BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, perkembangan di bidang teknologi telah mengalami kemajuan yang signifikan, terutama dibidang telekomunikasi. Media telekomunikasi merupakan sarana untuk mendapatkan informasi yang disajikan melalui teknologi elektronik, diantaranya adalah *internet* dan *smartphone*. Perkembangan teknologi informasi tersebut juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat. Perkembangan teknologi informasi juga telah banyak memberi pengaruh terhadap berbagai bidang kehidupan. Pengaruh tersebut salah satunya adalah pada bidang pelayanan pelanggan dan informasi.

Teknologi seperti ini memungkinkan manusia mempermudah segala urusannya hanya dengan *internet* dan *smartphone* semua dapat diakses hanya dalam satu genggaman. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat menjadikan peluang bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan dan informasi kepada pelanggan hanya dengan melalui aplikasi. Seperti yang dilakukan PT. Telekomunikasi Selular atau PT. Telkomsel yang ikut serta memanfaatkan perkembangan teknologi agar pelanggan terus menggunakan produknya.

PT. Telekomunikasi Selular atau sering disingkat Telkomsel merupakan salah satu perusahaan operator telekomunikasi selular GSM (*Global System of Mobile Comunication*) pertama di Indonesia. Semakin ketatnya kompetisi bisnis dalam bidang komunikasi serta munculnya kompetitor-kompetitor baru, sehingga mengharuskan Telkomsel memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan puas terhadap pelayanan yang ditawarkan. Telkomsel juga memberikan pelayanan untuk memudahkan pelanggan dalam menyampaikan keluhan yang sedang dialami dengan mengakses *email, facebook, twitter, call center*, aplikasi My Telkomsel dan Grapari (GrahaPari Sraya) yang merupakan tempat pusat layanan pelanggan Telkomsel.

Tabel 1.1
Daftar Akses Pelayanan Pelanggan Telkomsel

Nomor	Jenis	Nama Akses Pelayanan Telkomsel
1	*Email*	cs@telkomsel.co.id
2	*Facebook*	Telkomsel
3	*Twitter*	@telkomsel
4	*Call center*	188
5	Aplikasi	MyTelkomsel
6	Grapari(Kota Palembang)	a. Grapari Palembang Icon b. Grapari Palembang Square c. Grapari MDP d. Grapari Veteran e. Grapari Plaju

Sumber: Website Resmi PT. Telkomsel, 2017

Dari ke enam akses diatas dua diantaranya yaitu aplikasi My Telkomsel dan Grapari merupakan layanan khusus yang disediakan oleh PT. Telkomsel. Grapari dikhususkan untuk pelayanan langsung sedangkan aplikasi MyTelkomsel lebih berfokus kepada pelayanan online yang dapat diakses kapan pun dan dimanapun melalui *smartphone* yang terhubung ke *internet*.

Dengan semakin banyaknya pengguna *gadget* di Indonesia maka hal tersebut yang menjadikan aplikasi MyTelkomsel mempunyai nilai plus dibandingkan Grapari, mengingat maraknya penggunaan *gadget* yang memungkinkan pengguna Telkomsel untuk mengakses aplikasi dibanding harus datang langsung ke Grapari.

Provider Telkomsel pun dituntut untuk menyediakan berbagai aplikasi berdasarkan jenis dan kegunaannya yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Untuk itu pihak *provider* harus berpikir bahwa aplikasi tersebut harus praktis, cepat, mudah digunakan, dan dapat memberi manfaat pada penggunanya. Oleh karena itu, Telkomsel harus merancang aplikasinya sebaik mungkin agar dapat menarik minat penggunanya untuk mengunduh dan menggunakannya. Aplikasi adalah suatu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan

beberapa aktivitas seperti sistem perniagaan, game, pelayanan masyarakat, periklanan, atau semua proses yang hampir dilakukan manusia (Pramana, 2019).

My Telkomsel merupakan salah satu aplikasi yang dirilis oleh PT Telekomunikasi Indonesia (Telkomsel) pada tahun 2013. Aplikasi tersebut dapat digunakan oleh *gadget* dengan sistem operasi Android dan iOS. Aplikasi My Telkomsel menawarkan fitur-fitur yang memberikan kemudahan mengelola akun dan mengakses layanan pelanggan dengan menggunakan *gadget*. Layanan keluhan pelanggan merupakan fitur unggulan yang ada di aplikasi My Telkomsel. fitur lain yang dapat dinikmati pelanggan adalah:

1. Pengisian ulang pulsa dan pembayaran tagihan dengan kartu kredit,
2. Kemudahan pembelian paket internet, telepon, SMS, dan international roaming, serta transfer pulsa
3. Fasilitas log in ke aplikasi melalui *Facebook, Twitter,* dan *email*,
4. Mendapatkan informasi mengenai *merchant* dan promo Telkomsel POIN dan menukar Telkomsel POIN yang dimiliki, dan
5. Mengetahui lokasi Grapari terdekat dari posisi pelanggan saat ini.

Lalu cara mendaftarnya pun bisa melalui nomor telepon, akun sosial media, dan akun email. Hal ini merupakan upaya Telkomsel untuk mengikuti perkembangan jaman dalam hal penggunaan aplikasi sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan.

Dengan adanya kemudahan dalam mendaftar dan menggunakan aplikasi My Telkomsel, tetapi masih banyak pelanggan yang mengeluhkan tentang My Telkomsel. Secara garis besar, keluhan yang diajukan adalah tidak bisa mengambil paket di aplikasi dan sering terjadi kesalahan, aplikasi close dengan sendirinya, dan tidak adanya daftar paket unlimited. Walaupun masih ada keluhan dari pelanggan namun beberapa pelanggan masih tetap menggunakan My Telkomsel dengan alasan dapat membantu transaksi telekomunikasi.

Dengan adanya keluhan, maka dibutuhkan suatu cara agar pelanggan tetap menggunakan My Telkomsel yaitu perlunya kualitas pelayanan yang lebih baik yang diberikan oleh pihak Telkomsel kepada para pelanggan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kubutuhan dan keinginan pelanggan serta

ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dilihat melalui pendekatan lima dimensi yaitu bukti fisik (*tanggibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. kehandalan (*reliability)* adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Yang ketiga daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Yang keempat jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan dan yang kelima empati (*emphaty*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Melalui pendekatan lima dimensi kualitas pelayanan tersebut kita dapat menilai apakah suatu pelayanan telah dapat dikatakan berkualitas atau belum sama sekali dan apakah pelanggan sudah puas terhadap layanan tersebut atau sebaliknya.

Menurut data yang diambil dari Appstore dan Playstore, pengguna aplikasi My Telkomsel sebanyak 2.159.571. Dengan jumlah pengguna sebanyak ini diharapkan kemudahan yang ditawarkan dapat memberikan kepuasan pelanggan sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa yang jual. Pencapaian kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Maka atas latar Belakang diatas maka Penulis tertarik untuk mengangkat penelitian ini dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MY TELKOMSEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Grapari Palembang Square Mall dan Palembang Icon)**."

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan yang terdapat pada latar belakang diatas, maka dari itu penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan MyTelkomsel terhadap kepuasan pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon ?
2. Dimensi kualitas pelayanan mana yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon ?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar dalam pembuatan laporan akhir ini tidak menyimpang dari materi yang dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon dalam penggunaan MyTelkomsel.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan MyTelkomsel terhadap kepuasan pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan mana yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon.

1.4.2 Manfaat dari penelitian

Adapun manfaat dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Merupakan masukan dan informasi yang berguna bagi perusahaan tentang bagaimana meminimalisir permasalahan mengenai Pengaruh

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon.

2. **Bagi Peneliti**

   Menambah pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai pemasaran. Serta sebagai pembelajaran bagi penulis dalam menerapkan teori-teori yang didapat.

3. **Bagi Pihak Lain**

   Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat menambah ilmu dan memberikan wawasan serta dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian mengenai mata kuliah Manajemen Pemasaran.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis membatasi ruang lingkup penelitian agar dalam pembahasan permasalahan tidak terjadi penyimpangan. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pembahasan terkait kualitas pelayanan MyTelkomsel terhadap kepuasan pelanggan. Objek dari penelitian ini ditujukan pada pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon yang menggunakan aplikasi MyTelkomsel.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis akan menggunakan dan mencari beberapa jenis dan sumber data yang akan diolah dan dianalisis untuk melengkapi laporan akhir ini.

1. **Data Primer**

   Menurut Yusi dan Idris (2016:109) “Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya seperti hasil dari wawancara atau hasil kuesioner (angket) yang dilakukan oleh peneliti.”

   Data primer dalam penelitian ini yaitu penulis mengumpulkan data dengan cara wawancara langsung dan membagikan kuesioner kepada

pelanggan yang ingin melakukan layanan di PT. Grapari Telkomsel kota Palembang.

2. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2016:109) "Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi."

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu penulis mengumpulkan data yang diperoleh dari PT. Grapari Telkomsel cabang Palembang Square mall dan cabang Palembang Icon berupa struktur organisasi, visi misi, dan job deskripsi. Selain itu pula penulis mengumpulkan data profil perusahaan dari *website* PT. Grapari Telkomsel.

1.5.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:90) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yaitu 97 pelanggan dalam satu hari di dua gerai Grapari kota Palembang (Grapari PS Mall dan Palembang Icon).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81).Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang ingin melakukan layanan di dua gerai Grapari di kota Palembang. Dalam satu hari jumlah pelanggan yang layanan di dua gerai Grapari berjumlah 97 pelanggan. Penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pelanggan sebanyak 97 pelanggan dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan

menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011:87). Jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = N/(1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir adalah 0,5%.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 pelanggan dalam satu hari di dua gerai Grapari sehingga presentase kesalahan yang digunakan adalah 0,5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian.

$n = N/(1 + Ne^2) = 97/(1 + (97 \times 0{,}05 \times 0{,}05))$

$n = 97/(1+0{,}2425)$

$n = 97 / 1{,}2425 = 78{,}068$ disesuaikan menjadi 78 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode *Purposive Sampling,* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013:81). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan pertimbangan bahwa yang akan menjadi sampel adalah pelanggan Grapari Palembang Square mall dan Palembang Icon yang telah ditentukan yang pernah menggunakan layanan MyTelkomsel.

1.5.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014:137) teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. **Angket (Kuesioner)**

   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Serta merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner juga cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan terssebar diwilayah yang luas.

2. **Studi Kepustakaan**

   Studi kepustakaan yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan literature untuk mendapatkan keterangan teoritis sebagai bahan masukan penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Grapari.

1.5.5 Analisis Data

Dalam menyusun laporan akhir ini, penulis akan mengolah data yang didapat dengan teknik analisa. Penulis menggunakan dua analisa menurut Syahirman Yusi dan Idris (2016:107) yaitu:

1. **Analisis Kualitatif**

   Analisa kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan supaya formulasi statistik dapat dipergunakan. Caranya dengan mengklasifikasikan dalam bentuk kategori.

2. **Analisis Kuantitatif**

   Analisa kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Objek yang diteliti dalam penulisan laporan akhir ini adalah pelanggan PT Grapari

Telkomsel kota Palembang, data yang diperoleh akan terlihat dari hasil penyebaran kuesioner yang akan dibagikan nantinya.

1.5.6 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

3. Koefisiensi determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang dinyatakan dalam bentuk persen (Sugiyono, 2013:250).

4. Uji F

Menurut Ghozali (2012:98), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

5. Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1.5.7 Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kreterium), bila dua atau lebih variabel independen prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiono, 2013:277). Jadi, analisis regeresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua variabel. Penulis menggunakan persamaan regeresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Kepuasan pelanggan Grapari)

a = Konstanta

b_1,b_2,b_3,b_4,b_5 = Koefisien regresi dari masing-masing dimensi

X1 = Dimensi *Tangible* (Bukti fisik)

X2 = Dimensi *Reliability* (Kehandalan)

X3 = Dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap)

X4 = Dimensi *Assurance* (Jaminan)

X5 = Dimensi *Empathy* (Empati)

e = Kesalahan dalam memprediksi nilai Y

1.5.8 Skala Pengukuran

Penulis menggunakan Skala Likert untuk digunakan dalam perhitungan kuesioner. Menurut Sugiyono (2014:165) Skala Likert digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat sesorang atau kelompok orang terhadap potensi dari permasalahan suatu objek, dengan pilihan sebagai berikut

Tabel 1.2

Pengukuran Skala Likert

Pertanyaan		**Skor**
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Cukup Setuju	CS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2014: 165)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban pada kuesioner yang penulis buat, dan hasil jawaban akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.