

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA JARINGAN INTERNET FIRST
MEDIA DI KECAMATAN MEDAN HELVETIA**

SKRIPSI

Oleh:

IRDIAN HAMONANGAN DACHI

198600232



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)20/10/23

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA JARINGAN INTERNET FIRST
MEDIA DI KECAMATAN MEDAN HELVETIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

Oleh:

IRDIAN HAMONANGAN DACHI

198600232



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

2023

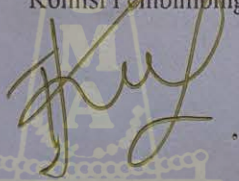
UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

HALAMAN PENGESAHAN

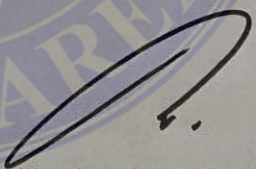
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jaringan Internet First Media Di Kecamatan Medan Helvetia
Nama : Irdian Hamonangan Dachi
Npm : 198600232
Bagian : Psikologi Industri Dan Organisasi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Khairuddin., S.Psi., M.Psi



Prof. Hasanuddin., Ph.D
Dekan


Laili Alfita., S.Psi., M.M., M.Psi., Psikolog
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian,
dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tanggal Lulus : 30 September 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 30 September 2023



Irdian Hamonangan Dachi
NIM. 198600232

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irdian Hamonangan Dachi
NPM : 198600232
Program Studi : Psikologi Industri dan Organisasi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JARINGAN INTERNET FIRST MEDIA DI KECAMATAN MEDAN HELVETIA

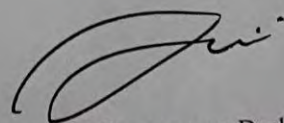
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Medan

Pada tanggal: 30 September 2023

Yang Menyatakan



Irdian Hamonangan Dachi
NIM. 198600232

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JARINGAN INTERNET FIRST MEDIA DI KECAMATAN MEDAN HELVETIA

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jaringan internet First Media di Kecamatan Medan Helvetia. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Teknik analisis regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna jaringan internet First Media yang mengeluh dengan jumlah populasi 132. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik Simple Random Sampling. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 66 orang. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan tehnik regresi sederhana, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilihat dari persamaan regresi linear sederhana $Y = 9,847 + 0,790 X$ yang artinya ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan nilai koefisien determinan (R^2) yang memiliki nilai 0,783 nilai ini setara dengan 78,3% artinya bahwa kualitas pelayanan tersebut berkontribusi sekitar 78,3% terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini hasil dari kualitas pelayanan dinyatakan positif dilihat dari hasil nilai rata-rata empirik yang diperoleh sebesar 53,53 lebih kecil dari nilai hipotetik 62,5. Selanjutnya kepuasan pelanggan dinyatakan tinggi dilihat dari nilai rata-rata empirik yang diperoleh sebesar 52,15 lebih kecil dari nilai hipotetik yaitu 60.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ON FIRST MEDIA INTERNET NETWORK USERS IN MEDAN HELVETIA SUB-DISTRICT

The purpose of this study is to determine whether there is an influence of service quality on customer satisfaction of First Media internet network users in Medan Helvetia District. In this study using a quantitative approach with a simple linear regression analysis technique. The population in this study were users of the First Media internet network who complained with a total population of 132 people. The sampling technique in this study was using the Simple Random Sampling Technique. The number of samples in this study were 66 people. Based on the results of the analysis that has been carried out using simple regression techniques, it is known that there is a positive influence between service quality on customer satisfaction as seen from the simple linear regression equation $Y = 9.847 + 0.790 X$, which means that there is a positive influence between service quality on customer satisfaction. So are with the value of the determinant coefficient (R^2), which has a value of 0.783, this value is equivalent to 78.3%, meaning that the quality of service contributes around 78.3% to customer satisfaction. In this study the results of service quality were stated to be positive, seen from the results of the empirical average value obtained at 53.53, which is less than the hypothetical value of 62.5. Furthermore, customer satisfaction is stated to be high in terms of the empirical average value obtained at 52.15 which is smaller than the hypothetical value of 60.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan, pada tanggal 23 Mei 1999 yang merupakan anak laki-laki dari ayah Alm. Irama Dachi dan Masdiana Sibarani Penulis merupakan anak tunggal.

Penulis menempuh Pendidikan di SDN 158326 Bajamas 2 Tapanuli Tengah tahun 2005-2011, SMP Fatima Sibolga tahun 2011-2014, SMA Katolik Sibolga tahun 2014-2017 dan pada tahun 2019 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan berkat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jaringan Internet First Media di Kecamatan Medan Helvetia”.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Khairuddin, S.Psi., M.Psi selaku pembimbing serta yang telah banyak memberikan saran, Kepada Bapak Azhar Aziz, S.Psi., MA, Psikolog selaku ketua dalam sidang skripsi saya, Kepada Ibu Magfirah DR, S.Psi., M.Psi, Psikolog selaku penguji dalam sidang saya dan Kepada Ibu Rahma Afwina, S.Psi., M.Psi selaku sekretaris dalam sidang saya. Disamping itu penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Rektor Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, MSc. Selaku Rektor Universitas Medan Area. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Dosen dan Pegawai Fakultas Psikologi yang telah membantu penulis selama perkuliahan. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, seluruh keluarga, serta teman-teman saya atas segala doa dan perhatiannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir/skripsi/tesis ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir/skripsi/tesis ini. Penulis berharap tugas akhir/skripsi/tesis ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan,

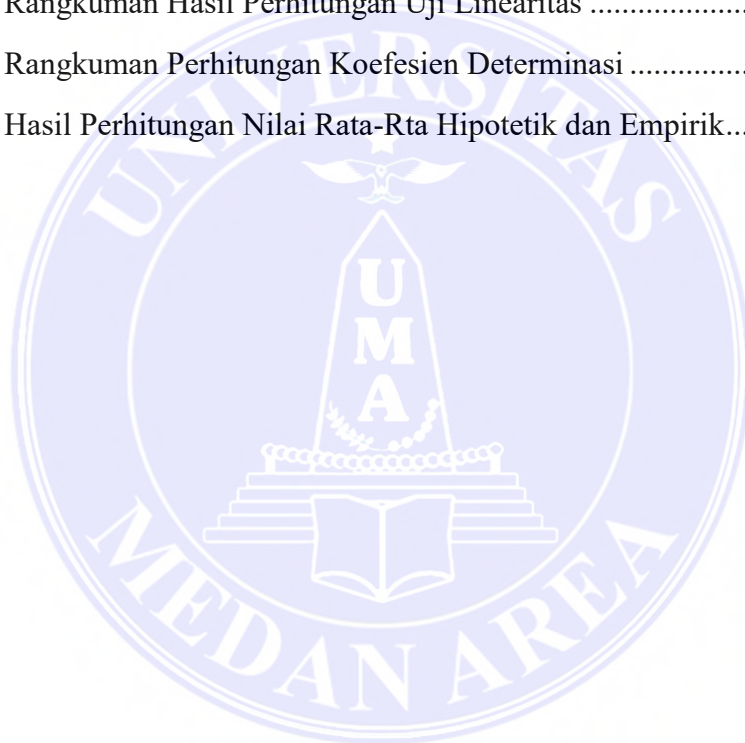
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN IZIN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	<i>vii</i>
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMIPRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Hipotesis.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1 Definisi kepuasan pelanggan	8
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	9
2.1.3 Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan	11
2.1.4 Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan	12
2.1.5 Indikator Kepuasan Pelanggan	14
2.2 Kualitas Pelayanan	16
2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.2 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	17
2.2.3 Aspek –aspek Kualitas Pelayanan	20
2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	23

2.4	Kerangka Konseptual	25
III.	METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.2	Alat dan Bahan	26
3.3	Tipe Penelitian.....	29
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
3.5	Definisi Operasional.....	30
3.6	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.7	Metode Pengumpulan Data	32
3.8	Validitas dan Reliabilitas	33
3.9	Tehnik Analisis Data	34
3.10	Prosedur Kerja.....	36
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1	Hasil Penelitian	34
4.2	Uji Asumsi	34
4.3	Hasil Analisis Regresi Sederhana	36
4.4	Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	37
4.5	Pembahasan	38
V.	SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1	Simpulan	50
5.2	Saran	50
	DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Distribusi Penyebaran Skala Kepuasan Pelanggan Sebelum Uji Coba Alat Ukur	27
Tabel 2. Distribusi Penyebaran Skala Kualitas pelayanan Sebelum Uji Coba Alat Ukue.....	28
Tabel 5. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran.....	35
Tabel 6. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linearitas	35
Tabel 7. Rangkuman Perhitungan Koefesien Determinasi	36
Tabel 8. Hasil Perhitungan Nilai Rata-Rta Hipotetik dan Empirik.....	38



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konseptual	25



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Data Skala Kepuasan Pelanggan.....	55
Data Skala Kualitas Pelayanan.....	58
Skala Penelitian.....	61
Skala Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Skala Uji Lineritas.....	73
Surat Keterangan Bukti Penelitian	81



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini jaringan internet merupakan suatu pengembangan dari sebuah teknologi yang sangat bermanfaat secara menyeluruh dari perihal yang berbau dengan teknologi telekomunikasi dan informasi, dalam suatu teknologi dapat dikatakan sebagai kebutuhan primer pada era saat ini yang hampir tiap orang atau tiap populasi manusia menggunakan teknologi internet tersebut. Maka secara global dan bisa dikatakan pengguna teknologi internet jumlahnya tidak terbatas dalam kondisi yang dapat dikatakan secara geografis, dikarenakan manfaat yang dapat dirasakan dengan menjadikan jarak yang jauh menjadi dekat dan di era saat ini memudahkan mendapatkan dan menemukan data dan berita-berita terkini dari berbagai daerah atau belahan dunia saat ini.

Di Indonesia, pertumbuhan akses internet semakin meningkat dari tahun ketahun. Survey yang diselenggarakan oleh pihak APJI (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia pada bulan Maret tahun 2018 telah mencapai 143,26 juta atau setara dengan 54,7 % dari total keseluruhan populasi penduduk Indonesia berjumlah 262 juta orang.

First Media merupakan salah satu dari banyaknya penyedia jasa layanan telekomunikasi. First Media mempunyai berbagai kantor cabang di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya di wilayah Kota Medan yang disebut dengan First Media yang terletak di Komplek Ruko Megacomp Jalan Kaptan Muslim No. 22 Dwi Kora Kecamatan Medan Helvetia Kota Medan, Sumatera Utara. First Media adalah salah satu perusahaan milik swasta dibawah naungan perusahaan milik Lippo Group yang

bergerak dibidang jasa layanan akses internet. ISP (*Internet Service Provider*) adalah suatu badan usaha yang dimiliki oleh pemerintah ataupun milik swasta yang dapat memberikan berbagai fasilitas layanan (*service*) agar dapat menghubungkan ke sebuah jaringan internet. Contoh dari ISP seperti LinkNet, IndosatNet, dan TelkomNet.

Dalam perkembangan dunia telekomunikasi sejak dikeluarkannya UU No. 36 tahun 1999 tentang telekomunikasi, yaitu meniadakan atau menghapus monopoli untuk sektor telekomunikasi yang dikeluarkan oleh pemerintah, maka dari itu lingkungan bisnis telekomunikasi termasuk salah satunya First Media yang dapat bersaing sebagai *service provider* atau bisa dikatakan sebagai penyedia layanan komersial yang terdapat pada lingkungan industri telekomunikasi (Nugroho, 2015). Di era saat ini persaingan sangat ketat menjadikan First Media meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini.

First Media salah satu dari banyaknya perusahaan penyedia layanan Internet dan TV kabel yang cukup berhasil menarik para pelanggannya. Cukup banyak keunggulan yang ditawarkan oleh perusahaan First Media kepada pelanggan tetap ataupun calon pelanggan baru perusahaan First Media ini dan pastinya tidak akan terlepas dari sisi kelemahan yang tentunya ada menyertai layanan produk dari First Media itu sendiri. Siapapun pelanggannya pasti ingin memperoleh produk dan layanan terbaik yang diberikan oleh pihak First Media baik dari sisi kecepatan internet hingga dari layanan TV kabelnya.

Seiring dengan kemajuan teknologi sekarang tidak lepas dari permasalahan yang dihadapi dalam setiap perusahaan yaitu bagaimana cara perusahaan

memuaskan pelanggannya sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan setelah melakukan perbandingan atas kinerja ataupun hasil yang pelanggan rasakan dibanding dengan harapannya. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan memperlihatkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan dan menawarkan produknya. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kinerja dan harapan pelanggan (Baskara,2015).

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah 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 maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Ciri-ciri kepuasan pelanggan menurut Kotler (2000) mengatakan bahwa ciri-ciri pelanggan yang puas adalah loyal terhadap produk dan jasa pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of communication*) yang bersifat positif. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk atau jasa lain. Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, telah ditemukan beberapa masalah yang menjadi keluhan pelanggan di kantor First Media khususnya di Kecamatan Medan Helvetia yang diantaranya yaitu jika jaringan wifi mengalami masalah (*trouble*) maka pelanggan harus menunggu perintah kerja dari pusat (Jakarta) sehingga memakan waktu yang lama dalam penanganan oleh teknisi, teknisi kurang profesional dalam menjalankan SOP pemasangan terlihat pada redaman harus rendah dan ping harus rendah jika kedua tersebut tinggi dalam pemasangan maka kecepatan jaringan akan melambat, kurangnya kerapian dalam penarikan kabel yang dilakukan oleh teknisi dalam pemasangan jaringan wifi dan pemberitahuan harga melalui email sehingga banyak penambahan tagihan yang tidak jelas di biaya administrasi yang dibebani kepada pelanggan.

Hasil observasi ini didukung penuh dengan hasil dari wawancara penulis dengan pelanggan pengguna wifi First Media, dimana ada pelanggan mengeluhkan ketika terjadi masalah terhadap jaringan internet maka penanganan yang dilakukan oleh teknisi sangat lama karena harus surat perintah dari kantor pusat di Jakarta kemudian teknisi kurang profesional dalam menjalankan SOP, kurangnya kerapian dalam penarikan kabel dan pemberitahuan harga melalui email.

Adapun hasil wawancara peneliti dengan pengguna jaringan wifi First Media yaitu Kemarin wifi di rumah saya tiba-tiba tidak bisa digunakan sama sekali kemudian saya melapor ke kantor wifi first media dan jawaban dari kantor untuk estimasi pengerjaannya paling cepat 1 hari dan paling lama 3 hari karena harus menunggu surat perintah kerja dari kantor pusat.

Pengguna lain juga mengatakan bahwa Teknisinya kurang profesional dalam pengerjaannya karena waktu pemasangan wifi tidak dapat langsung digunakan akibat ping dan redaman yang tinggi sehingga jaringan wifi tidak bisa digunakan atau pun jaringannya jadi lelet. Selain itu pengguna lain juga mengatakan bahwa Teknisinya kurang rapi dalam penarikan kabel kadang melewati ranting pohon atau pun dari atap rumah orang dan pemberitahuan harga melalui email pelanggan sehingga banyak biaya penambahan yang kurang jelas.

Dari fenomena yang penulis temukan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan dan menjadi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Maka dari itu, sebuah perusahaan harus memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Firmansyah, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi dari pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya sehingga dapat di definisikan bahwa Kualitas pelayanan menurut Kasmir (2017) menjelaskan tentang pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya dan Pengertian kepuasan pelanggan menurut Nova (2012) “merupakan hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam pemakaian produk atau jasa

Maka berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jaringan Internet First Media di Kecamatan Medan Helvetia”

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah " apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jaringan Internet First Media di Kecamatan Medan Helvetia?".

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jaringan Internet First Media di Kecamatan Medan Helvetia.

1.4 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Asumsinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pelanggan.

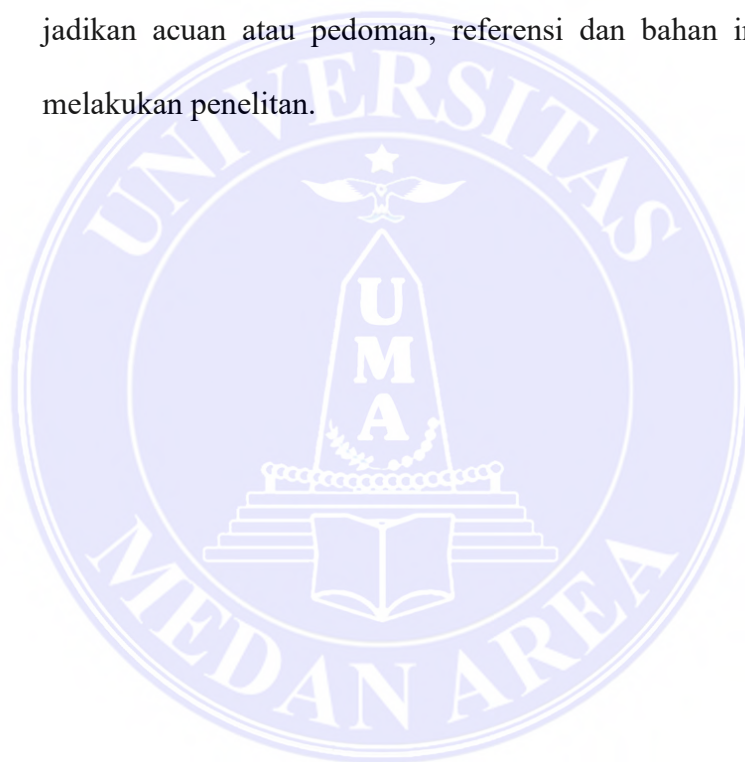
1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan memberi sumbangsih kepada bidang psikologi khususnya kepada para peneliti selanjutnya untuk menjadi dasar pengembangan penelitian dimasa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan menjadi dasar atau acuan dan sumbangan informasi terkait dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan, bagi suatu perusahaan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau pertimbangan dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan para pelanggannya. Dan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang judul ini diharapkan dapat di jadikan acuan atau pedoman, referensi dan bahan informasi dalam melakukan penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wright (2007) “kepuasan adalah keadaan emosional reaksi pasca-pembelian mereka dapat berupa amarah, ketidakpuasan, kejangkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan”. Pengertian kepuasan pelanggan menurut Nova (2012) “merupakan hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam pemakaian produk atau jasa”. Sedangkan kepuasan pelanggan Menurut Rangkuti (2013) berpendapat bahwa: kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.

Berdasarkan pengertian diatas, maka kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil kinerja yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Dalam buku Marketing Strategi Top Brand Indonesia menurut Suyanto (2007) kepuasan pelanggan merupakan “perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang bersumber dari kesetaraan antara kinerja produk dengan kebutuhan”.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Armstrong (2008), yaitu: Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) tergantung pada kemampuan anggapan produk relative terhadap luapan pembeli. Jika kemampuan produk tidak memenuhi harapan, maka pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan harapan, maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan merasa sangat puas. Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan

kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama bagi sebuah perusahaan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sebuah perusahaan tidak akan menutup kemungkinan akan melakukan pemakaian secara berulang pada jaringan internet PT. Linknet First Media Kecamatan Medan Helvetia dan pelanggan akan merekomendasikan kepada teman, saudara bahkan tetangganya. Hal tersebut sangat berkaitan dengan harapan yang dibutuhkan pelanggan wifi First Media tersebut.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Indrasari (2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.

- e. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut Gaspersz dalam (Nasution, 2005) adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan seyogianya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka

kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya bila layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (dalam Simamora, 2001).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor kepuasan pelanggan yaitu : Kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, biaya dan pengalaman dari teman-teman.

2.1.3 Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan

Menurut Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002) mengatakan bahwa terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Kelima dimensi tersebut adalah:

a. Layanan inti jasa (*Core service*)

Layanan inti dari jasa menggambarkan isi layanan yaitu fitur apa saja yang ditawarkan dalam layanan yang diberikan seperti gambaran dan suatu layanan jasa yang diberikan oleh konsumen

b. Elemen manusia dalam penyampaian jasa (*Human element of servicedelivery*) Pada dimensi ini merujuk kepada semua aspek (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, saat kebenaran, insiden kritis dan pemulihan) yang akan berpengaruh pada elemen manusia dalam penyampaian jasa.

c. Elemen sistem dalam penyampaian jasa (*systematizatioon of servicedelivery*) Pada aspek ini merupakan proses, prosedur, sistem dan teknologi yang akan membuat layanan yang baik. Pelanggan selalu ingin dan mengharapkan proses pelayanan yang benar-benar standar, efisien, dan

sederhana sehingga mereka bisa menerima layanan tanpa gangguan, hal-hal yang tidak diinginkan atau banyak pertanyaan yang diajukan oleh penyedia layanan.

Menurut Lupiyoadi, dkk (2008) ada beberapa aspek dalam mengetahui kepuasan pelanggan yakni:

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan
- c. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan
- d. Mengembangkan dan menerapkan accountable, proactive, dan partnership marketing sesuai dengan situasi pemasaran.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa aspek-aspek kepuasan pelanggan yaitu: layanan inti jasa (*core service*), elemen manusia dalam penyampaian jasa (*human element of service delivery*), elemen system dalam penyampaian jasa (*systematization of service delivery*)

2.1.4 Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan

Kotler (2000) mengatakan bahwa ciri-ciri pelanggan yang puas adalah sebagai berikut :

- a. Loyal terhadap produk dan jasa

Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan

untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif
- c. Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk atau jasa dan perusahaan yang menyediakan produk atau jasa.
- d. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk atau jasa lain. Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan.

Menurut Kotler (dalam Husna, dkk., 2020), ada 5 (lima) ciri-ciri konsumen yang merasa puas, yaitu:

- a. Menjadi lebih setia atau menjadi konsumen yang loyal.
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk dan perusahaan.
- d. Kurang memperhatikan produk dari iklan pesaing.
- e. Kurang sensitif pada harga, memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan, serta membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil dari pada biaya konsumen baru karena transaksi menjadi rutin

Menurut Tjiptono (2008) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat misalnya hubungan antara perusahaan dan

pelanggan menjadi harmonis, terciptanya loyalitas, dan juga rekomendasi dari mulut ke mulut.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kepuasan pelanggan adalah yaitu : Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal, Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk dan perusahaan, Perasaan puas konsumen pada keseluruhan produk, Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

2.1.5 Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan (2008), yaitu :

- a. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
- b. Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
- c. Selalu membeli produk
- d. Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
- e. Akan merekomendasikan kepada orang lain
- f. Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
- g. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

- h. Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
2. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Indikator Kepuasan pelanggan ialah : Persasaan Puas, Kesesuaian Harapan, Kesediaan Merekomendasikan.

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan apa yang diperlukan orang lain. Kemudian menurut Kotler mengatakan “*A Service essentially intangible and does not result in the Ownership of anything, its production may or may no be to a physical product*”. Yang artinya ialah bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun(dalam Laksana, 2008).

Kualitas pelayanan menurut Kasmir (2017) menjelaskan tentang pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan

keinginannya. Artinya bahwa konsumen akan merasa lebih puas dan terus menambah transaksi atau konsumsinya dari waktu ke waktu.

Menurut Tjiptono (dalam Mornovita, 2020) kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas pelayanan yaitu menjelaskan tentang pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan daninginannya.

2.2.2 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut The Lang Gie (dalam Suwarsono, 1999) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan kepada pelanggan. Beberapa faktor tersebut yaitu:

a. Motivasi kerja karyawan

Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi maka ia akan menampilkan performansi kerjanya yang terbaik yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

b. Sistem kerja dan sistem pelayanan di perusahaan tersebut Sistem kerja dan sistem pelayanan yang konsisten, dinamis, dan fleksibel akan memudahkan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

c. Suasana kerja di perusahaan

Suasana kerja yang kondusif dan nyaman diperlukan untuk mendukung karyawan dalam melayani pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas.

d. Kemampuan kerja karyawan

Kemampuan kerja adalah kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan yang terdiri dari kemampuan intelektual dan fisik (Robbins, 1996). Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat diberikan jika karyawan memiliki kemampuan kerja yang maksimal.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan kepada pelanggan menurut Adya dan Atep (2003) yaitu:

a. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan

Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat diberikan jika karyawan memiliki kemampuan kerja yang maksimal.

b. Pola manajemen perusahaan

c. Pola manajemen yang mensejahterakan dan tidak membebani karyawan dapat mendukung karyawan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

d. Pengembangan sumber daya manusia

Karyawan perlu dikembangkan kemampuan dan potensinya sehingga nantinya dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

e. Keselarasan hubungan kerja

Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat didukung dengan adanya hubungan kerja yang selaras di antara karyawan karena menciptakan situasi keakraban dan kehangatan.

f. Motivasi kerja karyawan

Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi akan bekerja dan menampilkan performansi kerja yang maksimal, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

g. Kebijakan pemberian insentif

Pemberian insentif yang adil sesuai dengan prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada perusahaan akan menciptakan.

Menurut Fishabil, dkk., (2021) berikut beberapa faktor kualitas pelayanan, diantaranya:

- a. Pengendalian internal, dalam meningkatkan kualitas pelayanan suatu perusahaan dituntut untuk memiliki pengendalian internal yang baik untuk dapat menunjang keberlangsungan usahanya.
- b. Total quality management, dimana untuk dapat bersaing dengan pesaingnya suatu organisasi atau perusahaan perlu meningkatkan manajemen kualitas pelayanannya salah satunya adalah dengan membedakan layanan mereka dengan layanan pesaingnya.
- c. Kinerja partner, kinerja partner dapat diketahui dari seberapa baik kemampuan partner sebagai sumber daya manusia (SDM) dalam memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan konsumennya.
- d. Citra perusahaan, dalam meningkatkan kualitas pelayannya suatu perusahaan perlu memperhatikan persepsi dari konsumennya, persepsi konsumen yang baik akan timbul jika ada keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, citra perusahaan memiliki peran penting dalam membentuk gambaran

perusahaan dimata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan beberapa faktor-faktor kualitas pelayanan terdiri dari: Motivasi kerja karyawan, Pola manajemen perusahaan, Motivasi kerja karyawan, Kinerja partner, kinerja partner dapat diketahui dari seberapa baik kemampuan partner sebagai sumber daya manusia (SDM) dalam memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan konsumennya.

2.2.3 Aspek –aspek Kualitas Pelayanan

Menurut Vincent Gaspersz dalam Ardane (2017) membentuk beberapadimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam kualitas Kualitas Pelayanan pada industri jasa yaitu sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu Kualitas Pelayanan adalah hal-hal yang perlu diperhatikan di sini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi Kualitas Pelayanan adalah dengan realibilitas Kualitas Pelayanan dan bebas kesalahan-kesalahan kepada konsumen.
3. Kesopanan dan keramahtamahan dalam memberikan Kualitas Pelayanan terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan konsumen eksternal, seperti : operator telepon, petugas keamanan, pengemudi, kasir dan petugas penerima konsumen. Citra Kualitas Pelayanan dari industri jasa sangat ditentukan oleh orang-orang dari perusahaan yang berada pada garis depan dalam melayani langsung denga konsumen eksternal.

4. Tanggung jawab adalah berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari konsumen.
5. Kelengkapan yaitu menyangkut lingkup Kualitas Pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta Kualitas Pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan mendapatkan Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan banyaknya outlet, banyak petugas yang melayani seperti kasir, staff administrasi dll. Banyaknya fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses data.
7. Variasi model Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan inovasi untuk memberikan polapola baru dalam Kualitas Pelayanan serta features dari Kualitas Pelayanan.
8. Kualitas Pelayanan Pribadi adalah berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus dan sebagainya.
9. Kenyamanan dalam memperoleh Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan jangkuan baik lokasi, parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang tempat Kualitas Pelayanan dan kemudahan dalam memperoleh paker dan sebagainya.
10. Atribut Pendukung Kualitas Pelayanan Lainnya berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruangan tunggu, fasilitas music, AC dan sebagainya.

Menurut Kotler (2012) terdapat beberapa aspek kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik, penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
2. Empati, kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
3. Keandalan, kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
4. Cepat tanggap, daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
5. Jaminan, kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa beberapa aspek kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut: Ketepatan waktu Kualitas Pelayanan adalah hal-hal yang perlu diperhatikan di sini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses, Kesopanan dan keramahtamahan dalam memberikan Kualitas Pelayanan terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan konsumen eksternal, seperti : operator telepon, petugas keamanan, pengemudi, kasir dan petugas penerima konsumen, Cepat tanggap, daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan, dJaminan, kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan

2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Di era globalisasi saat ini sangat banyak revolusi teknologi komunikasi dan informasi yang berakibat terjadinya perubahan yang sangat luar biasa. Dengan adanya yang dimiliki muncul kompetensi yang berdampak pada pelanggan semakin banyak pilihan dan cukup sulit untuk dipisahkan karena sudah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kepuasan semata (Yamit,2013). Perusahaan yang saat ini bergerak dibidang jasa wajib memperhatikan dan memperlihatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, pelanggan akan merasa lebih puas terhadap jasa yang telah diberikan oleh perusahaan.

Menurut Zeithaml & Bitner kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan persepsi atau kinerja yang dirasakan. Sedangkan menurut Juran kepuasan pelanggan adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan pelanggan dan bebas dari kekurangan (dalam Priansa, 2017).Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang erat dengan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan keinginan atau harapan pelanggan dan kinerja yang secara nyata diterima. Jika harapan pelanggan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai bahkan dapat menimbulkan kekecewaan bagi para pelanggannya.

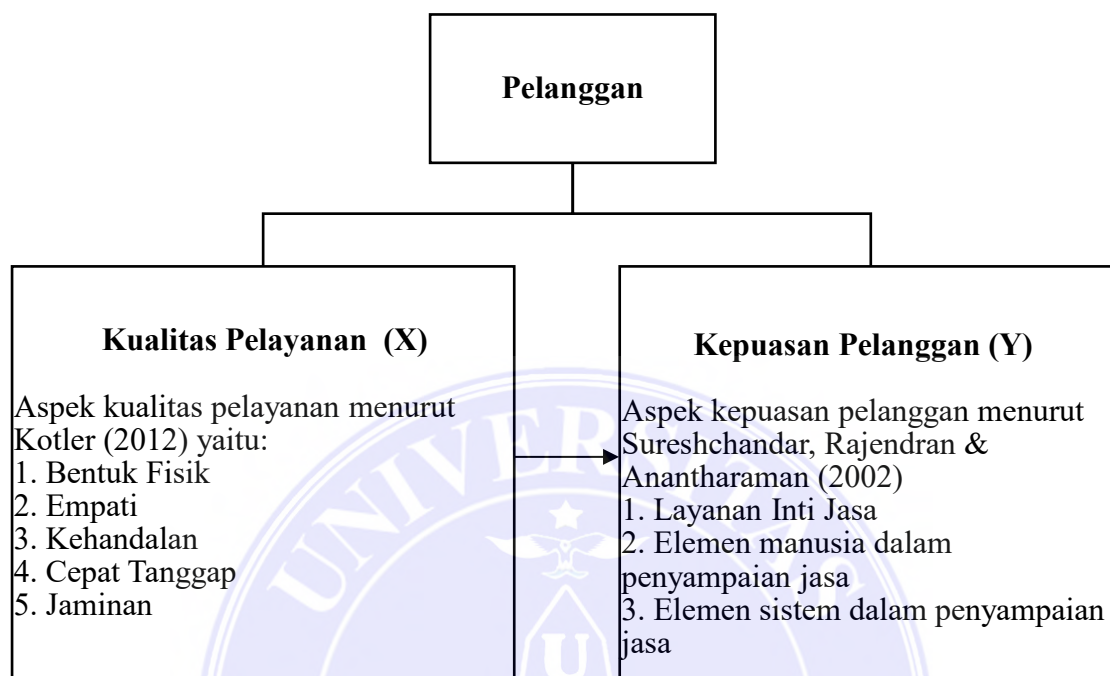
Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Irawan (2002) faktor pendorong kepuasan pelanggan antara lain kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya & kemudahan. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliaty (2016) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang

Bandung dengan hasil kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati dan daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya pada penelitian Ari Prasetio (2012) dengan hasil Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan semakin buruk dan tidak sesuai harapan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan semakin rendah. Menurut Indahingwati (2019) kualitas pelayanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan.

Menurut Kotler & Armstrong (2000) yaitu *“Customer satisfaction is closely linked to quality. Quality has a direct impact of product performance and customer satisfaction”*. Artinya, kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas pelanggan yang diukur dalam ukuran apapun (Laksana, 2008).

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi dimana kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang erat dengan perusahaan dalam jangka waktu yang Panjang.

2.4 Kerangka Konseptual



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan untuk melakukan pengambilan data selama 5 hari mulai dari tanggal 22-26 Juni 2023 dan semua data telah terpenuhi penulis meminta surat bukti telah selesai melakukan penelitian dari pihak First Media guna melengkapi administrasi.

3.1.2 Tempat Penelitian

Tempat Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Helvetia adalah salah satu dari 21 kecamatan yang berada di wilayah Kota Medan yang memiliki luas ± 1.156.147 Ha dan merupakan pecahan dari Kecamatan Medan Sunggal. Kecamatan Medan Helvetia memiliki 7 kelurahan. Sebagai salah satu Kecamatan di Kota Medan, suku penduduk di kecamatan ini cukup beragam. Suku Melayu Deli, Batak, Jawa dan Tionghoa, merupakan suku paling banyak di kecamatan ini. Selain itu, ada juga suku lain seperti Minang, Sunda, Nias, India, Pesisir, Bugis dan lainnya.

3.2 Alat dan Bahan Penelitian

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan skala kepuasan pelanggan yang telah disusun oleh penulis dengan berdasarkan aspek-aspek menurut teori Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002) yaitu: Layanan inti jasa (*core service*), Elemen manusia dalam penyampaian jasa (*Human element of service delivery*), Elemen sistem dalam penyampaian jasa (*systematization of service delivery*).

Metode pengumpulan data pada skala kepuasan pelanggan menggunakan skala likert yang terdapat dua pernyataan sifat, yaitu favorable dan unfavorable. Item favorable adalah berisi konsep keprilakuan yang sesuai atau mendukung atribut yang diukur. Pada item favorable akan diberikan empat kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, Setuju (S) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan item unfavorable adalah berisi konsep keprilakuan yang bertentangan atau tidak mendukung dari ciri perilaku indikator pada atribut tersebut (Azwar, 2012). Pada item unfavorable akan diberikan 4 kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, Setuju (S) diberi nilai 2, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai (4). Distribusi penyebaran butir-butir pernyataan skala kepuasan pelanggan sebelum uji coba dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 3.1 Distribusi penyebaran skala Kepuasan Pelanggan sebelum uji coba alat ukur

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
Layanan Inti Jasa	Layanan yang diberikan	1,2,3	13,14,15	6
Elemen Manusia Dalam Penyampaian Jasa	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,5	16,17	4
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	6,7	18,19	4
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	8,9	20,21	4
	Empati (<i>Emphaty</i>)	10	22	2
Elemen Sistem Dalam Penyampaian Jasa	Sistem dan Teknologi	11,12	23,24	4
Total		12	12	24

a. Skala Kualitas Pelayanan

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah skala kualitas pelayanan yang disusun sendiri oleh penulis berdasarkan aspek-aspek

menurut teori Menurut Kotler (2012) terdapat beberapa aspek kualitas pelayanan, yaitu: Bukti fisik, Empati, Kehandalan, Cepat Tanggap dan Jaminan.

Metode pengumpulan data pada skala kualitas pelayanan menggunakan skala likert yang terdapat dua pernyataan sifat, yaitu favorable dan unfavorable. Item favorable adalah berisi konsep keprilakuan yang sesuai atau mendukung atribut yang diukur. Pada item favorable akan diberikan empat kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, Setuju (S) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan item unfavorable adalah berisi konsep keprilakuan yang bertentangan atau tidak mendukung dari ciri perilaku indikator pada atribut tersebut (Azwar, 2012). Pada item unfavorable akan diberikan 4 kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, Setuju (S) diberi nilai 2, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 4. Distribusi penyebaran butir-butir penyebaran skala kualitas pelayanan sebelum uji coba dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 3.2 Distribusi penyebaran skala Kualitas Pelayanan sebelum uji coba alat ukur

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
Bukti Fisik	Penampilan Fisik	1,2,3	15,16,17	6
Empati (<i>Emphaty</i>)	Perhatian	4,5	18,19	4
Kehandalan (<i>Realibity</i>)	Kemampuan	6,7,8	20,21,22	6
Cepat Tanggap	Daya Tanggap	9,10,11	23,24,25	6
Jaminan	Kepercayaan/Kreabilitas	12,13,14	26,27,28	6
Total		14	14	28

3.3 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Menurut Azwar (2016), penelitian korelasional merupakan suatu penelitian yang tujuannya untuk menyelidiki seberapa bervariasinya satu atau lebih variabel lain, dengan berdasarkan koefisien korelasi. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui arah hubungan dan kekuatan pada variabel (Azwar, 2017). Kemudian tujuan peneliti menggunakan tipe penelitian ini dimana peneliti menggambarkan secara sistematis serta akurat mengenai fenomena yang terjadi dengan maksud mendeskripsikan secara terperinci mengenai fakta-fakta dan data yang ada.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel menurut Hatch dan Farhady (Sugiyono, 2015) adalah atribut atau obyek yang memiliki variasi antara satu sama lainnya. Identifikasi variabel dalam penelitian ini digunakan untuk membantu dalam menentukan alat pengumpulan data dan teknis analisis data yang digunakan. Menurut Mulyadi (2017) variabel dependent ialah variabel yang dijadikan sebagai faktor yang dipengaruhi oleh sebuah atau sejumlah variabel lain. Sedangkan variabel independent ialah variabel yang berperan memberi pengaruh kepada variabel lain. Adapun identifikasi variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independent/X) : Kualitas Pelayanan
- b. Variabel terikat (dependent/Y) : Kepuasan Pelanggan

3.5 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013), definisi operasional variable adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan merupakan tujuan utama bagi sebuah perusahaan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sebuah perusahaan tidak akan menutup kemungkinan akan melakukan pemakaian secara berulang pada jaringan internet First Media Kecamatan Medan Helvetia dan pelanggan akan merekomendasikan kepada teman, saudara bahkan tetangganya. Hal tersebut sangat berkaitan dengan harapan yang dibutuhkan pelanggan wifi First Media tersebut.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah Kualitas pelayanan menjelaskan tentang pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

3.6 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang memiliki kemampuan dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan internet First Media

di Kecamatan Medan Helvetia yang mengeluh terhadap pelayanan yang diberikan, yaitu sebanyak :

Tabel 3.3 Jumlah Pelanggan yang Mengeluh

Bulan	Pelanggan
Januari	51
Februari	44
Maret	37
Jumlah	132

3.6.2 Sampel

Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama bersifat representatif dan menggambarkan populasi sehingga dianggap dapat mewakili semua populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono, (2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Siyoto dkk (2015), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 66 Orang.

3.6.3 Tehnik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik Simple Random Sampling .teknik Simple Random Sampling Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2013). Cara pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara secara acak yang

berada di lokasi dan waktu yang telah di tentukan untuk mewakili populasi dan wilayah secara menyeluruh.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Skala Kepuasan Pelanggan

Alat ukur yang digunakan peneliti untuk mengukur kepuasan pelanggan ialah dengan skala kepuasan pelanggan yang telah disusun oleh penulis dengan berdasarkan aspek-aspek menurut teori Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002) yaitu: Layanan inti jasa (*core service*), Elemen manusia dalam penyampaian jasa (*Human element of service delivery*), Elemen sistem dalam penyampaian jasa (*systematization of service delivery*).

Metode pengumpulan data pada skala kepuasan pelanggan menggunakan skala likert yang terdapat dua pernyataan sifat, yaitu favorable dan unfavorable. Item favorable adalah berisi konsep keprilakuan yang sesuai atau mendukung atribut yang diukur. Pada item favorable akan diberikan empat kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, Setuju (S) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan item unfavorable adalah berisi konsep keprilakuan yang bertentangan atau tidak mendukung dari ciri perilaku indikator pada atribut tersebut (Azwar, 2012). Pada item unfavorable akan diberikan 4 kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, Setuju (S) diberi nilai 2, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai (4).

2. Skala Kualitas Pelayanan

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah skala kualitas pelayanan yang disusun sendiri oleh penulis berdasarkan aspek-aspek menurut teori Menurut Kotler (2012) terdapat beberapa aspek kualitas pelayanan, yaitu: Bukti fisik, Empati, Keandalan, Cepat Tanggap dan Jaminan.

Metode pengumpulan data pada skala kualitas pelayanan menggunakan skala likert yang terdapat dua pernyataan sifat, yaitu favorable dan unfavorable. Item favorable adalah berisi konsep keprilakuan yang sesuai atau mendukung atribut yang diukur. Pada item favorable akan diberikan empat kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, Setuju (S) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan item unfavorable adalah berisi konsep keprilakuan yang bertentangan atau tidak mendukung dari ciri perilaku indikator pada atribut tersebut (Azwar, 2012). Pada item unfavorable akan diberikan 4 kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, Setuju (S) diberi nilai 2, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 4.

3.8 Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019) validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Pengukuran dapat dikatakan validitas yang tinggi jika menghasilkan data secara akurat yang memberikan gambaran mengenai variable yang diukur sesuai

dengan tujuan pengukuran tersebut. Akurat yang di maksud adalah tepat dan cermat sehingga jika tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran, maka pengukurannya memiliki validitas rendah. Validitas pada masing-masing skala yang di uji dalam penelitian ini menggunakan teknik *Corrected Item-Total Correlation* (CITC) dengan memanfaatkan program IBM SPSS *for windows* dengan koefisien validitas lebih dari 0,300 ($>0,300$).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Artinya, hasil dari pengukuran dapat di percaya hanya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran di waktu yang berbeda terhadap kelompok yang sama didapatkan hasil yang relative sama, selama aspek dimensi berperilaku yang diukur dalam diri sampel penulisan belum berubah (Azwar, 2014).

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas pada skala kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan memanfaatkan program IBM SPSS for Windows versi 21 dengan menggunakan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha. Menurut Saifuddin (2020) suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitasnya adalah lebih dari 0,700 ($> 0,700$).

3.9 Tehnik Analisis Data

Penelitian ini diuji secara statistic dengan menggunakan Teknik analisis regresi linear sederhana. Alasan penulis menggunakan teknik analisis korelasi karena korelasi Pearson Product Moment adalah suatu alat uji statistic untuk menguji hipotesis asosiatif atau uji hubungan dua variable. Maka, penelitian ini

terdapat satu variable bebas yaitu kualitas pelayanan (X) yang ingin melihat pengaruhnya dengan satu variable terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Data yang dikumpulkan kemudian tersebut akan dilakukan analisis statistic dengan memanfaatkan program IBM SPSS for Windows versi 21. Prosesnya, peneliti terlebih dahulu melakukan 2 (dua) uji asumsi sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya berdistribusi normal. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, antara lain dengan kertas peluang normal, uji chi-khuadrat, uji Liliefors dengan teknik Kolmogrove Smirnov dengan SPSS. Pengambilan keputusan bias dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman dari untuk melihat kenormalan suatu data:

- a. Menetapkan taraf signifikan uji = 0,05
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- c. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Dasar dalam mengambil keputusan dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan cara (Latipah, 2017):

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka kesimpulannya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka kesimpulannya tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel bebas (X).

3.10 Prosedur Kerja

1. Persiapan Administrasi

Penulis meminta surat izin penelitian dan pengambilan data kepada pihak dari Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang diajukan kepada Pihak First Media pada tanggal 06 Juli 2023 untuk melaksanakan penelitian dan pengambilan data di wilayah Kecamatan Medan Helvetia. Selanjutnya setelah mendapatkan surat izin dan meminta izin untuk melakukan penelitian. Setelah selesai melakukan pengambilan data selama 5 hari mulai dari tanggal 22-26 Juni 2023 dan semua data telah terpenuhi penulis meminta surat bukti telah selesai melakukan penelitian dari pihak First Media guna melengkapi administrasi.

2. Persiapan Alat Ukur

Persiapan yang dimaksud adalah persiapan alat ukur yang nantinya digunakan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kepuasan pelanggan dan skala kualitas pelayanan yang akan dibagikan kepada pelanggan pengguna jaringan internet First Media sebanyak 66 orang responden.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik regresi sederhana, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dapat dilihat dari persamaan regresi linear sederhana $Y = 9,847 + 0,790 X$ yang artinya ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan nilai koefisien determinan (R^2) yang memiliki nilai 0,783 nilai ini setara dengan 78,3% artinya bahwa kualitas pelayanan tersebut berkontribusi sekitar 78,3% terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pada penelitian ini hasil dari kualitas pelayanan dinyatakan positif dilihat dari hasil nilai rata-rata empirik yang diperoleh sebesar 53,53 lebih kecil dari nilai hipotetik 62,5. Selanjutnya kepuasan pelanggan dinyatakan tinggi dilihat dari nilai rata-rata empirik yang diperoleh sebesar 52,15 lebih kecil dari nilai hipotetik yaitu 60.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka selanjutnya diuraikan saran untuk menjadi masukan pada pihak terkait yaitu:

1. Bagi Responden

Disarankan bagi responden agar tetap memberikan laporan kepada pihak First Media jika mengalami kendala dalam pemakaian jaringan internet tersebut

2. Pihak First Media

First Media hendaknya senantiasa memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan maupun teknisi kepada pelanggannya terutama yang berkaitan dengan masalah perbaikan jika mengalami

masalah (*trouble*) agar dapat secara cepat dapat melakukan perbaikan dengan demikian kepuasan pelanggan akan terpenuhi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya disarankan yang peneliti berikan adalah untuk meneliti dan menggunakan faktor yang lain. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti kepuasan pelanggan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Nugroho (2015) *Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bussines Training and Empowering Management Surabaya* Vol. IV, No. 2 Juni 2015.Hal 36.
- Azwar, S. (2012).*Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Baskara, T. P. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk Telkom Indihome Di Wilayah Kota Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*,1 (2), 01-11.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Endah Saptutyningasih & Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian kuantitatif Metode dan Analisis* . Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.

- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Fishabil, S. S., Purwohedi, U., & Utaminingtyas, T. H. (2021). *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di era new - normal*. *Jurnal akuntansi, perpajakan dan auditing*, 679 - 694.
- Gaspersz, Vincent. 2017. *Production Planning And Inventory Control*. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Husna, S. A., I. W., & E. R. (2020). *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan X di Yogyakarta*. *Jurnal Psikologi*, 23-27.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen pemasaran, jilid I*, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Jilid 1*. PT. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan Lovelock, Cristhoper & Laurent Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro (cetakan kedua)*. Jakarta: PT Indeks.

- Lupiyoadi,& Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa.Edisi 2*. Salemba Empat.
- Marnovita. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 100-106. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4864>
- Nova, Firsan. 2012. *Republic Relations*. Jakarta: Media Bangsa.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik.2015. *Dasar Metodologi Penelitian*.Yogyakarta:Literasi Media Publishing.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sureshchandar, Rajendran, & Anantharaman, (2002),*"The relationship between service quality and customer satisfaction – a factor specific approach"*, *Journal of Services Marketing*, Vol. 16 Iss 4 pp. 363 – 379.
- Suwarsono. 1999. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: PT. Mandala Krida.
- Suyanto,M. 2007. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi.

Lampiran

Skala Kepuasan Pelanggan (Y)

1	AS	23	L	1	2	2	1	1	4	3	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	40	
2	AH	26	L	2	2	2	4	3	3	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	61	
3	ET	40	L	1	2	2	1	3	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	56	
4	ADS	28	P	2	1	1	2	4	1	1	3	2	4	2	4	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	4	50
5	MF	28	P	2	4	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	4	70	
6	RM	33	L	1	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	4	45
7	AB	24	L	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	70
8	BV	22	P	3	1	3	1	2	4	2	3	4	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	4	64
9	ES	25	P	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	37
10	EAS	24	L	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	37
11	YS	37	P	2	2	2	1	3	2	2	3	1	2	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	55
12	SB	20	L	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	33
13	JS	24	P	3	3	1	3	4	3	2	3	4	1	4	2	3	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	68
14	HL	35	P	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	37
15	SZ	32	L	2	1	1	2	2	1	1	3	2	3	2	4	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	3	46
16	KN	29	L	2	2	2	4	3	3	1	3	2	4	3	1	3	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	60
17	VN	23	P	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	70
18	EP	22	L	2	2	2	4	3	3	1	3	2	3	1	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	1	3	3	57
19	ST	22	P	1	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	4	3	68
20	HB	27	L	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	4	3	68
21	MS	26	L	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	70
22	LS	38	P	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	39
23	GS	25	P	1	2	2	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	60
24	RM	28	P	2	1	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	42

25	GP	29	P	3	3	1	3	4	3	2	3	4	1	4	2	3	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	68
26	RS	21	L	4	3	1	3	2	3	2	3	4	1	3	2	3	4	2	2	4	2	3	3	3	2	2	3	64
27	RH	24	P	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	37
28	BB	26	L	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	37
29	SW	25	P	1	2	2	1	3	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	56
30	HP	33	L	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	37
31	ZA	23	L	2	1	1	2	2	1	1	3	2	3	2	4	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	3	46
32	LD	22	P	2	1	1	2	2	1	1	3	2	3	2	3	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	3	45
33	NA	22	P	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	41
34	SO	26	L	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	37
35	HR	27	L	1	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	4	45
36	SH	24	P	1	2	2	1	1	3	4	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	42
37	NH	29	P	2	2	2	4	3	2	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	60
38	RH	23	P	1	2	2	1	3	2	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	55
39	VR	39	L	2	1	1	2	4	2	1	1	3	2	4	2	4	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	48
40	SS	20	L	2	4	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	4	69
41	PA	21	P	1	2	3	2	1	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	42
42	DN	22	P	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	70
43	RT	22	L	3	1	3	1	2	3	4	2	3	4	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	63
44	RY	27	L	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	37
45	HI	40	P	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	37
46	MI	26	L	2	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	54
47	PH	27	L	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	33
48	KA	28	P	3	3	1	3	4	1	3	2	3	4	1	4	2	3	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	66
49	AM	25	P	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	37
50	VT	26	L	2	1	1	2	2	2	1	1	3	2	3	2	4	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	45
51	ZS	25	L	2	2	2	4	3	2	3	1	3	2	4	3	1	3	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	59

52	DS	22	L	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	70	
53	YS	21	P	2	2	2	4	3	2	3	1	3	2	3	1	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	1	3	56
54	YP	21	L	1	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	4	67
55	SS	22	L	2	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	4	67
56	RP	27	L	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	70
57	AL	25	L	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	39
58	EHP	32	L	1	2	2	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	59
59	NM	25	L	2	1	3	2	1	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	3	1	2	1	2	2	1	41
60	FH	22	L	3	3	1	3	4	1	3	2	3	4	1	4	2	3	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	66
61	LH	31	L	4	3	1	3	2	1	3	2	3	4	1	3	2	3	4	2	2	4	2	3	3	3	2	2	62
62	ZH	20	L	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	38
63	JL	20	L	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	37
64	ML	26	L	1	2	2	1	3	2	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	55
65	AJ	24	L	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	37
66	SL	33	L	2	1	1	2	2	2	1	1	3	2	3	2	4	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	45

Skala Kualitas Pelayanan (X)

1	AS	23	L	2	1	2	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	39
2	AH	26	L	2	2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	4	2	60
3	ET	40	L	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	3	3	1	3	2	3	3	1	2	2	51
4	ADS	28	P	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	49
5	MF	28	P	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	2	4	2	80
6	RM	33	L	1	2	2	1	4	1	1	1	2	1	4	3	3	2	2	1	3	1	3	2	1	2	3	1	1	48
7	AB	24	L	3	3	2	2	2	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	63
8	BV	22	P	3	4	3	4	1	3	3	3	2	1	4	4	3	2	3	1	3	3	3	4	1	2	1	4	3	68
9	ES	25	P	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	36
10	EAS	24	L	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	37
11	YS	37	P	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1	2	3	3	1	2	1	2	3	1	2	2	46
12	SB	20	L	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	38
13	JS	24	P	4	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	1	3	61
14	HL	35	P	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	36
15	SZ	32	L	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	3	2	44
16	KN	29	L	2	1	2	2	1	4	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	59
17	VN	23	P	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	1	1	4	2	76
18	EP	22	L	2	1	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	58
19	ST	22	P	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	1	3	4	2	78
20	HB	27	L	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	3	2	2	1	4	2	78
21	MS	26	L	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	61
22	LS	38	P	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	37
23	GS	25	P	1	2	1	2	1	3	3	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	2	2	1	3	4	3	3	1	54
24	RM	28	P	2	2	2	4	4	2	4	3	2	3	4	3	4	2	2	1	3	3	3	2	1	2	4	1	2	65
25	GP	29	P	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	3	2	2	1	4	2	78

26	RS	21	L	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	1	1	4	2	76
27	RH	24	P	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	37
28	BB	26	L	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	37
29	SW	25	P	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	4	2	2	2	3	3	1	2	1	1	3	1	2	2	49
30	HP	33	L	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	36
31	ZA	23	L	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	45
32	LD	22	P	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	3	2	4	2	2	48
33	NA	22	P	2	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	39
34	SO	26	L	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	42
35	HR	27	L	1	2	2	1	2	3	3	1	2	1	3	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	1	49
36	SH	24	P	2	1	2	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	40
37	NH	29	P	2	2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	2	2	58
38	RH	23	P	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	54
39	VR	39	L	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	50
40	SS	20	L	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	2	3	2	1	76
41	PA	21	P	1	2	2	1	4	1	1	1	2	1	4	3	3	2	2	1	3	2	1	3	2	1	2	1	1	47
42	DN	22	P	3	3	2	2	2	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	62
43	RT	22	L	3	4	3	4	1	3	3	3	2	1	4	4	3	2	3	1	3	1	3	3	4	1	2	2	2	65
44	RY	27	L	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	37
45	HI	40	P	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	38
46	MI	26	L	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	1	2	3	3	3	49
47	PH	27	L	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	38
48	KA	28	P	4	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	1	60
49	AM	25	P	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	37
50	VT	26	L	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	3	3	46
51	ZS	25	L	2	1	2	2	1	4	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	1	2	57
52	DS	22	L	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	2	1	2	1	73

53	YS	21	P	2	1	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	2	2	57
54	YP	21	L	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	2	1	2	1	73
55	SS	22	L	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	2	2	2	2	78
56	RP	27	L	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	60
57	AL	25	L	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	37
58	EHP	32	L	1	2	1	2	1	3	3	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	4	2	2	1	3	4	2	2	55
59	NM	25	L	2	2	2	4	4	2	4	3	2	3	4	3	4	2	2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	64
60	FH	22	L	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	2	2	2	2	78
61	LH	31	L	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	2	1	2	1	73
62	ZH	20	L	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	37
63	JL	20	L	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	38
64	ML	26	L	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	4	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	1	3	3	52
65	AJ	24	L	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	37
66	SL	33	L	1	2	2	1	2	3	3	1	2	1	3	2	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	1	49

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :

USIA :

JENIS KELAMIN :

PETUNJUK PENGISIAN

Saudara diminta mengisi pernyataan yang sesuai dengan saudara sekalian, dengan cara memberikan tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan dibawah ini. Setiap jawaban saudara tidak mewujudkan salah atau benar.

BENTUK PERNYATAAN

SS : SANGAT SETUJU

S : SETUJU

TS : TIDAK SETUJU

STS : SANGAT TIDAK SETUJU

Contoh pengisian skala

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya tidak suka bermain air				X
2	Saya memiliki teman yang baik di kampus		X		

Skala Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Teknisi melakukan pemasangan Provider dengan Rapi				
2	Penarikan kabel yang dilakukan teknisi sangat Rapi				
3	Teknisi melakukan pemasangan dengan Provider yang baru				
4	Karyawan memberikan pelayanan memuaskan kepada pelanggannya				
5	Karyawan First media mampu memahami kebutuhan pelanggannya				
6	Karyawan selalu menawarkan kualitas layanan terbaik				
7	Saat mengalami kerusakan teknisi datang sesuai dengan waktu yang ditentukan				
8	Karyawan selalu menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan				
9	Karyawan melayani kebutuhan pelanggan secara tepat				
10	Teknisi melakukan perbaikan dengan cepat jika mengalami kerusakan				
11	Karyawan menanggapi respon pengaduan dengan cepat				
12	Karyawan dapat meyakinkan pelanggannya bahwa produk layanan mereka adalah produk layanan terbaik				
13	Teknisi First Media memiliki keterampilan yang mendukung pekerjaan mereka				
14	Teknisi dapat dipercaya mengenai kualitas pekerjaannya				
15	Teknisi melakukan pemasangan Provider tidak Rapi				
16	Penarikan kabel yang dilakukan teknisi tidak rapi				
17	Teknisi melakukan pemasangan dengan Provider bekas				
18	Karyawan tidak memberikan pelayanan memuaskan kepada pelanggannya				
19	Karyawan First Media belum mampu				

	memahami kebutuhan pelanggannya				
20	Karyawan tidak menawarkan kualitas layanan terbaik				
21	Saat mengalami kerusakan teknisi tidak datang sesuai dengan waktu yang ditentukan				
22	Karyawan tidak menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan				
23	Karyawan tidak melayani kebutuhan pelanggan secara tepat				
24	Teknisi melakukan perbaikan belum secara cepat jika mengalami kerusakan				
25	Karyawan tidak menanggapi respon pengaduan dengan cepat				
26	Karyawan tidak dapat meyakinkan pelanggannya bahwa produk layanan mereka adalah produk layanan terbaik				
27	Teknisi First Media tidak memiliki keterampilan yang mendukung pekerjaan mereka				
28	Teknisi belum dapat dipercaya mengenai kualitas pekerjaannya				

Skala Kepuasan Pelanggan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya puas karena karyawan menyampaikan informasi dengan ramah				
2	Saya saya puas karena pemasangan kabel dilakukan teknisi dengan rapi				
3	Saya senang karena karyawan memberikan pelayanan dikantor dengan cepat				
4	Saya senang karena pemasangan wifi first media dilakukan teknisi dengan cepat				
5	Saya puas karena pengerjaan dilakukan teknisi sesuai dengan SOP yang berlaku				
6	Saya puas dengan karyawan first media yang menerima tanggapan dengan cepat				
7	Saya senang karena karyawan first media selalu bersedia untuk membantu pelanggan				
8	Saya senang karena karyawan first media dapat menanamkann kepercayaan kepada pelanggan nya				
9	Karyawan first media melayani dengan dengan sopan sehingga pelanggan merasa nyaman				
10	Saya senang atas pelayanan karyawan yang memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian				

11	Saya mudah menerima informasi yang disampaikan oleh karyawan first media				
12	Saat mengalami kerusakan saya dapat menghubungi call center first media kapan saja				
13	Saya tidak puas karena karyawan menyampaikan informasi tidak jelas				
14	Saya tidak puas karena pemasangan kabel dilakukan teknisi kurang rapi				
15	Saya tidak senang karena karyawan memberikan pelayanan dikantor sangat lama				
16	Saya kurang senang karena pemasangan wifi dilakukan teknisi kurang teliti				
17	Saya kurang puas karena pengerjaan oleh teknisi tidak sesuai dengan SOP yang berlaku				
18	Saya tidak puas dengan karyawan first media karena sangat lama dalam menerima tanggapan				
19	Saya kurang senang karyawan first media kurang bersedia untuk membantu pelanggan				
20	Saya kurang senang karena layanan first media belum dapat menanamkan kepercayaan kepada pelanggannya				
21	Karyawan first media tidak sopan sehingga pelanggan merasa tidak nyaman				
22	Saya tidak senang atas pelayanan karyawan yang kurang perhatian kepada pelanggannya				
23	Saya sulit menerima informasi yang disampaikan oleh karyawan first media				
24	Saat mengalami kerusakan saya sulit menghubungi call center first media				

Scale: Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	66	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	66	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	2,18	,927	66
aitem_2	2,03	1,067	66
aitem_3	2,21	,645	66
aitem_4	2,23	1,005	66
aitem_5	1,65	,813	66
aitem_6	2,35	1,088	66
aitem_7	2,26	,847	66
aitem_8	2,42	,745	66
aitem_9	2,14	1,065	66
aitem_10	2,20	,769	66
aitem_11	2,02	1,074	66
aitem_12	2,59	1,037	66

aitem_13	2,44	,844	66
aitem_14	2,03	,859	66
aitem_15	2,11	,787	66
aitem_16	2,08	,686	66
aitem_17	1,92	,791	66
aitem_18	2,53	,980	66
aitem_19	2,12	,953	66
aitem_20	2,24	,860	66
aitem_21	2,09	,739	66
aitem_22	2,00	,804	66
aitem_23	2,06	,892	66
aitem_24	1,92	1,027	66
aitem_25	1,88	,795	66
aitem_26	2,21	,937	66
aitem_27	2,05	,793	66
aitem_28	1,76	,681	66

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	57,53	194,222	,663	,926
aitem_2	57,68	190,282	,707	,925
aitem_3	57,50	200,469	,620	,927
aitem_4	57,48	191,515	,708	,925
aitem_5	58,06	204,027	,324	,930
aitem_6	57,36	186,881	,811	,923
aitem_7	57,45	206,652	,199	,932
aitem_8	57,29	197,685	,666	,926
aitem_9	57,58	191,140	,677	,926
aitem_10	57,52	197,607	,648	,926
aitem_11	57,70	190,091	,708	,925
aitem_12	57,12	189,770	,747	,924
aitem_13	57,27	194,663	,715	,925
aitem_14	57,68	196,836	,607	,927
aitem_15	57,61	197,104	,655	,926
aitem_16	57,64	196,512	,791	,925
aitem_17	57,79	203,770	,346	,930
aitem_18	57,18	188,059	,863	,923
aitem_19	57,59	198,769	,466	,929
aitem_20	57,47	194,745	,696	,926
aitem_21	57,62	196,731	,721	,926
aitem_22	57,71	201,839	,426	,929
aitem_23	57,65	204,784	,360	,931
aitem_24	57,79	203,185	,372	,932
aitem_25	57,83	207,033	,199	,932
aitem_26	57,50	199,362	,453	,929
aitem_27	57,67	209,703	,082	,933
aitem_28	57,95	205,890	,300	,930

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
59,71	212,208	14,567	28



Scale: Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	66	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	66	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

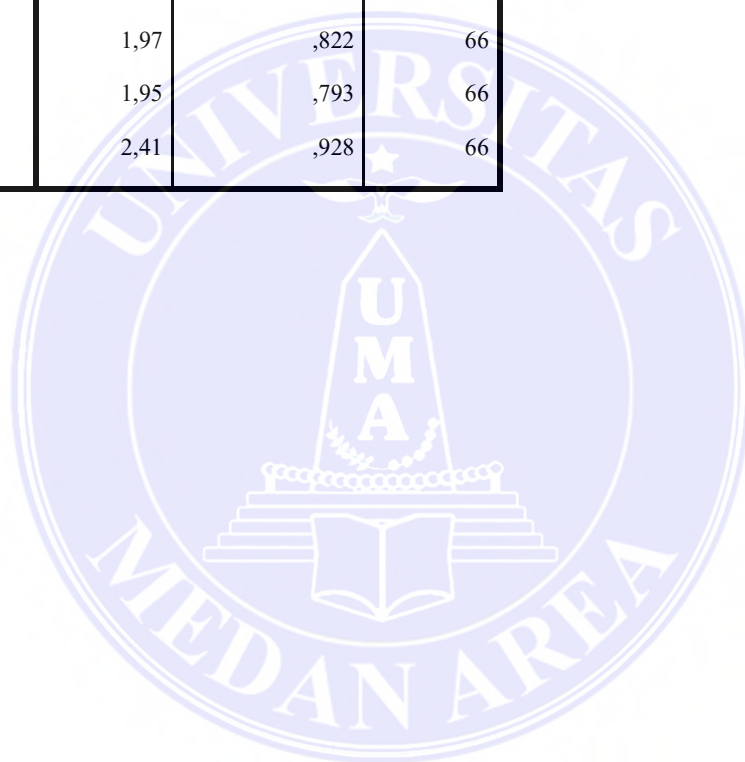
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	1,85	,789	66
aitem_2	2,08	,865	66
aitem_3	1,76	,766	66
aitem_4	2,21	,920	66
aitem_5	2,35	,832	66
aitem_6	2,11	,947	66
aitem_7	2,17	,921	66
aitem_8	2,20	,808	66
aitem_9	2,30	,894	66
aitem_10	2,26	1,027	66
aitem_11	2,30	1,007	66

aitem_12	2,32	,979	66
aitem_13	2,35	,903	66
aitem_14	2,21	,920	66
aitem_15	2,15	,789	66
aitem_16	2,23	,819	66
aitem_17	2,21	,903	66
aitem_18	2,12	,953	66
aitem_19	2,30	,877	66
aitem_20	2,21	,734	66
aitem_21	2,14	,839	66
aitem_22	1,97	,822	66
aitem_23	1,95	,793	66
aitem_24	2,41	,928	66



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	50,30	149,476	,501	,920
aitem_2	50,08	145,394	,653	,917
aitem_3	50,39	152,181	,370	,922
aitem_4	49,94	150,304	,382	,922
aitem_5	49,80	148,376	,528	,919
aitem_6	50,05	146,998	,517	,920
aitem_7	49,98	147,615	,505	,920
aitem_8	49,95	148,075	,561	,919
aitem_9	49,85	144,746	,661	,917
aitem_10	49,89	145,758	,522	,920
aitem_11	49,85	146,900	,485	,920
aitem_12	49,83	148,356	,438	,921
aitem_13	49,80	149,945	,407	,922
aitem_14	49,94	144,642	,645	,917
aitem_15	50,00	146,892	,640	,918
aitem_16	49,92	147,210	,598	,918
aitem_17	49,94	147,842	,505	,920
aitem_18	50,03	145,630	,575	,919
aitem_19	49,85	142,531	,787	,915
aitem_20	49,94	146,058	,742	,916
aitem_21	50,02	144,754	,708	,916
aitem_22	50,18	148,059	,551	,919
aitem_23	50,20	149,607	,491	,920
aitem_24	49,74	145,979	,576	,919

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
52,15	159,761	12,640	24

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kualitas Pelayanan	66	53,53	14,149	36	80
Kepuasan Pelanggan	66	52,15	12,640	33	70

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
N		66	66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	53,53	52,15
	Std. Deviation	14,149	12,640
	Absolute	,121	,141
Most Extreme Differences	Positive	,121	,141
	Negative	-,108	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		,979	1,148
Asymp. Sig. (2-tailed)		,293	,143

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	66	100,0%	0	0,0%	66	100,0%

Report

Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
36	37,00	3	,000
37	37,56	9	,882
38	35,00	4	2,309
39	40,50	2	,707
40	42,00	1	.
42	37,00	1	.
44	46,00	1	.
45	46,00	1	.
46	50,00	2	7,071
47	42,00	1	.
48	45,00	2	,000
49	50,00	5	5,050
50	48,00	1	.
51	56,00	1	.
52	55,00	1	.
54	57,50	2	3,536

55	59,00	1	.
57	57,50	2	2,121
58	58,50	2	2,121
59	60,00	1	.
60	65,67	3	4,509
61	69,00	2	1,414
62	70,00	1	.
63	70,00	1	.
64	41,00	1	.
65	52,50	2	14,849
68	64,00	1	.
73	66,33	3	4,041
76	67,67	3	3,215
78	67,40	5	,894
80	70,00	1	.
Total	52,15	66	12,640

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	9868,563	30	328,952	22,316	,000
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups					
	Linearity	8127,179	1	8127,179	551,345	,000
	Deviation from Linearity	1741,384	29	60,048	2,074	,093
	Within Groups	515,922	35	14,741		
	Total	10384,485	65			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	,885	,783	,975	,950

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,885 ^a	,783	,779	5,939	2,354

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8127,179	1	8127,179	230,425	,000 ^b
1 Residual	2257,306	64	35,270		
Total	10384,485	65			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,847	2,881		3,418	,001		
1 Kualitas Pelayanan	,790	,052	,885	15,180	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficient Correlations^a

Model		Kualitas Pelayanan
1 Correlations	Kualitas Pelayanan	1,000
1 Covariances	Kualitas Pelayanan	,003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Kualitas Pelayanan
1	1	1,967	1,000	,02	,02
	2	,033	7,754	,98	,98

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	Kepuasan Pelanggan	Predicted Value	Residual
24	-3,236	42	61,22	-19,216
59	-3,271	41	60,43	-19,426

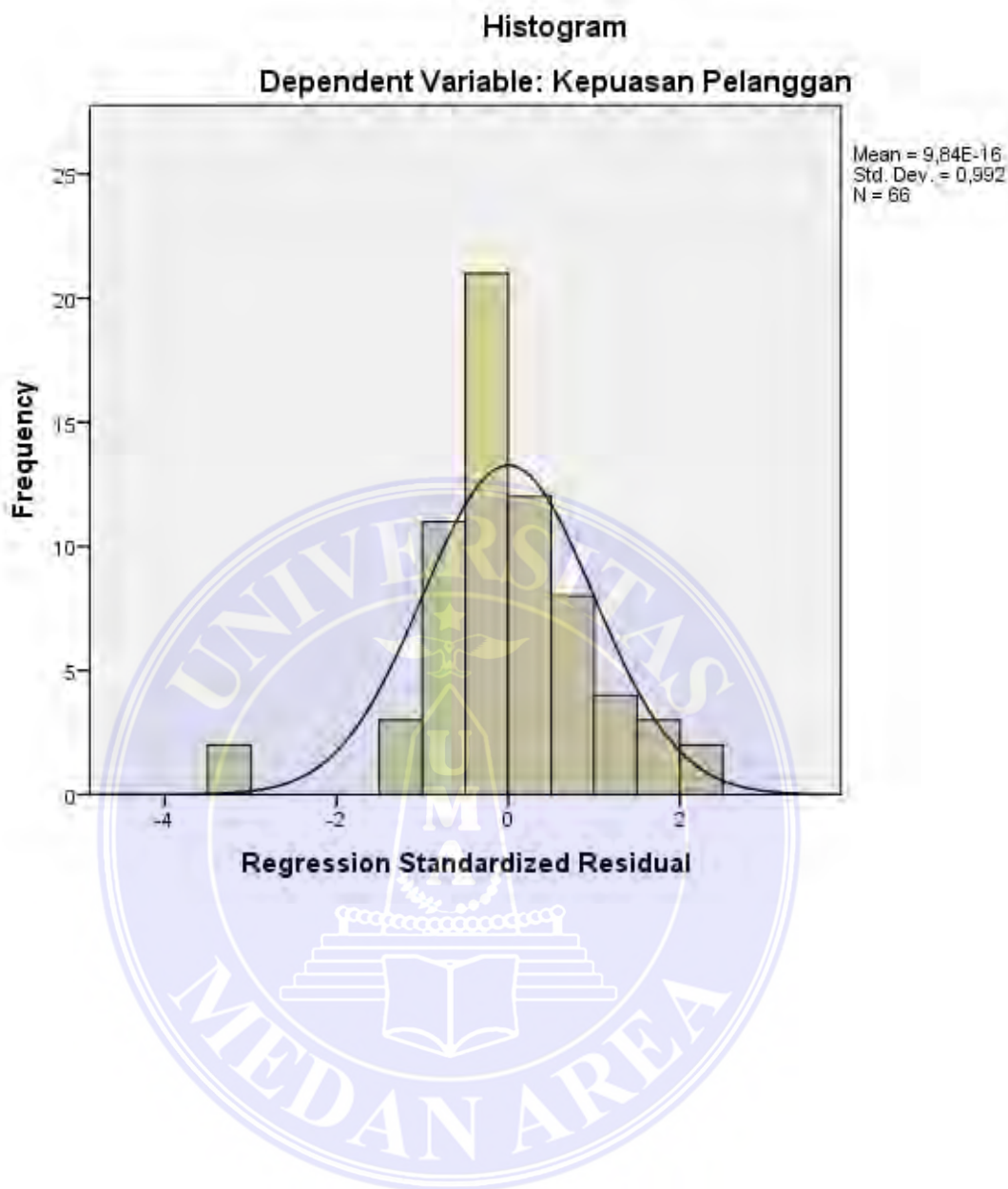
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	38,30	73,07	52,15	11,182	66
Residual	-19,426	12,736	,000	5,893	66
Std. Predicted Value	-1,239	1,871	,000	1,000	66
Std. Residual	-3,271	2,144	,000	,992	66

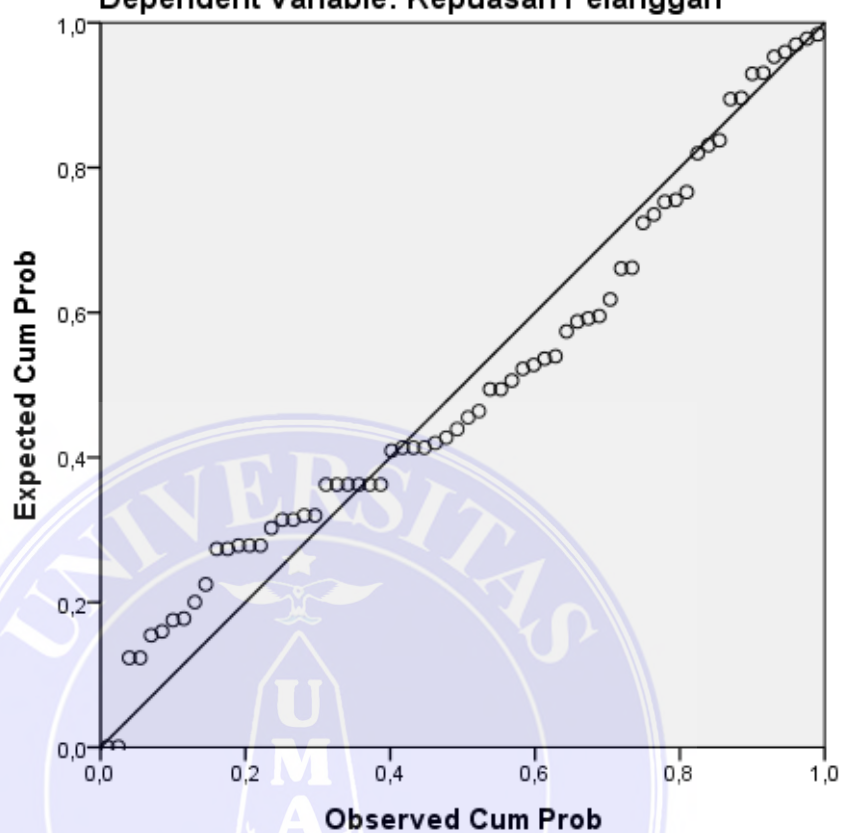
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

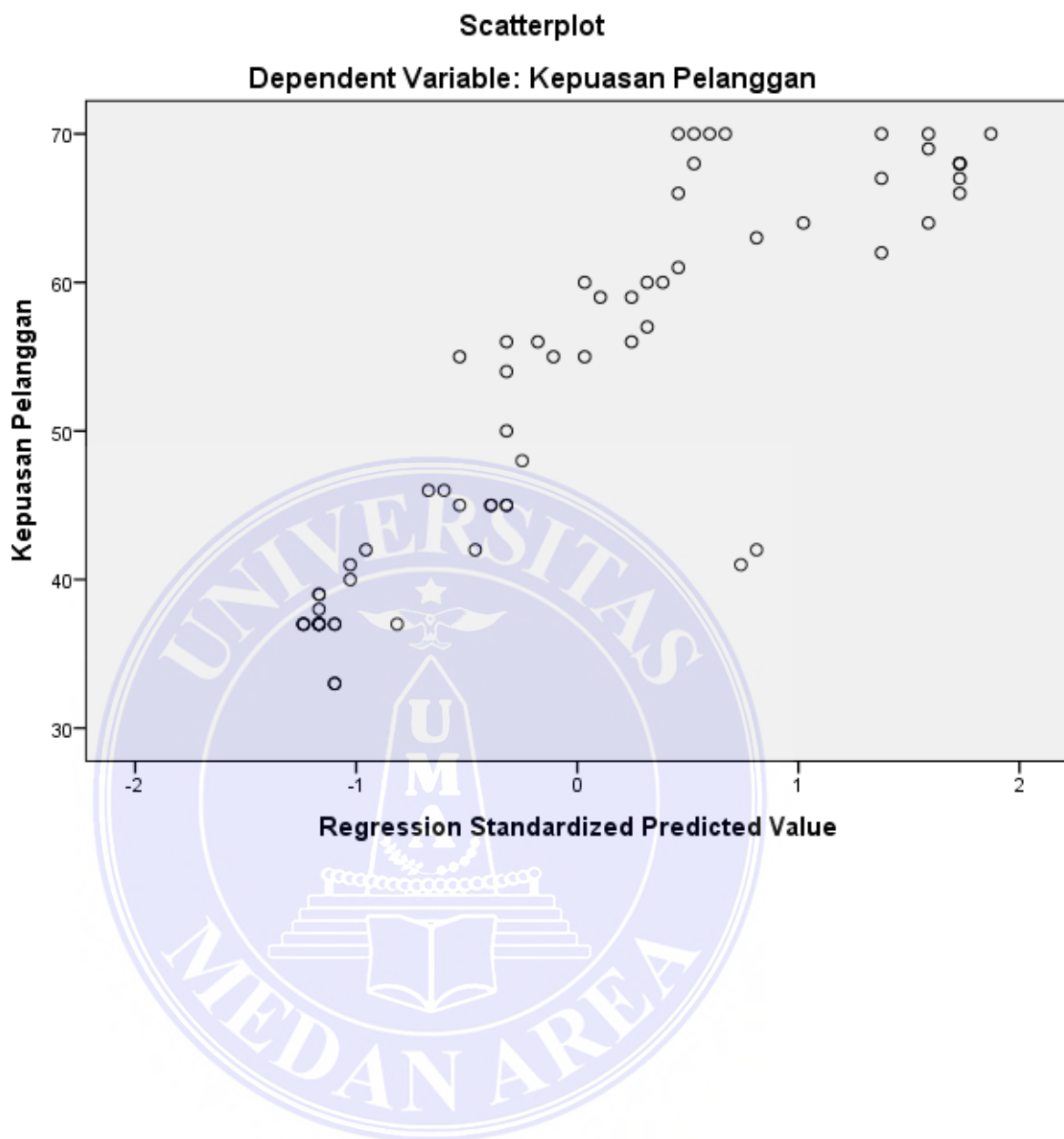
Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan







UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kualanaram Nomor 1 Medan Utara ☎ (061) 7300100, 7366878, 7364348 ✉ (061) 7369012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Gekubuk Nomor 79 / Jalan Deli Tengah Nomor 70 A ☎ (061) 8326502 ✉ (061) 8326331 Medan 20102
Website: www.uma.ac.id E-Mail: info@facultaspsikologi.uma.ac.id

Nomor : 1535/FPSI/01.10/VII/2023 6 Juli 2023
 Lampiran : -
 Hal : Penelitian

Yth. Bapak/Ibu HRD
First Media Kecamatan Medan Helvetia
 di
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama	Irdian Hamonangan Dachi
NPM	198600232
Program Studi	Ilmu Psikologi
Fakultas	Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **First Media Kecamatan Medan Helvetia, Jl. Kapten Muslim No. 22 Komplek Megacomp Kel. Dwi Kora, Kec. Medan Helvetia** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jaringan Internet First Media Di Kecamatan Medan Helvetia"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
 Pengabdian Kepada Masyarakat



Laili Alifia, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan

- Mahasiswa Yth
- Arsip





