

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM JARINGAN APLIKASI INDIHOME TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA PT TELKOM INDONESIA, TBK. DATEL BATURAJA

Levinia Susanti¹, Harby R. Wiralaga², Yopi Yunsepa³, Yuniarti Anwar⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen STIE Dwi Sakti Baturaja

leviniasusanti374@gmail.com, wiradinamika@gmail.com, yopizulhanapi@gmail.com,
yuniartianwarsemsi@gmail.com

Abstract

This study entitled The Effect of Service Quality in the Indihome Application Network on Customer Satisfaction at PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. With the formulation of the problem of how much influence the quality of service in the indihome application network on customer satisfaction at PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Bauraja. The research method uses descriptive methods, data collection techniques use interviews, observations, questionnaires, review documentation and literature study. As for the sampling technique used is simple random sampling technique with qualitative data analysis techniques and quantitative data analysis with research models in the form of multiple linear regression analysis, multiple correlation coefficient analysis, analysis of the coefficient of determination and hypothesis testing. Based on the results of the research conducted, it can be concluded that there is an effect of the variable efficiency (X1) fulfillment (X2) and availability (X3) on the customer satisfaction variable (Y) at PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. As for the privacy variable (X4) there is no influence of the privacy variable (X4) on the customer satisfaction variable (Y) at PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. Simultaneous testing states that there is an effect of variable efficiency (X1) fulfillment (X2), availability (X3) and privacy (X4) on the customer satisfaction variable (Y) at PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja.

Keywords: Service Quality, Efficiency, Fulfillment, Availability, Privacy, Customer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Jaringan Aplikasi Indihome Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. Dengan Perumusan masalah seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan dalam jaringan aplikasi indihome terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Bauraja. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, kuesioner, dokumentasi review dan studi pustaka. adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik simple random sampling dengan teknik analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif dengan model penelitian berupa analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi serta pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel efficiency (X₁) fulfillment (X₂) dan availability (X₃) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. Sedangkan untuk variabel privacy (X₄) tidak terdapat pengaruh variabel privacy (X₄) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. Pengujian simultan menyatakan terdapat pengaruh variabel efficiency (X₁) fulfillment (X₂), availability (X₃) dan privacy (X₄) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, efficiency, fulfillment, availability, privacy, Kepuasan Pelanggan.



PENDAHULUAN

Teknologi informasi pada era sekarang ini sangat berkembang pesat. Salah satunya adalah teknologi internet. Internet adalah sebuah jaringan publik yang sangat luas, dimana internet menghubungkan segala jenis pengguna diseluruh dunia melalui penyimpanan informasi yang sangat besar (Kotler, Amstrong, 2008:237). Internet sebuah media yang memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, hiburan dan komunikasi bagi masyarakat. Dengan adanya internet dapat membantu masyarakat, apalagi bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi, karena internet tidak hanya untuk komunikasi dan pencarian informasi tetapi juga digunakan untuk kegiatan bisnis.

Jumlah pengguna internet saat ini terus bertambah, begitupun di Kabupaten Ogan Komering Ulu, pengguna internet meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah pengguna ini, membuat perusahaan mau tidak mau harus memanfaatkan internet dalam melakukan pelayanannya.

Pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda di antara orang-orang yang terlibat. Perbaikan pelayanan senantiasa selalu menjadi tuntunan oleh karena itu dalam suatu perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelolah jasa dengan baik. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Menurut Kotler (2009: 49) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang di sebabkan oleh kinerja atau hasil produk yang dirasakan, di bandingkan dengan harapannya. Apabila jasa yang di dapatkan pelanggan lebih kecil dari apa yang di harapkan pelanggan maka pelanggan akan menjadi tidak puas, tidak tertarik dan kecewa kepada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan apabila jasa yang dirasakan oleh pelanggan melebihi apa yang di harapkan maka pelanggan akan merasa puas. Tingkat kepuasan pelanggan dapat di peroleh setelah terjadi tahap pembelian dan pemakaian.

Salah satu perusahaan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan adalah PT Telkom Indonesia,Tbk. Datel Baturaja, adalah badan usaha milik negara yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi dan jaringan telekomunikasi di daerah Baturaja. PT Telkom Indonesia,Tbk. Datel Baturaja, sebagai bentuk pelayanan kepada pelanggan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan dapat di ukur dengan menggunakan pelayanan e-serqual (empat dimensi) yaitu :



1. *Efficiency*

Efisiensi adalah merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi kemampuan pelanggan untuk mengakses website, kemampuan untuk mencari produk dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal. (Jain dan Kumar, 2011:25)

2. *Fulfillment*

Pemenuhan merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi aktual kinerja perusahaan kontras dengan apa yang di janjikan melalui website, mencakup akurasi janji layanan, seperti ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan (Jain dan Kumar 2011:25)

3. *System Availability*

Ketersediaan sistem adalah merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi fungsionalitas teknik situs dan bersangkutan yang berfungsi sebagaimana mestinya (Jain dan Kumar 2011;25).

4. *Privacy*

Privacy adalah salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi dan kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas data dari pelanggan. (Jain dan Kumar 2011:25)

Produk yang ditawarkan PT Telkom Indonesia Tbk, Datel Baturaja salah satunya adalah *Indihome Triple Play*. Produk *Indihome* memiliki kelebihan masing-masing seperti, memberikan layanan komunikasi telepon dengan biaya yang lebih murah dan kualitas suara yang jernih. Paket telepon rumah menawarkan gratis telepon 1000 menit lokal maupun interlokal. Layanan internet berkecepatan tinggi. Layanan televisi interaktif dan *personalized* berteknologi internet *protocol* dilengkapi fitur-fitur unggul seperti *TV on Demand, Video on Demand, Pause and rewind, Video Recorder*.

Produk yang ditawarkan selain memiliki keunggulan tentunya tidak terlepas juga dari kelemahan yang menyertai setiap produk tersebut. Pelanggan mengharapkan pelayanan *Indihome Triple Play* adalah yang terbaik, tetapi kurangnya kinerja *Indihome* membuktikan bahwa kualitas layanan *Indihome* belum maksimal. Keluhan-keluhan pelanggan pada umumnya adalah gangguan pada *Fiber Optik, seperti* gangguan channel tv kabel, internet, dan telpon rumah. Kualitas tv kabel yang buruk, telfon yang tiba-tiba sering terputus, jaringan internet yang melambat bahkan sering hilang. Hal ini tentu saja merupakan salah satu fenomena yang

menunjukkan bahwa PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja belum dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah semua bentuk dari aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini adalah sebagai jasa yang diberikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan dan keramahan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan kepada konsumen untuk kepuasan konsumen. Menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Sedangkan kualitas menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

Menurut Tjiptono (2015:157), kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Sedangkan sebaliknya jika tidak sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Kualitas Pelayanan Elektronik

E-Service quality atau yang juga dikenal dengan e-SQ, merupakan pengembangan dari model Service Quality (SERVQUAL). Pada prinsipnya, model e-SQ merupakan adaptasi dan perluasan model tradisional SERVQUAL ke dalam konteks belanja online (Tjiptono, 2014:303). Saat ini, banyak peneliti yang menggunakan skala *E-S-QUAL* untuk mengetahui tingkat *eSQ* dan hubungannya dengan kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Seperti dinyatakan oleh Kurt, *et al.*, (2012:623) bahwa, *E-S-QUAL* adalah salah satu skala pengukuran kualitas *eService* yang paling banyak digunakan, yang telah dikembangkan oleh Parasuraman.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman et. al.,(2005) mengemukakan terdapat 4 dimensi dalam kualitas pelayanan elektronik, dimana 4 dimensi merupakan core (inti) kualitas pelayanan elektronik, yaitu:

1. Efisiensi (Efficiency)

Kemudahan dan kecepatan dalam mengakses dan menggunakan situs. Menurut Tjiptono (2014:303) efisiensi juga mencakup kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.

2. Pemenuhan Kebutuhan (Fulfillment)

Aktual kinerja perusahaan kontras dengan apa yang dijanjikan melalui website. Menurut Tjiptono (2014:303) fulfillment mencakup akurasi janji layanan, seperti ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang diinginkan.

3. Ketersediaan Sistem (System Availability)

Fungsionalitas teknik situs bersangkutan, terkait bagian-bagian situs yang tersedia dan dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

4. Privasi (Privacy)

Tingkat dimana situs aman dan melindungi informasi pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2014:303) privasi mencakup jaminan data perilaku berbelanja pelanggan yang tidak dibagikan serta informasi dari kartu kredit pelanggan yang aman terjaga.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen atau pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

Sedangkan menurut Westbrook & Reily dikutip oleh Tjiptono (2015:353), kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku

belanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evakuasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Batuaraja. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2012:139), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini diperoleh melalui wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang di peroleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumen perusahaan yang telah tersedia atau telah di kumpulkan oleh pihak perusahaan, (Sugiyono, 2012:141).

Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif, karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. analisis data kuantitatif menggunakan model antara lain analisis regresi linear berganda, korelasi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Populasi adalah pelanggan jaringan aplikasi Indihome pada PT Telkom Indonesia, Tbk Datel Baturaja yang berjumlah 750 orang per Desember 2019- Mei 2020. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik simple random sampling, dengan jumlah sampel adalah sebanyak 88 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel		Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Efficiency (X ₁)	Pernyataan 1	0,704	0,209	Valid
	Pernyataan 2	0,306	0,209	Valid
	Pernyataan 3	0,377	0,209	Valid
	Pernyataan 4	0,704	0,209	Valid
Fulfillment (X ₂)	Pernyataan 1	0,647	0,209	Valid
	Pernyataan 2	0,327	0,209	Valid
	Pernyataan 3	0,233	0,209	Valid
	Pernyataan 4	0,614	0,209	Valid

Variabel		Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Efficiency (X ₁)	Pernyataan 1	0,704	0,209	Valid
	Pernyataan 2	0,306	0,209	Valid
	Pernyataan 3	0,377	0,209	Valid
Availability (X ₃)	Pernyataan 1	0,422	0,209	Valid
	Pernyataan 2	0,283	0,209	Valid
	Pernyataan 3	0,427	0,209	Valid
	Pernyataan 4	0,496	0,209	Valid
Privacy (X ₄)	Pernyataan 1	0,362	0,209	Valid
	Pernyataan 2	0,379	0,209	Valid
	Pernyataan 3	0,561	0,209	Valid
	Pernyataan 4	0,358	0,209	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Pernyataan 1	0,399	0,209	Valid
	Pernyataan 2	0,400	0,209	Valid
	Pernyataan 3	0,311	0,209	Valid
	Pernyataan 4	0,603	0,209	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,209). Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan tersebut adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r tabel	Keterangan
Efficiency (X ₁)	0,719	0,60	Reliabel
Fulfillment (X ₂)	0,654	0,60	Reliabel
Availability (X ₃)	0,625	0,60	Reliabel
Privacy (X ₄)	0,633	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,637	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 didapat hasil uji reliabilitas nilai $r_{hitung} >$ r_{table} maka seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut disajikan hasil model persamaan pengaruh kualitas pelayanan dalam jaringan aplikasi indihome terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja;

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.687	2.168		1.240	.219
Efficiency	.203	.093	.229	2.185	.032
Fulfillment	.288	.112	.279	2.583	.012
Availability	.271	.082	.297	3.291	.001
Privacy	.098	.084	.102	1.160	.249

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dari hasil perhitungan analisis regresi linear berganda didapat persamaan $Y = 2,687 + 0,203X_1 + 0,288X_2 + 0,271X_3 + 0,098X_4$, yang dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai positif 2,687 yang berarti jika efficiency (X_1) fulfillment (X_2), availability (X_3) dan privacy (X_4) tidak ada atau nilainya nol, maka kepuasan pelanggan (Y) sebesar 2,687.
2. Nilai koefisien regresi efficiency sebesar 0,203, artinya setiap terjadi peningkatan efficiency sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,203 dengan asumsi variabel fulfillment (X_2), availability (X_3), dan privacy (x_4) dianggap tetap.
3. Nilai koefisien regresi fulfillment sebesar 0,288, artinya setiap terjadi peningkatan fulfillment sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,203 dengan asumsi variabel efficiency (X_1), availability (X_3), dan privacy (X_4) dianggap tetap.
4. Nilai koefisien regresi availability sebesar 0,271, artinya setiap terjadi peningkatan availability sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,271 dengan asumsi variabel efficiency (X_1), fulfillment (X_2), dan privacy (x_4) dianggap tetap.
5. Nilai koefisien regresi privacy sebesar 0,098, artinya setiap terjadi peningkatan privacy sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,098 dengan asumsi variabel efficiency (X_1), fulfillment (X_2), dan availability (X_3) dianggap tetap.

Analisis Korelasi Linear Berganda

Hasil analisis korelasi linear berganda dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

Tabel 4. Hasil Analisis Korelasi Linear Berganda Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.401	.372	1.377

a. Predictors: (Constant), Privacy, Fulfillment, Availability, Efficiency

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, didapat nilai korelasi sebesar 0,634. Artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel efficiency (X₁) fulfillment (X₂), availability (X₃) dan privacy (X₄) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi

Berdasarkan pada tabel 4, diperoleh angka R Square sebesar 0,401. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel efficiency (X₁) fulfillment (X₂), availability (X₃) dan privacy (X₄) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 40,1%. Sedangkan sisanya sebesar 59,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

UJI HIPOTESIS

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	t _{hitung}	t _{tabel}
Efficiency	2,185	1,9886
Fulfillment	2,583	1,9886
Availability	3,291	1,9886
Privacy	1,160	1,9886

Berdasarkan pada tabel 5, dapat dijelaskan bahwa variabel efficiency (X₁) fulfillment (X₂) dan availability (X₃) nilai t_{hitung} > t_{tabel}, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh variabel efficiency (X₁) fulfillment (X₂) dan availability (X₃) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. Sedangkan untuk variabel privacy (X₄) nilai t_{hitung} < t_{tabel}, maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh variabel privacy (X₄) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	105.549	4	26.387	13.911	.000 ^a
Residual	157.439	83	1.897		
Total	262.989	87			

a. Predictors: (Constant), Privacy, Fulfillment, Availability, Efficiency

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $13,911 > 2,48$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh variabel efficiency (X_1) fulfillment (X_2), availability (X_3) dan privacy (X_4) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Persamaan regresi linear $Y = 2,687 + 0,203X_1 + 0,288X_2 + 0,271X_3 + 0,098X_4$.
2. Variabel efficiency (X_1) fulfillment (X_2) dan availability (X_3) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh variabel efficiency (X_1) fulfillment (X_2) dan availability (X_3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja. Sedangkan untuk variabel privacy (X_4) nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh variabel privacy (X_4) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja.
3. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $13,911 > 2,48$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh variabel efficiency (X_1) fulfillment (X_2), availability (X_3) dan privacy (X_4) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dapat diberikan saran yaitu agar PT Telkom Indonesia, Tbk. Datel Baturaja lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan elektronik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Andi Supangat. (2007). *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensial, dan. Nonparametik*. Edisi Pertama. Kencana.Jakarta.
- A., Parasuraman, Valarie A. Zeithaml and Malhotra Arvind. (2005). A Multiple-Item Scale for Assessing. *Journal of Service Research*, Volume 7, No. X.
- Buchari, Alma. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kedelapan. Alfabeta. Bandung.
- Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Jain, Pooja, MS., dan Kumar, Narender, DR. (2011). *Measurement Of E-ServiceQuality: An Empirical Studyon Online Railway TicketReservation Website Service.Sri Krishna InternationalResearch & EducationalConsortium*. Vol. 2, No. 1, 2011 pp, 22-38.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks kelompok Gramedia. Jakarta.
- Priyatno, Duwi. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Mediakom. Yogyakarta.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan kedua belas*. CV Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Edisi 1. Bayumedia Publishing. Malang.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2007). *Service Quality Satisfaction*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. ANDI. Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa. (2007). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar*, 12(1), 9-28.