

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN PADA MUTU PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA PT. TELKOM (tbk)(Studi Pada Pelanggan Telepon Rumah di Perumahan Sari Madu kelurahan Sitirejo Kecamatan Wagir Kabupaten Malang)

Oleh: Khusnul Mufidah (06220419)

Communication Science

Dibuat: 2010-06-05 , dengan 7 file(s).

Keywords: Kata kunci: Mutu Pelayanan Customer Service dan Kepercayaan Pelanggan

ABSTRAK

Sekarang ini telepon rumah bukanlah satu-satunya alat telekomunikasi, dapat dikatakan sudah tidak efisien lagi namun pada kenyataannya masih banyak pelanggan telepon rumah yang masih menggunakan layanan tersebut, itu merupakan bukti bahwa pelanggan tersebut setia pada PT. TELKOM. rumusan penelitian ini yaitu 1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kepuasan pelanggan pada mutu pelayanan customer service terhadap kepercayaan pelanggan. 2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan pada mutu pelayanan Customer Service terhadap kepercayaan pelanggan. 3. Bagaimana arah pengaruhnya positif atau negative.

Customer Service adalah bagian dari PR yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan, CS harus memberikan mutu pelayanan yang sama pada semua pelanggan agar terciptanya kepuasan yang berujung pada kepercayaan. Kepercayaan berawal dari kepuasan pelanggan yang diterima atas terpenuhinya kebutuhan, harapan dan keinginan pelanggan terhadap barang dan jasa. Penelitian ini didukung oleh teori S-O-R karena dalam teori ini proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Menurut (Effendi 2003) dalam (<http://docs.google.com>) perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Dan proses berikutnya adalah si komunikan mengerti. Kemampuan si komunikan ini lah yang akan melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolah dan dan menerimanya maka akan terbentuk sikap terhadap pelayanan yang diberikan, dalam hal ini oleh custome service. Teori ini dikaitkan dengan kepuasan pelanggan pada mutu pelayanan customer sevice, maka dapat ditentukan bahwa: 1. Pesan(S): Mutu Pelayanan Customer Service. 2. Komunikan(O) : pelanggan. 3. Respon(R) : Kepuasan yang di dapat oleh pelanggan.

Tipe penelitian ini adalah eksplanatif yaitu penelitian untuk menguji hubungan antara variabel yang dihipotesiskan dengan pendekatan kuantitatif, yang menekankan pada analisis data dan angka. Objek penelitian ini adalah warga Perumahan Sari Madu, Kel, Sitirejo, Kec, Wagir, Kabupaten Malang, sampel yang digunakan sebanyak 38 responden yang diambil menggunakan total sampling. Kemudian Peneliti menyebarkan kuisisioner sebagai alat pengumpul data primer, data primer ini telah melalui proses uji validitas dan realibilitas dengan menggunakan teknik korelasi product moment dan teknik alpha. Peneliti menggunakan analisis regresi untuk menganalisis data, hal ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara kepuasan pelanggan pada mutu pelayanan customer service terhadap kepercayaan pelanggan dan koefisien determinasi untuk memprediksi besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh perhitungan koefisien korelasi sebesar 0.626, yang

menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kepuasan pelanggan pada mutu pelayanan customer service terhadap variabel kepercayaan pelanggan termasuk dalam kategori kuat. Sedangkan berdasarkan perhitungan koefisiensi determinan diketahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 39.2% yang menunjukkan arah positif. Melalui perhitungan uji F dan uji t, dapat diperoleh nilai F hitung sebesar 23.168 dan t hitung sebesar 4.183 dengan tingkat signifikan α sebesar 0.05 atau 5%, maka diperoleh F tabel sebesar 4.08 dan t tabel sebesar 2.021, yang berarti bahwa F hitung lebih besar dari F tabel ($23.168 > 4.08$) dan t hitung lebih besar dari t tabel ($4.183 > 2.021$). Berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti kepuasan pelanggan pada mutu pelayanan customer service mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

ABSTRACT

Today's home phone is not the only means of telecommunication, we can say is no longer efficient, but in reality there are many customers who still use the home phone service, it is proof that customers are loyal to the PT. TELKOM. formulation of this research is 1. To determine whether there is any effect of customer satisfaction on service quality customer service to customer trust. 2. To find out how much influence customer satisfaction on service quality customer service to customer trust. 3. How the direction is positive or negative effects.

Customer Service is part of the relations established by the company to provide service to customers, CS must provide the same quality service to all customers so satisfaction that culminate in the creation of trust. Trust begins with customer satisfaction that is received upon the fulfillment of needs, expectations and desires of customers for goods and services. This research was supported by the S-O-R theory because in theory this process of change in attitude appears that attitudes can be changed, only if the stimulus that throws actually exceeds the original. According to (Effendi, 2003) in (<http://docs.google.com>) relies on attitude change processes that occur on an individual. Stimuli or messages conveyed to the communicants may be accepted or rejected. Communication will take place if any attention from the communicant. And the next process is to understand the communicants. The ability of these communicants who will continue the next process. After the communicant and accept the process and will form attitudes toward services provided, in this case by the customer service. This theory is linked to customer satisfaction on customer service quality service, it can be determined that: 1. Messages (S): Service Quality Customer Service. 2. communicant (O): customer. 3. Respons (R): The satisfaction in the can by the customer. Type of research is explanatory research is to test the hypothesized relationship between variables with a quantitative approach, emphasizing the analysis of data and numbers. The object of this research is a citizen of Housing Sari Madu village, Sitirejo Distric, Wagir Distric, Malang regency, which used as many as 38 samples of respondents who were taken using a total sampling. Then researchers spread the questionnaire as a means of collecting primary data, primary data has been through the process of testing the validity and reliability with product moment correlation technique and the technique of alpha. Researchers using regression analysis to analyze the data, it is used to test the correlation between customer satisfaction on service quality customer service to customer trust and the coefficient of determination for predicting the effect of variable X to variable Y.

Based on these results, obtained by calculating the correlation coefficient for 0.626, which indicates that the relationship between customer satisfaction on service quality of customer service on the variables included in the category of consumer confidence strong. While the coefficient on the basis of known determinants of the level of influence. variable X to

variable Y at 39.2% which indicates a positive direction. Through the calculation of the F test and t test, calculated F value can be obtained for 23.168 and t test for 4.183 with significant level α of 0.05 or 5%, the obtained F table at 4.08 and t table for 2.021, which means that the calculated F is greater than F table (23.168 > 4.08) and the t bigger than t table (4.813 > 2.021). Means H_0 rejected and H_a accepted, which means that customer satisfaction on service quality of customer service have a significant impact on customer trust.