

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Studi Kasus Pada Pt.Telekomunikasi Indonesia Kandatel Garut

Jajang Sugiat¹

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana, Garut, Indonesia

Abstrak

PT. Telkom Kandatel Garut senantiasa perlu meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan demi menjaga kepuasan pelanggannya. Hal ini penting agar loyalitas pelanggan yang telah ada dan kesuksesan selama ini diraih dapat tetap dipertahankan dan kedepannya berusaha untuk selalu ditingkatkan agar dari waktu ke waktu apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan baik, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Telkom Kandatel Garut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, Dalam penelitian ini analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisa koefisien kolerasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan di PT. Telkom Kandatel Garut, terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di PT. Telkom Kandatel Garut, serta terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telkom Kandatel Garut. Dengan melihat adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telkom Kandatel Garut. Maka perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang tengah menjalankan kegiatan bisnis mereka, tentunya berusaha semaksimal mungkin dalam usaha untuk menarik konsumen untuk menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa dari suatu perusahaan. Perusahaan atau organisasi khususnya yang bergerak dibidang jasa, bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggannya. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan selalu menampilkan kualitas yang prima dalam pelayanannya yakni PT Telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan BUMN yang telah melakukan perubahan mendasar dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia. Mereka telah mengubah konsep human *resources* menjadi *human capital*, di mana mereka melihat kapabilitas yang ada pada setiap karyawannya seperti keterampilan, individu, pengetahuan, attitude, intelligence, experience. Mereka menganggap hal tersebut menjadi salah satu aset yang penting bagi perusahaan tersebut.

Didalam peningkatan kualitas produk PT Telkom Tbk Kandatel Garut menerapkan system penanganan gangguan (*system assurance*). dengan system ini seluruh pengaduan gangguan yang dapat dilakukan oleh pelanggan baik melalui call center Telkom 147, social media, ataupun datang langsung ke kantor cabang Telkom yang akan direkap dan dihimpun oleh bagian pengaduan dengan aplikasi CX (*customer expressions*) kemudian akan ditindak lanjuti oleh bagian helpdesk TA (Telkom Akses) atau *labour* (teknisi lapangan).

Namun demikian berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa system tersebut dinilai kurang efektif karena masih ada beberapa kendala diantaranya masih ada pengaduan gangguan pelanggan yang tidak terbantu dengan system tersebut. Untuk memaksimalkan tujuan dari diterapkannya system assurance, pihak manajemen PT. Telkom Tbk Kandatel Garut harus melakukan evaluasi, pengawasan serta melakukan pengukuran performa terhadap system assurance tersebut secara berkala agar performa atau kinerja dari system assurance tersebut dapat stabil tanpa mengalami kekurangan.

METODE

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2017:2). Dalam pelaksanaan penelitian ini, metode yang akan digunakan penulis adalah dengan menggunakan metode deskriptif dan metode asosiatif/hubungan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable *independent* (X) terdapat variable *dependent* (Y). model analisis tersebut dilakukan secara Bersama-sama (simultan) dan individual (persial) untuk dapat mengetahui apakah variable independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variable dependen.

Berdasarkan metode yang digunakan dengan menggunakan metode Kuantitatif deskriptif. Langkah - langkah yang dilakukan sebagai berikut: Mengidentifikasi adanya permasalahan yang signifikan, Membatasi dan merumuskan permasalahan secara jelas, Menentukan tujuan dan manfaat penelitian, Melakukan studi pustaka yang berkaitan dengan permasalahan, Menentukan kerangka berpikir, dan pertanyaan penelitian atau hipotesis penelitian, Mendesain metode penelitian yang hendak digunakan termasuk dalam hal ini menentukan populasi, sampel, Teknik sampling, menentukan instrument pengumpulan data, dan menganalisis data, Menganalisis data dengan menggunakan Teknik statistika yang relevan, dan Membuat laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Produk Indihome PT. Telekomunikasi Kandatel Garut

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memnuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri. Menurut Kotler dalam (Melayanai, 2016). Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual atau ciri khas bahwa produk yang di jual tidak dimiliki oleh pesaing, aspek ini telah menjadi bagian terpenting agar perusahaan dapat mengembangkan kualitas produk dan mengimplementasikan konsep pemasaran. Setelah membuktikan teori-teori yang dijadikan referensi dan dengan melakukan perhitungan sesuai dengan jawaban responden tentang kualitas produk indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut termasuk pada kategori baik, berdasarkan hasil hasil penelitian

Kualitas Produk sudah berjalan dengan baik terbukti dengan memiliki nilai tertinggi yaitu indikator konfirmasi (*reability*), hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Windarti dan Ibrahim (2017) bahwa kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk ke dalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen. Selanjutnya indikator kinerja (*performance*), hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono Chandra (2017:231) menjelaskan bahwa produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh pelanggan. Dan indikator estetika (*aesthetics*), Hal ini dikarenakan responden setuju bahwa produk Indihome dapat digunakan atas dasar pilihan sendiri hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015:105) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Adapun indikator yang belum berjalan dengan baik seperti pada indikator estetika (*easthetics*), Hal ini di sebabkan Produk Indihome kurang memperhatikan proses instalasi jaringan yang masih kurang baik, sehingga jaringan nirkabel yang terlihat kurang rapih.

Kualitas Pelayanan PT. Telekomunikasi Kandatel Garut

Layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan. Kualitas layanan sering diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima secara nyata.

Satelah membuktikan teori-teori yang dijadikan referensi dan dengan melakukan perhitungan sesuai dengan jawaban responden tentang kualitas pelayanan indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut termasuk pada kategori baik, berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 orang mayoritas responden menjawab setuju terhadap pernyataan yang dilakukan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan mendapatkan respon yang baik. Berdasarkan hasil *Rating Scale* variabel Kualitas Pelayanan untuk indikator yang sudah berjalan dengan baik memiliki nilai tertinggi yaitu indikator empati, hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kamsir (2017:47) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Selanjutnya indikator. indikator keandalan (*reliability*) hal ini dikarenakan responden merasa pelayanan yang diterima sudah memenuhi standar operasional yang diberikan yang mencakup seluruh penilaian saat terjadinya pelayanan public. Hal ini sesuai dengan teori Ibrahim (Herdiansyah 2012:40), kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.

Adapun indikator yang belum berjalan dengan baik seperti pada indikator jaminan (*assurance*), dengan skor 370, Hal ini di sebabkan responden merasa bahwa pelayanan yang diterima tidak menjamin adanya pengembalian atau jaminan biaya terhadap pelayanan yang diterima, apapun motif pelayanan yang diberikan dan "pelayanan yang diberikan dapat memberikan jaminan tepat waktu" pada (Tabel 4.33 atau pernyataan nomor 13) dengan skor 375. Hal ini di sebabkan *Coustomer Service* atau *Coustomer Care* tidak memberikan jaminan berupa biaya apapun, di dakam standar operasional pelayanan.

Kepuasan Pelanggan PT. Telekomunikasi Kandatel Garut

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Kepuasan Pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan pemahaman terhadap kinerja setelah pembelian.

Satelah membuktikan teori-teori yang dijadikan referensi dan dengan melakukan perhitungan sesuai dengan jawaban responden tentang kepuasan pelanggan indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut termasuk pada kategori baik, Berdasarkan hasil *Rating Scale* variabel Kualitas Pelayanan untuk indikator yang sudah berjalan dengan baik memiliki nilai tertinggi yaitu indikator kesesuaian harapan, Hal ini dikarenakan responden merasa fasilitas penunjang yang diberikan seperti tempat yang bersih atau ekspektasi produk atau jasa yang diterima dapat memberikan kenyamanan, hal ini menjadi tolak ukur responden bahwa kenyamanan yang diterima sesuai dengan apa yang di diharapkan. Selanjutnya indikator kesediaan merekomendasikan, Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:681) Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun indikator yang belum berjalan dengan baik seperti pada indikator minat berkunjung kembali, Hal ini di karenakan responden merasa kurang puas dengan fasilitas yang diterima, sehingga minat berkunjung responden menjadi rendah dengan fasilitas yang kurang memadai, dan sederhananya fasilitas seharusnya bisa memadai seperti tempat yang nyaman serta kelengkapan fasilitas lainnya dapat memenuhi ruang lingkup kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Kandatel Garut

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pelanggan indihome PT. Telkom Kandatel Garut, koefisien kolerasi *product moment* adalah sebesar 0.808 Dengan pedoman interpretasi koefisien kolerasi menurut sugiyono (2016:214) kolerasi 0.808 Berada pada interval "sangat kuat", besarnya kontribusi pengaruh variabel (X1) kualitas produk terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan adalah sebesar 65%. Dari hasil persentase tersebut tentunya dipengaruhi oleh dimensi dan indikator dari kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain yang tidak teliti dalam penelitian ini, menurut Tjiptono dan Chandara (2012) faktor - faktor lain tersebut adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Untuk memperkuat penelitian ini, hasil penelitian searah dengan penelitian terdahulu yang relevan yaitu menurut Mahira, Prasetyo Hadi, Heni Nasiti (2021) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Kandatel Garut

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pelanggan indihome PT. Telkom Kandatel Garut, koefisien kolerasi *product moment* adalah sebesar 0,854 berada pada interval "sangat kuat" dengan tingkat presentase 85,4%. Artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan dengan baik yaitu dengan memberikan pelayanan berdasarkan standar operasional pelayanan yang memberikan sikap yang sopan santun serta ramah dalam memberikan pelayanan. selain itu kualitas pelayanan memberikan jaminan waktu serta solutif dalam memberikan informasi.

Sehingga mengakibatkan pelanggan memprioritaskan produk indihome PT. Telkom Kandatel Garut untuk terus digunakan.

Besarnya kontribusi pengaruh variabel (X2) kualitas pelayanan terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan adalah sebesar 72%.

Untuk memperkuat penelitian ini, hasil penelitian searah dengan penelitian terdahulu yang relevan yaitu menurut Mega Naliyah Syahfitri, Danang Kusnanto (2022) dengan judul mendapatkan hasil kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Kandatel Garut

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa koefisien kolerasi berganda pada (Tabel 4.59) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Telekomunikasi Kandatel sebesar 0.441 dengan kategori Rendah, Dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh presentase sebesar 55% dengan perhitungan $KD = 0,747^2 \times 100\% = 0,558009$ atau 55%. dapat diinterpretasikan bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel (X1) Kualitas produk dan (X2) kualitas pelayanan terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan adalah sebesar 55%. Sedangkan sisa besarnya 45% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sejalan dengan pendapat Mahira, Prasetyo Hadi, Heni Nasiti (2021), menyatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk Indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut sudah ada pada kategori "Baik". Berdasarkan hasil penelitian dari indikator yang diukur sudah ditanggapi baik seperti indikator produk indihome yang dipakai sudah memenuhi spesifikasi yang baik, produk indihome yang digunakan sesuai dengan kebutuhan dan produk indihome yang digunakan atas dasar pilihan sendiri. Diluar indikator yang sudah ditanggapi baik, ada juga indikator yang masih belum optimal seperti indikator produk indihome yang digunakan tidak memiliki bentuk yang indah dan produk indihome yang digunakan tidak memiliki nilai tambah saat dijalankan
2. Kualitas Pelayanan Indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut sudah ada pada kategori "Baik". Berdasarkan hasil penelitian dari indikator yang diukur sudah ditanggapi baik seperti indikator pelayanan yang diberikan memiliki sikap ramah dan sopan santun, pelayanan yang diberikan menghargai setiap pelanggan dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan standar operasional. Diluar indikator yang sudah ditanggapi baik, ada juga indikator yang masih belum optimal seperti indikator pelayanan yang diberikan tidak dapat memberikan jaminan biaya dan pelayanan yang diberikan tidak dapat memberikan jaminan tepat waktu.
3. Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telkom Kandatel Garut ada pada kategori "Baik". Berdasarkan hasil penelitian dari indikator yang diukur sudah ditanggapi baik seperti indikator seperti fasilitas penunjang yang diberikan dapat memberikan kenyamanan yang sesuai dengan harapan, menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang diberikan sangat memuaskan dan berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan sangat baik. Diluar indikator yang sudah ditanggapi baik, ada juga indikator yang masih belum optimal seperti indikator pelanggan

tidak berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan tidak memadai dan pelanggan tidak menyarakan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena tidak dapat menambah nilai dan memberikan manfaat.

4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara Parsial, bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut.
5. Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial terbukti, bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut
6. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, terbukti bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telkom Kandatel Garut.

Referensi :

- Dedek Kumara, Lip Marlia. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 2021 SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, Vol. 4, No. 4, October 2021 p-ISSN 2615-3009, e-ISSN 2621-3389.
- Hardiyansyah, 2011. Kualitas Pelayanan Publik (Konsep, Dinamis, Indikator dan Implementasinya. Yogyakarta: Gava Media
- Ichsan Dwi Armanto 2018, Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome Triple Play. PT Telkom Indonesia Tbk. Witel Denpasar E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 3, 2018: 1282-1309 ISSN : 2302-8912.
- Khevin Insan Hutahaean¹ Dr., Ir., Harie Lutfie M.M2 2020. (Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen IndiHome PT. Telkom Witel) eProceeding of Applied Science : Vol.6, No.2 Agustus 2020 dan ISSN : 2442-5826.
- Mega Naliyah Syahfitri, Danang Kusnanto 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal : Studi Kasus IndiHome di Kabupaten Karawang Pada Masa Pandemi Covid-19 Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah. Volume 4 No 2 (2022) 216-237 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351.
- Kolter & Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. Adam, 2015. Manajemen Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Oentoro, D. (2012). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Manajemen. Bandung. Alfabeta.
- Syafarudin, Dadang. 2018. Pengantar Manajemen Pemasaran. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Tanjung, R. ddk. 2021. Organisasi dan Manajemen. Medan: Yayasan kita Menulis.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran Esensi & Aplikasi. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono dan Fandy, Strategi Pemasaran. (Yogyakarta : Andi Offset, 2016), hlm 51.
- Tjiptono Fandy. 2011. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>

<https://www.rumah.com/panduan-properti/mengenal-undang-undang-no-8-tahun-1999-untuk-perlindungan-konsumen-18089>

<https://geospasia.com/2019/10/19/pertumbuhan-digital-economic-indonesia-tertinggi-di-asea>