

# Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Produk Telkomsel Menggunakan Metode Servqual

Wahyudi, MT<sup>1</sup> dan Sunarti<sup>2</sup>

Laboratorium Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UINSUSKA RIAU  
Jl.HR.Subrantas KM.15 Panam Pekanbaru Telp. 0761-8359937  
wahyudi@uin-suska.ac.id<sup>1</sup>,sunarti@yahoo.com<sup>2u</sup>

## Abstrak

Persaingan antara operator seluler yang cukup ketat, memicu PT. Telkomsel untuk memberikan layanan dan fasilitas yang terbaik kepada pelanggan. Tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan produk Telkomsel untuk Kartu As, berdasarkan layanan Short Message Service (SMS), General Radio Packet Service (GPRS), dan Voice Call. Dalam penelitian ini digunakan beberapa alat analisis antara lain analisa deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, service quality (servqual) dan customer satisfaction index (CSI). Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tahapan yang dilakukan, yaitu tahap pertama pengumpulan data dari pelanggan Telkomsel (Kartu As) dengan penyebaran kuisioner, tahap kedua yaitu pengolahan data, melakukan uji validitas dan reliabilitas, dan perhitungan nilai servqual dan CSI. Tahap ketiga yaitu menarik kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisa data yang dilakukan. Hasil yang diperoleh menunjukkan besarnya tingkat kepuasan pelanggan pada masing-masing layanan yang dianalisa yaitu, untuk layanan SMS sebesar 0,75 (75%), GPRS sebesar 0,69(69%), dan Voice Call sebesar 0,71(71%).

**Kata Kunci :** Kepuasan Pelanggan, Operator Seluler, Servqual, Telkomsel

## Abstract

Competition amongs cellular operators are quite tight, trigger PT. Telkomsel to provide the best services and facilities to customers. Final goal of our research is to determine the level of customer satisfaction with quality of service Telkomsel product for Kartu As, services based on Short Message Service (SMS), General Packet Radio Service (GPRS), and Voice Call. This study used several analysis tools such as descriptive analysis, validity and reliability, Service Quality (Servqual) and the Customer Satisfaction Index (CSI). In this research there are several steps that do, the first phase of data collection from Telkomsel subscribers (Kartu As) to spread out the questionnaire, the second stage of data processing, to test the validity and reliability, and value calculation Servqual and CSI. The third stage is to draw conclusions from the results of data processing and analysis are performed. The results obtained show the high level of customer satisfaction on each of the services analyzed, namely for the SMS service of 0.75 (75%), GPRS of 0.69 (69%), and Voice Call by 0.71 (71%) .

**Keywords :** Customer Satisfaction, Cellular Operators, SERVQUAL, Telkomsel

## 1. Pendahuluan

PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) adalah salah satu operator dalam jasa telekomunikasi selular yang terkemuka di Indonesia dengan penguasaan pasar yang sangat luas. Telkomsel menyediakan jasa *Global System for Mobile* (GSM) selular di Indonesia, melalui sinyal Dual Band 900/1800 Mhz. Telkomsel menyediakan pelayanan untuk para pelanggannya dengan dua pilihan yaitu antara layanan kartu prabayar (simPATI, Kartu As dan TELKOMSEL Flash) atau kartu pascabayar yaitu Kartu HALO dan berbagai macam jasa dan program sebagai nilai tambahan untuk semua kartu.

Untuk menghadapi komplain atau keluhan pelanggan, Telkomsel telah menyediakan layanan pelanggan (*Customer Service*) yang bisa dihubungi setiap saat dan dimanapun. Untuk itu, Telkomsel membangun akses pelayanan *Call Center* yang diberi nama Caroline (*Customer Care On-Line*). Bahkan pelayanan pelanggan Telkomsel telah bersertifikasi manajemen mutu standar internasional ISO.

Hingga Oktober 2011, komitmen Telkomsel dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan sudah 12 kali berturut-turut, mendapat pengakuan terbaik dalam ajang Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA). Telkomsel menjadi satu-satunya operator GSM Tanah Air yang memperoleh penghargaan tertinggi, namun hanya untuk produk simPATI (kartu prabayar), Kartu HALO (kartu pascabayar) dan TELKOMSEL Flash (mobile internet service provider) saja. Survei yang dilakukan melibatkan 8.400 responden di 6 kota besar di Indonesia, yakni Medan, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Makassar.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan produk Telkomsel untuk Kartu As.
- 2) Untuk mengetahui atribut-atribut mana saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan produk Telkomsel.
- 3) Memberikan usulan atau masukan kepada pihak Telkomsel sebagai penyedia jasa layanan guna mengetahui reaksi pelanggan dan untuk meningkatkan pelayanan jasa serta kualitas produknya kepada pelanggan.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif), respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi dan seterusnya), dan respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain). Secara singkat, kepuasan pelanggan terdiri atas tiga komponen: **respon** menyangkut **fokus** tertentu yang ditentukan pada **waktu** tertentu (Tjiptono dkk, 2007).

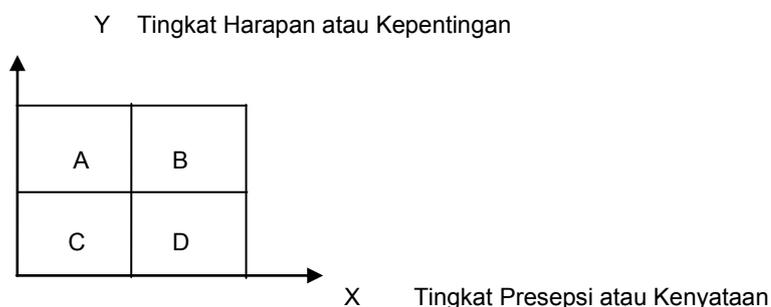
### 2.2. Kualitas Layanan

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk/jasa, yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk/jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan (Tjiptono dkk, 2007).

### 2.3. Prioritas Perbaikan Layanan

Menurut Aritonang (2005), ada beberapa untuk dijadikan dasar dalam menentukan atribut atau dimensi yang diprioritaskan untuk diperbaiki diwaktu mendatang berdasarkan data kepuasan pelanggan yang diperoleh. Cara itu diantaranya penggunaan skor kesenjangan dan kuadran (Ndendo dkk, 2007).

Menurut Husein Umar (2000), diagram kartesius merupakan alat analisis yang digunakan untuk menentukan strategi peningkatan pelayanan dengan melihat hubungan kinerja atau tingkat pelaksanaan pelayanan yang dilakukan pihak perusahaan dengan kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan. Diagram kartesius merupakan bangunan yang terdiri dari 4 bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik x rata-rata dan y rata-rata (Ndendo dkk, 2007).



Gambar 1. Diagram Kartesius (Sumber: Ndendo dkk, 2007)

Keterangan:

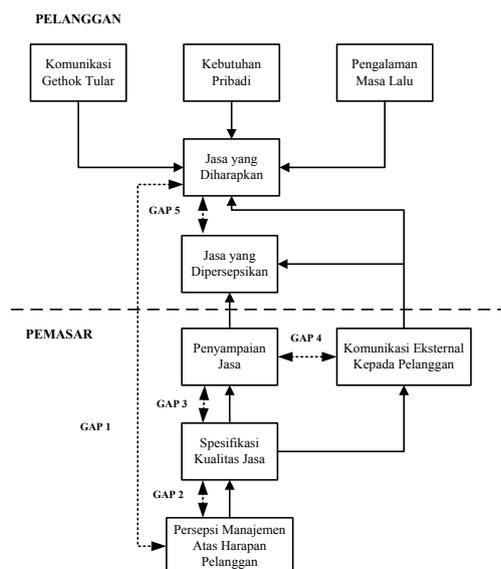
1. Titik x rata-rata merupakan nilai skor rata-rata dari tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor/atribut.
2. Titik y rata-rata merupakan nilai skor rata-rata dari tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Kuadran A, B, C, dan D menunjukkan tingkat prioritas atribut.
  - a) Kuadran A = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu diperbaiki.
  - b) Kuadran B = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu dipertahankan karena pelanggan dianggap telah terpuaskan.
  - c) Kuadran C = prioritas atribut yang dianggap kurang penting tetapi tingkat kepuasan konsumen cukup baik.
  - d) Kuadran D = prioritas atribut yang kurang dianggap penting tetapi tingkat kepuasan konsumen sangat puas.

### 2.4. Metode Servqual

Model *servqual* (singkatan dari *service quality*) dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985, 1988, 1990, 1991, 1993, 1994) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal, perbankan

ritel, dan pialang sekuritas. Model ini dikenal pula dengan istilah *Gap Analysis Model*, ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi (Oliver, 1997). Ancangan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectation*) atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif (Tjiptono dkk, 2007).

*Servqual* dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas jasa. Model ini diilustrasikan pada Gambar 2.1. Garis putus-putus horizontal memisahkan dua fenomena utama: bagian atas merupakan fenomena yang berkaitan dengan pelanggan dan bagian bawah mengacu pada fenomena perusahaan atau penyedia jasa. Selain dipengaruhi pengalaman masa lalu, kebutuhan pribadi pelanggan, dan komunikasi gethok tular (komunikasi dari mulut ke mulut), jasa yang diharapkan (*expected service*) juga dipengaruhi aktifitas komunikasi pemasar perusahaan (Tjiptono dkk, 2007).



Gambar 2. Model Konseptual *Servqual* (Sumber: Tjiptono dkk, 2007)

### 2.5. Perhitungan *Servqual*

Pengukuran kualitas jasa dalam model *Servqual* ini didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik). Kelima dimensi kualitas tersebut dijabarkan ke dalam masing-masing 22 atribut rinci untuk variabel harapan dan variabel persepsi, yang disusun dalam pertanyaan-pertanyaan berdasarkan skala likert (Tjiptono dkk, 2007).

Perhitungan terhadap nilai *servqual* adalah, sebagai berikut:

- 1) Terhadap setiap responden, tentukan nilai *servqual* untuk setiap pertanyaan dengan menggunakan persamaan:

$$\text{Nilai } Servqual = \text{Nilai Persepsi} - \text{Nilai Ekspektasi}$$

$$S_{ij} = P_{ij} - E_{ij} \quad i = 1,2,3, \dots, n; j = 1,2,3, \dots, n$$

dimana:

$S_{ij}$  = Nilai *servqual* responden ke-j untuk pertanyaan ke-i

$P_{ij}$  = Nilai Persepsi responden ke-j untuk pertanyaan ke-i

$E_{ij}$  = Nilai ekspektasi responden ke-j untuk pertanyaan ke-i

- 2) Untuk masing-masing responden, jumlahkan nilai *Servqual* ( $S_{ij}$ ) yang didapatkan untuk setiap dimensi, kemudian bagi jumlah tersebut dengan banyaknya pernyataan yang mewakili dimensi tersebut, persamaan yang digunakan adalah:

$$SK_{ij} = \sum_{i=1}^n S_{ij} / n \quad i=1,2,3, \dots, n; j=1,2,3, \dots, n$$

dimana:

$SK_{ij}$  = Nilai rata-rata *Servqual* dari faktor ke-i dan responden ke-j

$S_{ij}$  = Nilai *Servqual* responden ke-j untuk pernyataan ke-i

- N = Banyaknya pernyataan/variabel dalam suatu faktor
- 3) Jumlahkan nilai  $SQ_{ij}$  tersebut sehingga didapatkan nilai *Total Servqual (TSQ)*  

$$TSQ = \sum_{i=1}^n SQ_{ij} \quad i=1,2,3,\dots, n ; \quad j=1,2,3,\dots,n$$
 dimana :  
 TSQ = Nilai Total Servqual  
 $SQ_{ij}$  = Nilai Servqual terbobot fakto ke-i, responden ke-j
- 4) Jika terdapat N responden, maka bagi TSQ dengan N untuk mendapatkan rata-rata nilai Total Servqual ( $\overline{TSQ}$ ) dengan persamaan:  

$$\overline{TSQ} = \frac{TSQ}{N}$$
 dimana:  
 $\overline{TSQ}$  = Rata-rata nilai total *Servqual*  
 TSQ = Nilai total *Servqual*  
 N = Banyaknya responden
- 5) Nilai  $\overline{TSQ}$  inilah yang mengidentifikasi memuaskan atau tidaknya kualitas jasa/produk yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan bisa dikatakan “memuaskan” jika nilai  $\overline{TSQ}$  tersebut bernilai sama dengan nol (0) dan sangat memuaskan jika nilai  $\overline{TSQ}$  bernilai positif (>0). Sedangkan bila nilai  $\overline{TSQ}$  negatif (<0) dikatakan “tidak memuaskan”.

## 2.6. Pengukuran CSI (*Customer Satisfaction Index*)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen/pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005 dikutip oleh Oktaviani, 2006):

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)*. Nilai berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah konsumen

Y<sub>i</sub> = Nilai Kepentingan Atribut Y ke-i

2. Membuat *Weight Factors (WF)*. Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per atribut terhadap total *MIS* seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

p = Atribut Kepentingan ke-p

3. Membuat *Weight Score (WS)*. Bobot ini merupakan perkalian antara *WF* dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score=MSS*).

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI/IKP)*.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50 persen dapat dikatakan bahwa pelanggan sudah merasa puas sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50 persen pelanggan belum dikatakan puas. Nilai CSI dibagi dalam lima kriteria, terlihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index (CSI/IKP)*

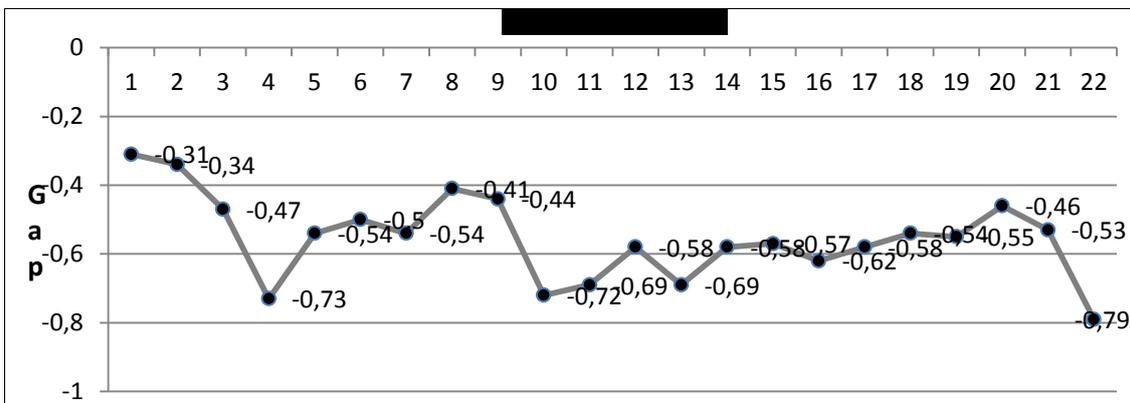
Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Sumber: Oktaviani, 2006

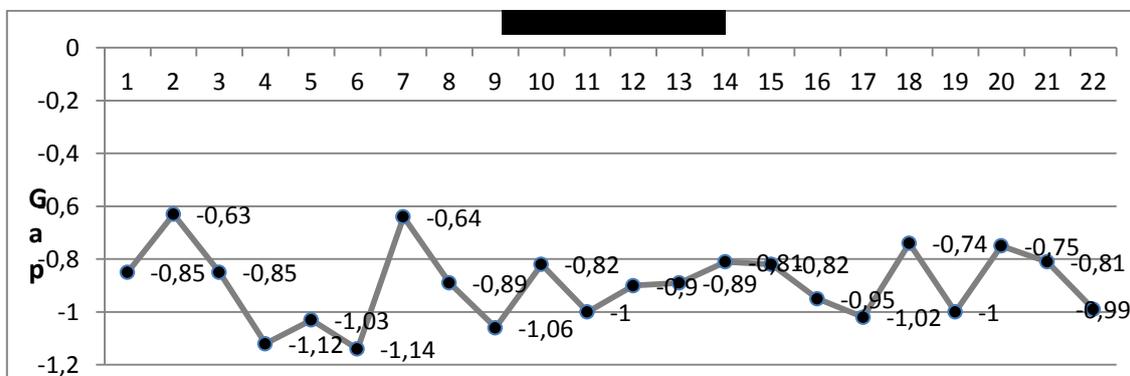
## 3. Hasil Dan Pembahasan

### 3. 1. Nilai *Servqual* per Variabel (Pertanyaan)

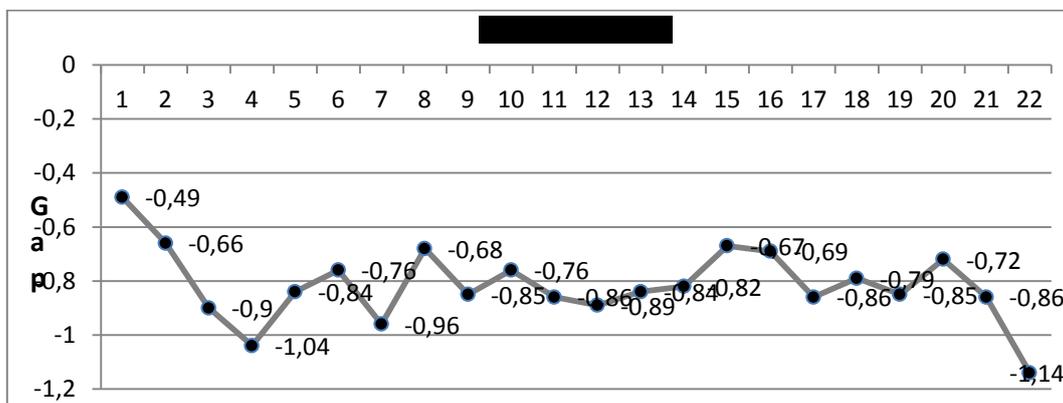
Dari hasil pengolahan data dari kuisioner yang telah disebar, hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut ini. Tampak jelas bahwa semua nilai *servqual* bernilai negatif.



Gambar 3. Gap (Kesenjangan) per Variabel Layanan SMS



Gambar 4. Gap (Kesenjangan) per Variabel Layanan GPRS



Gambar 5. Gap (Kesenjangan) per Variabel Layanan Voice Call

Keterangan:

- 1-4 = Pertanyaan (variabel) dimensi *tangible*
- 5-9 = Pertanyaan (variabel) dimensi *reliability*
- 10-13 = Pertanyaan (variabel) dimensi *responsiveness*
- 14-17 = Pertanyaan (variabel) dimensi *assurance*
- 18-22 = Pertanyaan (variabel) dimensi *emphaty*

Dari Gambar 3. tampak jelas bahwa semua nilai *servqual* bernilai negatif, ini artinya semua variabel layanan *Short Message Service* (SMS) belum memuaskan karena belum memenuhi keinginan pelanggan. Begitu juga dengan Gambar 4. semua nilai *servqual* bernilai negatif, ini artinya semua variabel layanan *General Packet Radio Service* (GPRS) juga belum memuaskan karena belum memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini juga terjadi dengan Gambar 5. mengenai layanan *Voice Call*, semua nilai

*servqualnya* bernilai negatif, yang artinya semua variabel layanan *Voice Call* juga belum memuaskan karena belum memenuhi keinginan pelanggan.

### 3.2. Nilai TSQ (Total Service Quality)

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa kualitas layanan bisa dikatakan memuaskan jika nilai  $\overline{TSQ}$  yang didapat bernilai sama dengan nol (0), dan sangat memuaskan jika nilai  $\overline{TSQ}$  yang didapat bernilai positif (>0), sedangkan bila nilai  $\overline{TSQ}$  yang didapat bernilai negatif (<0) dikatakan tidak memuaskan.

Nilai  $\overline{TSQ}$  yang didapat dari pengolahan data adalah -0,55 untuk layanan SMS, -0,9 untuk layanan GPRS, dan -0,81 untuk layanan *Voice Call*. Maka secara keseluruhan kualitas layanan dari ketiga layanan produk Telkomsel (Kartu As) yang dianalisa belum memuaskan.

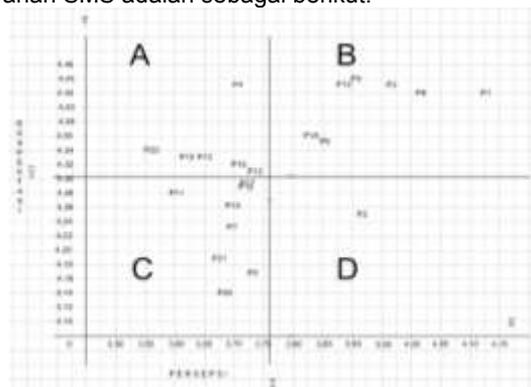
### 3.3. Analisa CSI (Customer Satisfaction Index)

CSI merupakan nilai yang didapat dari hasil pengolahan kuisisioner persepsi yaitu layanan yang telah dirasakan oleh pelanggan. Nilai CSI yang didapat dari pengolahan data adalah 0,754 untuk layanan SMS, 0,696 untuk layanan GPRS, dan 0,714 untuk layanan *Voice Call*. Berdasarkan kriteria nilai CSI yang ada pada Tabel 1., keseluruhan nilai CSI dari ketiga layanan produk Telkomsel (Kartu As) yang dianalisa, pelanggan sudah merasa puas.

### 3.4. Analisa Perbaikan Kualitas Layanan

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dapat dijadikan untuk menentukan prioritas dalam melakukan perbaikan kualitas layanan produk Telkomsel (Kartu As). Untuk menentukan prioritas dalam melakukan perbaikan tersebut, dilakukan menggunakan diagram kartesius.

Diagram kartesius untuk layanan SMS adalah sebagai berikut.



Gambar 6. Diagram Kartesius Layanan SMS

Keterangan:

$\bar{X}$  = rata-rata persepsi

$\bar{Y}$  = rata-rata ekspektasi

$\bar{X}$  = rata-rata dari rata-rata skor persepsi

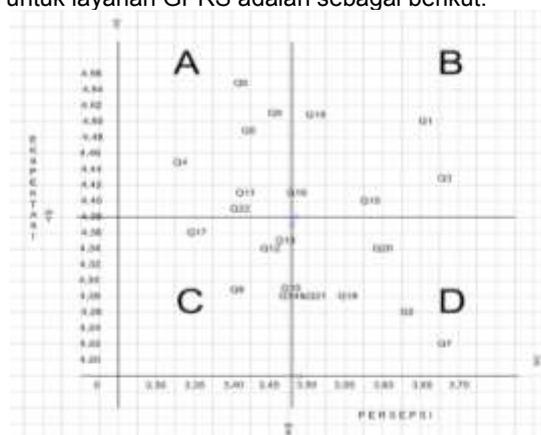
$\bar{Y}$  = rata-rata dari rata-rata skor ekspektasi

Penjelasan dari diagram di Gambar 6. adalah:

1. Kuadran A = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu diperbaiki, atribut tersebut yaitu:
  - P4 = Tidak ada gangguan saat penggunaan layanan SMS
  - P10 = Kesigapan *Customer Service* dalam melayani keluhan layanan SMS
  - P12 = Kecepatan respon *Customer Service* dalam menanggapi keluhan pelanggan mengenai SMS
  - P13 = Penanganan dari *Customer Service* terhadap keluhan pelanggan mengenai SMS
  - P16 = Kemampuan *Customer Service* dalam menangani keluhan layanan SMS dengan segera dan memuaskan
  - P22 = Kecukupan informasi mengenai syarat dan ketentuan tarif SMS yang sedang digunakan pelanggan
2. Kuadran B = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu dipertahankan karena pelanggan dianggap telah terpuaskan, atribut tersebut yaitu:
  - P1 = Layanan pesan singkat berupa teks atau *Short Message Service* (SMS)
  - P3 = Kenyamanan menggunakan layanan SMS
  - P5 = SMS tidak terlambat dikirim
  - P6 = Kemudahan mengirim SMS
  - P8 = SMS terkirim ke nomor handphone yang dituju

- P18 = Pemahaman *Customer Service* terhadap layanan SMS  
 P19 = Dalam menangani keluhan layanan SMS, *Customer Service* melakukan pelayanan dengan ramah, sopan dan penuh perhatian
3. Kuadran C = prioritas atribut yang dianggap kurang penting tetapi tingkat kepuasan pelanggannya cukup baik, atribut tersebut yaitu:  
 P7 = Keandalan sistem billing dalam penggunaan layanan SMS  
 P9 = Tidak dikenakan biaya kalau SMS tidak dikirim  
 P11 = Keluhan mengenai SMS secepatnya mendapatkan pelayanan  
 P14 = Meminimalisasi kerusakan jaringan yang bisa mengakibatkan terganggunya layanan SMS  
 P15 = *Customer Service* mampu menjelaskan program SMS  
 P17 = *Customer Service* mampu menangani masalah/keluhan dan mampu menjawab semua pertanyaan pelanggan seputar layanan SMS  
 P20 = Kecukupan informasi mengenai program baru SMS  
 P21 = Kecukupan informasi mengenai tarif SMS
4. Kuadran D = prioritas atribut yang kurang dianggap penting, tetapi tingkat kepuasan pelanggannya sangat puas. Atribut tersebut yaitu:  
 P2 = Laporan status pengiriman SMS

Diagram kartesius untuk layanan GPRS adalah sebagai berikut.



Gambar 7. Diagram Kartesius Layanan GPRS

Keterangan:

$\bar{X}$  = rata-rata persepsi

$\bar{Y}$  = rata-rata ekspektasi

$\bar{X}$  = rata-rata dari rata-rata skor persepsi

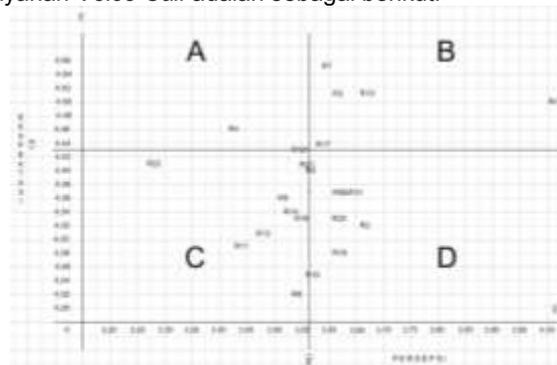
$\bar{Y}$  = rata-rata dari rata-rata skor ekspektasi

Penjelasan dari diagram di Gambar 7. adalah:

1. Kuadran A = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu diperbaiki, atribut tersebut yaitu:  
 Q4 = Tidak ada gangguan saat penggunaan layanan GPRS  
 Q5 = Cepat terhubung ke internet  
 Q6 = Sambungan internet bagus  
 Q9 = Kemudahan melakukan sambungan internet  
 Q11 = Keluhan mengenai GPRS secepatnya mendapatkan pelayanan  
 Q16 = Kemampuan *Customer Service* dalam menangani keluhan layanan GPRS dengan segera dan memuaskan  
 Q22 = Kecukupan informasi mengenai syarat dan ketentuan layanan GPRS yang sedang digunakan pelanggan
2. Kuadran B = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu dipertahankan karena pelanggan dianggap telah terpuaskan, atribut tersebut yaitu:  
 Q1 = Layanan yang memungkinkan pelanggan dapat melakukan sambungan internet atau *General Packet Radio Service* (GPRS)  
 Q3 = Kenyamanan menggunakan layanan GPRS  
 Q15 = *Customer Service* mampu menjelaskan program GPRS  
 Q19 = Dalam menangani keluhan layanan GPRS, *Customer Service* melakukan pelayanan dengan ramah, sopan dan penuh perhatian

3. Kuadran C = prioritas atribut yang dianggap kurang penting tetapi tingkat kepuasan pelanggannya cukup baik, atribut tersebut yaitu:
  - Q8 = Biaya GPRS sesuai dengan yang telah di iklankan
  - Q10 = Kesigapan *Customer Service* dalam melayani keluhan layanan GPRS
  - Q12 = Kecepatan respon *Customer Service* dalam menanggapi keluhan pelanggan mengenai GPRS
  - Q13 = Penanganan dari *Customer Service* terhadap keluhan pelanggan mengenai GPRS
  - Q14 = Meminimalisasi kerusakan jaringan yang bisa mengakibatkan terganggunya layanan GPRS
  - Q17 = *Customer Service* mampu menangani masalah/keluhan dan mampu menjawab semua pertanyaan pelanggan seputar layanan GPRS
  - Q21 = Kecukupan informasi mengenai tarif GPRS
4. Kuadran D = prioritas atribut yang kurang dianggap penting, tetapi tingkat kepuasan pelanggannya sangat puas. Atribut tersebut yaitu:
  - Q2 = Pilihan paket GPRS yang disediakan
  - Q7 = Keandalan sistem billing dalam penggunaan layanan GPRS
  - Q18 = Pemahaman *Customer Service* terhadap layanan GPRS
  - Q20 = Kecukupan informasi mengenai program baru GPRS

Diagram kartesius untuk layanan *Voice Call* adalah sebagai berikut.



Gambar 8. Diagram Kartesius Layanan *Voice Call*

Keterangan:

$\bar{X}$  = rata-rata persepsi

$\bar{Y}$  = rata-rata ekspektasi

$\bar{X}$  = rata-rata dari rata-rata skor persepsi

$\bar{Y}$  = rata-rata dari rata-rata skor ekspektasi

Penjelasan dari diagram di Gambar 8. adalah:

1. Kuadran A = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu diperbaiki, atribut tersebut yaitu:
  - R4 = Tidak ada gangguan saat penggunaan layanan *Voice Call*
2. Kuadran B = prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu dipertahankan karena pelanggan dianggap telah terpuaskan, atribut tersebut yaitu:
  - R1 = Layanan yang memungkinkan pelanggan dapat melakukan panggilan suara atau *Voice Call*
  - R3 = Kenyamanan menggunakan layanan *Voice Call*
  - R7 = Kualitas pembicaraan bagus
  - R17 = *Customer Service* mampu menangani masalah/keluhan dan mampu menjawab semua pertanyaan pelanggan seputar layanan *Voice Call*
  - R19 = Dalam menangani keluhan layanan *Voice Call*, *Customer Service* melakukan pelayanan dengan ramah, sopan dan penuh perhatian
3. Kuadran C = prioritas atribut yang dianggap kurang penting tetapi tingkat kepuasan pelanggannya cukup baik, atribut tersebut yaitu:
  - R5 = Kecepatan waktu terhubung ke nomor handphone tujuan
  - R8 = Keandalan sistem billing dalam penggunaan layanan *Voice Call*

- R9 = Biaya *Voice Call* sesuai dengan yang telah di iklankan
  - R11 = Keluhan mengenai *Voice Call* secepatnya mendapatkan pelayanan
  - R12 = Kecepatan respon *Customer Service* dalam menanggapi keluhan pelanggan mengenai layanan *Voice Call*
  - R13 = Penanganan dari *Customer Service* terhadap keluhan pelanggan mengenai layanan *Voice Call*
  - R14 = Meminimalisasi kerusakan jaringan yang bisa mengakibatkan terganggunya layanan *Voice Call*
  - R16 = Kemampuan *Customer Service* dalam menangani keluhan layanan *Voice Call* dengan segera dan memuaskan
  - R18 = Pemahaman *Customer Service* terhadap layanan *Voice Call*
  - R21 = Kecukupan informasi mengenai tarif *Voice Call*
  - R22 = Kecukupan informasi mengenai syarat dan ketentuan tarif *Voice Call* yang sedang digunakan pelanggan
4. Kuadran D = prioritas atribut yang kurang dianggap penting, tetapi tingkat kepuasan pelanggannya sangat puas. Atribut tersebut yaitu:
- R2 = Pilihan paket *Voice Call* yang disediakan
  - R6 = Kemudahan untuk melakukan sambungan suara
  - R10 = Kesigapan *Customer Service* dalam melayani keluhan layanan *Voice Call*
  - R15 = *Customer Service* mampu menjelaskan program *Voice Call*
  - R20 = Kecukupan informasi mengenai program baru *Voice Call*

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan terhadap kualitas layanan produk Telkomsel (Kartu As) pada tiga layanan, yaitu *Short Message Service* (SMS), *General Packet Radio Service* (GPRS), dan *Voice Call* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari nilai *Total Service Quality* (TSQ) secara keseluruhan bernilai negatif, artinya harapan pelanggan akan kualitas layanan produk Telkomsel (Kartu As) lebih besar dari pada layanan yang diberikan pihak Telkomsel, jadi kualitas layanan produk Telkomsel (Kartu As) belum memuaskan.
2. Berdasarkan nilai *servqual* per variabel (pertanyaan), semua nilai *servqual* dari ketiga layanan yang dianalisa bernilai negatif.
  - a. Nilai *servqual* tertinggi untuk layanan SMS yaitu variabel (pertanyaan ke-1), sedangkan nilai *servqual* terendah yaitu variabel (pertanyaan) ke-22, yakni "Kecukupan informasi mengenai syarat dan ketentuan tarif SMS yang sedang digunakan pelanggan".
  - b. Nilai *servqual* tertinggi untuk layanan GPRS yaitu variabel (pertanyaan) ke-2, sedangkan nilai terendah yaitu variabel ke-6, yakni "Sambungan internet bagus".
  - c. Nilai *servqual* tertinggi untuk layanan *Voice Call* yaitu variabel (pertanyaan) ke-1, sedangkan nilai terendah yaitu variabel ke-22, yakni "Kecukupan informasi mengenai syarat dan ketentuan tarif *Voice Call* yang sedang digunakan pelanggan".
3. Berdasarkan nilai CSI, layanan SMS bernilai 0,754 (75,4%), layanan GPRS bernilai 0,696 (69,6%) dan layanan *Voice Call* bernilai 0,714 (71,4%). Menurut kriteria nilai CSI, pelanggan sudah merasa puas dengan layanan produk Telkomsel (Kartu As) pada ketiga layanan yang dianalisa.
4. Layanan yang perlu diprioritaskan untuk memperbaiki layanan produk Telkomsel (Kartu As), yaitu:
  - a. Layanan SMS, yakni tidak ada gangguan saat penggunaan layanan SMS, kesigapan *Customer Service* dalam melayani keluhan layanan SMS, kecepatan respon *Customer Service* dalam menanggapi keluhan pelanggan mengenai SMS, penanganan dari *Customer Service* terhadap keluhan pelanggan mengenai SMS, kemampuan *Customer Service* dalam menangani keluhan layanan SMS dengan segera dan memuaskan, dan kecukupan informasi mengenai syarat dan ketentuan tarif SMS yang sedang digunakan pelanggan.
  - b. Layanan GPRS, yakni tidak ada gangguan saat penggunaan layanan GPRS, cepat terhubung ke internet, sambungan internet bagus, kemudahan melakukan sambungan internet, keluhan mengenai GPRS secepatnya mendapatkan pelayanan, kemampuan *Customer Service* dalam menangani keluhan layanan GPRS dengan segera dan memuaskan, dan kecukupan informasi mengenai syarat dan ketentuan layanan GPRS yang sedang digunakan pelanggan.
  - c. Layanan *Voice Call*, yakni tidak ada gangguan saat penggunaan layanan *Voice Call*.

#### Daftar pustaka

- [1] Fathoni, (2009) "Analisa Kualitas Sistem Informasi Menggunakan Metode *Servqual*," *Jurnal dalam Konferensi Nasional Sistem dan Informatika*, KSN&109-034, Bali.
- [2] Kurniawan, M. B, (2008), Upaya Peningkatan Pelayanan Pengguna Flexi di Surakarta dengan Menggunakan Metode *Servqual* Gap Pada PT. Telkom Surakarta, *Skripsi Jurusan Teknik Industri*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

- 
- [3] Ndendo, R. T, dkk, (2007) "Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap PSMA On-Line pada Universitas Gunadarma," *Jurnal Processing PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek, dan Sipil)*. Vol. 2.
  - [4] Oktaviani, R. W & Suryana, R. N, (2006) "Analisis Kepuasan *Pengunjung* dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro" *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol. 24, No. 1, Hal. 41-58.
  - [5] Samosir, Z. Z, (2005) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU," *Jurnal*. Department Perpustakaan dan Informasi, Vol. 1, No. 1. Universitas Sumatra Utara.
  - [6] Sugiyono. (2009 ), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung.
  - [7] Tjiptono, F, (2005), *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Andi: Yogyakarta.
  - [8] Tjiptono, F & Diana, D, (2003), *Total Quality Management*, Andi, Yogyakarta.
  - [9] Tjiptono, F & Chandra, G, (2007), *Service, Quality & Statisfaction*, Andi: Yogyakarta.
  - [10] Wahyono, T, (2009), *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, PT. Elek Media Komputindo: Jakarta.