

ABSTRAK

Pelayanan yang baik serta produk yang bermutu akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan yang dapat memberikan kepuasan dan keuntungan yang lebih terhadap nasabahnya adalah yang akan mampu melangsungkan kehidupan perusahaannya dan akan mampu menguasai pasar yang baik (Tjiptono, 2000). Penelitian dilaksanakan untuk melihat hubungan antara kualitas *customer service representative* dengan kepuasan pelanggan pada PT. Telkom dan Telkomsel Medan. Sampel berjumlah 40 orang yang menggunakan produk Telkom dan Telkomsel. Alat ukur yang digunakan adalah skala kualitas *customer service representative* dan skala kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan: 1) tidak terdapat hubungan antara kualitas *customer service representative* dengan kepuasan pelanggan pada PT. Telkom dan Telkomsel Medan. Ini menandakan bahwa pelanggan tidak mempermasalahkan tentang kualitas pelayanan yang diberikan petugas *customer service*, tetapi pelanggan puas dengan produk yang dihasilkan PT. Telkom dan Telkomsel; 2) nilai rata-rata *customer service representative* dari Telkomsel ($\bar{X} = 120,240$) lebih tinggi dibandingkan PT. Telkom ($\bar{X} = 112,040$); 3) nilai rata-rata kepuasan pelanggan dari Telkomsel ($\bar{X} = 87,340$) lebih tinggi dibandingkan PT. Telkom ($\bar{X} = 81,380$). Hasilnya menunjukkan bahwa Telkomsel memiliki kualitas *customer service representative* dan kepuasan pelanggan yang lebih baik dibandingkan PT. Telkom.

Kata kunci: *customer service representative*, kepuasan pelanggan