011	.813	1.229

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel tak bebas kepuasan pelanggan. Berdasarkan Tabel 6, diketahui nilai F_{hitung} 190,403 dan nilai *Sig.* adalah 0,000. Diketahui nilai F_{hitung} 190,403 > F_{tabel} 3,93 dan nilai *Sig* adalah 0,000 < 0,05, maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel. 6 Uji Pengaruh Simultan dengan Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	19.321	1	19.321	190.403	.000 ^a
Residual	9.944	98	.101		
Total	29.265	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel 7 menyajikan nilai koefisien regresi, serta nilai statistik t untuk pengujian pengaruh secara parsial.

Tabel. 7 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.476	.243		1.954	.053		
Kualitas Pelayanan (X)	.883	.064	.813	13.799	.000	1.000	1.000

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7 diperoleh hasil bahwa nilai koefisien dari kualitas pelayanan adalah 0,883, yakni bernilai positif. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Diketahui nilai *Sig* dari variabel kualitas pelayanan adalah $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 13,799 > t_{tabel} 1,98$, maka kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu nilai (nilai proporsi) yang mengukur seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam persamaan regresi, dalam menerangkan variasi variabel tak bebas.

Tabel. 8 Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.660	.657	.318548

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2020)

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan Tabel 8, diketahui nilai koefisien determinasi (*R-Square*) adalah 0,660. Nilai tersebut dapat diartikan variabel kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 66% sisanya sebesar 100% - 66% = 34% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 66%, sisanya sebesar 100% - 66% = 34% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.
2. Nilai koefisien regresi linier berganda dari kualitas pelayanan adalah 0,883, yakni bernilai positif. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3. Nilai uji t diketahui nilai Sig dari variabel kualitas pelayanan adalah $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 13,799 > t_{tabel} 1,98$, maka kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multipariat Program IBM SPSS*, Edisi 7, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I dan II. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Manalu, T. R., Winarto, W., & Nadapdap, K. M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Orindo Alam Ayu Medan. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 5(1), 57-66.
- Sinambela, D. R., Winarto, W., & Panjaitan, M. (2019). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prima Motor Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 5(1), 67-74.
- Situmorang, E. D. B., Gultom, R., Nadapdap, K., & Sihite, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Amanda Brownies. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 38-49.
- Tjiptono, Fandy 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Winarto, W. (2017). Persepsi Kualitas Layanan Warung Internet di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 3(2), 107-115.