

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Telkomsel Kota Klaten. Dalam penelitian ini data diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada 96 responden. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1 Uji Data Penelitian

4.1.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan berdasarkan analisis item yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor variabel (hasil penjumlahan seluruh skor item pertanyaan). Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik *Pearson Correlation* yang dihitung dengan menggunakan bantuan dari program SPSS versi 25. Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil dari uji validitas dengan metode *Pearson Correlation* dapat dilihat pada Tabel

4.1 berikut:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	r_{hitung}		r_{tabel}	Keterangan
		Harapan	Persepsi		
Tangible	Item 1	0,616	0,530	0,1698	Valid
	Item 2	0,800	0,569	0,1698	Valid

	Item 3	0,707	0,630	0,1698	Valid
	Item 4	0,718	0,611	0,1698	Valid
	Item 5	0,557	0,889	0,1698	Valid
	Item 6	0,725	0,789	0,1698	Valid
	Item 7	0,580	0,705	0,1698	Valid
<i>Reliability</i>	Item 1	0,741	0,483	0,1698	Valid
	Item 2	0,828	0,461	0,1698	Valid
	Item 3	0,666	0,522	0,1698	Valid
	Item 4	0,718	0,538	0,1698	Valid
	Item 5	0,739	0,437	0,1698	Valid
	Item 6	0,509	0,549	0,1698	Valid
	Item 7	0,502	0,411	0,1698	Valid
	Item 8	0,426	0,632	0,1698	Valid
<i>Responsiveness</i>	Item 1	0,807	0,622	0,1698	Valid
	Item 2	0,838	0,869	0,1698	Valid
	Item 3	0,873	0,775	0,1698	Valid
	Item 4	0,911	0,800	0,1698	Valid
	Item 5	0,879	0,506	0,1698	Valid
	Item 6	0,879	0,747	0,1698	Valid
	Item 7	0,808	0,600	0,1698	Valid
<i>Assurance</i>	Item 1	0,808	0,685	0,1698	Valid
	Item 2	0,921	0,590	0,1698	Valid
	Item 3	0,884	0,705	0,1698	Valid
	Item 4	0,881	0,736	0,1698	Valid
	Item 5	0,832	0,619	0,1698	Valid
	Item 6	0,857	0,526	0,1698	Valid
<i>Empathy</i>	Item 1	0,704	0,609	0,1698	Valid

	Item 2	0,684	0,614	0,1698	Valid
	Item 3	0,885	0,532	0,1698	Valid
	Item 4	0,801	0,486	0,1698	Valid
	Item 5	0,880	0,536	0,1698	Valid
Kepuasan Pelanggan	Item 1	0,644	0,1698	Valid	Item 1
	Item 2	0,635	0,1698	Valid	Item 2
	Item 3	0,748	0,1698	Valid	Item 3
	Item 4	0,631	0,1698	Valid	Item 4
	Item 5	0,791	0,1698	Valid	Item 5
	Item 6	0,706	0,1698	Valid	Item 6
	Item 7	0,542	0,1698	Valid	Item 7
	Item 8	0,689	0,1698	Valid	Item 8
	Item 9	0,742	0,1698	Valid	Item 9
	Item 10	0,686	0,1698	Valid	Item 10

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, didapatkan nilai r_{hitung} dari semua item pada validitas $> r_{tabel}$, maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, dan Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid sehingga pernyataan-pernyataan yang tertera dalam angket penelitian bisa digunakan untuk penelitian.

4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Metode ini memberikan nilai batas bawah yang ideal bagi instrument variabel adalah diatas 0,6. Nilai instrimen variabel yang berada di atas atau sama

dengan batas bawah maka dinyatakan reliabel, sebaliknya jika nilai beradadibawah batas bawah maka instrument variabel dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha		Keterangan
	Harapan	Persepsi	
<i>Tangible</i>	0,877	0,875	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,795	0,682	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,958	0,894	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,956	0,850	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,910	0,779	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,907		Reliabel

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada Tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian *reliable*, dengan demikian, kuesioner *reliable* dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Hal tersebut didapatkan dari perolehan nilai Cronbach's Alpha dari semua variabel penelitian yaitu variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphathy* yang menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai 0,6.

4.2 Karakteristik Responden Penelitian

Analisis ini untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik diri yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	52	54,2%
Perempuan	44	45,8%
Usia Responden		
< 30 tahun	83	86,5%
31-40 tahun	10	10,4%
41-50 tahun	3	3,1%
Pendidikan Terakhir		
< SLTA	3	3,1%
SLTA	6	6,3%
Diploma	21	21,9%
Sarjana	66	68,8%
Total	96	100%

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 96 responden, mayoritas responden berjenis kelamin laki-

laki sebanyak 52 responden (54,2%), sedangkan perempuan sebanyak 44 responden (45,8%). Responden berdasarkan usia, mayoritas usia < 30 tahun sebanyak 83 responden (86,5%), diikuti usia 31-40 tahun sebanyak 10 responden dan responden terendah berusia 41-50 tahun sebanyak 3 responden (3,1%). Responden berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas pendidikan sarjana sebanyak 66 responden (68,8%), pendidikan diploma sebanyak 21 responden (21,9%), diikuti pendidikan SLTA sebanyak 6 responden (6,3), dan responden terendah berpendidikan di bawah pendidikan SLTA sebanyak 3 responden (3,1).

4.3 Deskriptif Hasil Jawaban Responden

Deskripsi jawaban dari responden dipakai untuk mengetahui bagaimana tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap dimensi variabel *reliability*, *tangibles*, *empathy*, *assurance* dan *responsiveness*. Berdasarkan data yang diperoleh, jawaban dari responden telah direkapitulasi dan kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

4.3.1 Analisis Penilaian Responden

Berikut ini merupakan hasil analisis penilaian responden terhadap variabel *tangibles*, *reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*.

4.3.1.1 Analisis Penelitian Responden Terhadap Variabel *Tangible*

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel *Tangible* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4

Penilaian Responden Terhadap Variabel *Tangible*

Indikator	N	Mean			
		Harapan	Kriteria	Persepsi	Kriteria
Voucher atau isi ulang pulsa mudah didapatkan di pasaran.	96	4,25	Sangat Setuju	4,50	Sangat Setuju
Fasilitas pembelian voucher mudah dan murah.	96	3,86	Setuju	3,61	Setuju
Kartu Telkomsel yang ditawarkan adalah produk dengan kualitas tinggi.	96	4,05	Setuju	4,15	Setuju
Jaringan kartu Telkomsel sangat cepat dan selalu dapat diandalkan	96	3,97	Setuju	4,08	Setuju

Kartu Telkomsel menyediakan paketan kuota yang bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan harga yang terjangkau	96	3,56	Setuju	3,31	Netral
Telkomsel adalah kartu yang ideal, lengkap dan memuaskan	96	3,90	Setuju	3,81	Setuju
Telkomsel merupakan operator jaringan seluler yang memberikan promo yang memuaskan	96	3,65	Setuju	3,47	Setuju
Rata-rata Penilaian Responden	96	3,89	Setuju	3,85	Setuju

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada Tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 96 responden, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,89 pada harapan dan sebesar 3,85 pada persepsi, nilai tersebut termasuk dalam kriteria Setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *tangible* pada penilaian responden untuk harapan tertinggi adalah pada indikator voucher atau isi ulang pulsa mudah didapatkan di pasaran dengan rata-rata sebesar 4,25 dan untuk persepsi tertinggi voucher atau isi ulang pulsa mudah didapatkan di pasaran dengan rata-rata sebesar 4,50. Penilaian terendah pada harapan dan persepsi adalah pada indikator Kartu Telkomsel menyediakan paketan kuota yang bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan harga yang terjangkau dengan rata-rata sebesar 3,56 untuk harapan. Sedangkan indikator terendah pada persepsi yaitu pada indikator Kartu Telkomsel menyediakan paketan kuota yang bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan harga yang terjangkau dengan rata-rata 3,31.

4.3.1.2 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Reliability*

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel *Reability* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Penilaian Responden Terhadap Variabel *Reliability*

Indikator	N	Mean			
		Harapan	Kriteria	Persepsi	Kriteria
Pihak Telkomsel memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap terhadap konsumen	96	3,97	Setuju	3,88	Setuju
Telkomsel memberikan pelayanan dengan menyediakan fitur yang lengkap untuk kebutuhan pelanggan	96	3,97	Setuju	4,05	Setuju
<i>Service Center</i> Telkomsel mudah dihubungi	96	3,84	Setuju	3,92	Setuju
Fitur yang disediakan kartu Telkomsel cukup lengkap (<i>SMS, GPRS, MMS, 3G, Flash, NSP</i>)	96	3,89	Setuju	4,11	Setuju
Telkomsel mudah dalam mendaftar paket data internet	96	4,09	Setuju	4,15	Setuju
Kartu Telkomsel memiliki kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan fasilitas layanan yang didapatkan	96	3,79	Setuju	3,73	Setuju
Tarif yang dikenakan untuk SMS murah	96	3,32	Netral	3,13	Netral
Sinyal Telkomsel susah di dapat ketika berada di daerah terpencil	96	3,10	Netral	3,42	Setuju
Rata-rata Penilaian Responden	96	3,75	Setuju	3,80	Setuju

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada Tabel 4.5 diatas dapat di ketahui bahwa dari 96 responden, rata-rata memberi penilaian 3,75 pada harapan dan 3,80 pada persepsi, nilai tersebut termasuk dalam kriteria Setuju. Dengan demikian menunjukan bahwa variabel *Reliability* pada penilaian responden untuk harapan tertinggi adalah pada indikator “Telkomsel mudah dalam mendaftar paket data internet” dengan rata-rata 4,09 dan untuk persepsi tertinggi “Telkomsel mudah dalam mendaftar paket data internet” dengan rata-rata sebesar 4,15. Penilaian terendah pada harapan dan persepsi adalah pada indikator “Sinyal Telkomsel susah di dapat ketika berada di daerah terpencil” dengan rata-rata sebesar 3,10 untuk harapan. Sedangkan indikator terendah pada persepsi yaitu pada indikator “Tarif yang dikenakan untuk SMS murah” dengan rata-rata sebesar 3,13.

4.3.1.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Responsiveness*

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel *Responsiveness* terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6

Penilaian Responden Terhadap Variabel *Responsiveness*

Indikator	N	Mean			
		Harapan	Kriteria	Persepsi	Kriteria
<i>Call center /Customer service</i> Telkomsel selalu menunjukan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan apabila terdapat <i>complain</i> dari konsumen	96	3,84	Setuju	3,90	Setuju

Pelayanan dari <i>Call center</i> Telkomsel memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	96	3,93	Setuju	3,83	Setuju
<i>Call center /Customer service</i> merespon keluhan pelanggan dengan cepat	96	3,80	Setuju	3,73	Setuju
<i>Call center / Customer service</i> Telkomsel selalu tanggap membantu pelanggan yang alami kesulitan	96	3,91	Setuju	3,75	Setuju
<i>Call center /Customer service</i> selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien	96	3,74	Setuju	3,90	Setuju
<i>Call center/ Customer service</i> selalu dapat diandalkan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	96	3,86	Setuju	3,73	Setuju
<i>Service Center</i> Telkomsel mudah dihubungi selama 24 jam	96	3,76	Setuju	3,58	Setuju
Rata-rata Penilaian Responden	96	3,83	Setuju	3,77	Setuju

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.6 tersebut diketahui bahwa dari 96 responden, rata-rata responden memberikan penilaian 3,83 pada harapan dan 3,77 pada persepsi, nilai tersebut termasuk dalam kriteria setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* pada penilaian responden untuk harapan tertinggi adalah pada indikator “Pelayanan dari *Call center* Telkomsel memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat” dengan rata-rata sebesar 3,93 dan untuk persepsi tertinggi “*Call center /Customer service* Telkomsel selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan apabila terdapat *complain* dari konsumen” dan” *Call center /Customer service*

selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien” dengan rata-rata sebesar 3,90. Penilaian terendah pada harapan dan persepsi adalah pada indikator “*Call center /Customer service* selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien” dengan rata-rata sebesar 3,74 untuk harapan. Sedangkan indikator terendah pada persepsi yaitu pada indikator “*Call center /Customer service* merespon keluhan pelanggan dengan cepat” dan “*Call center/ Customer service* selalu dapat diandalkan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan” dengan rata-rata sebesar 3,73.

4.3.1.4 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variabel Assurance dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Penilaian Responden Terhadap Variabel Assurance

Indikator	N	Mean			
		Harapan	Kriteria	Persepsi	Kriteria
Telkomsel memiliki karyawan yang dapat dipercaya	96	3,94	Setuju	3,73	Setuju
Karyawan termasuk <i>customer service</i> dari Telkomsel memiliki kompetensi dan bersikap profesional dalam melayani pelanggan	96	3,96	Setuju	4,07	Setuju
<i>Call center/Customer service</i> Telkomsel sangat terampil	96	3,89	Setuju	3,89	Setuju
Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> selalu mampu melayani dan memberikan informasi kepada konsumen	96	3,94	Setuju	3,95	Setuju

Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> mampu menjelaskan jenis fitur yang ditawarkan termasuk paket internet, paket telepon maupun promo yang tersedia	96	3,99	Setuju	3,85	Setuju
Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> memiliki pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan kepada pelanggan	96	3,88	Setuju	3,72	Setuju
Rata-rata Penilaian Responden	96	3,93	Setuju	3,87	Setuju

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.7 tersebut diketahui bahwa dari 96 responden, rata-rata responden memberikan penilaian 3,93 pada harapan dan 3,87 pada persepsi, nilai tersebut termasuk dalam kriteria setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *Assurance* pada penilaian responden untuk harapan tertinggi adalah pada indikator “Pihak Telkomsel termasuk *Call center /Customer service* mampu menjelaskan jenis fitur yang ditawarkan termasuk paket internet, paket telepon maupun promo yang tersedia” dengan rata-rata sebesar 3,99 dan untuk persepsi tertinggi “Karyawan termasuk *customer service* dari Telkomsel memiliki kompetensi dan bersikap profesional dalam melayani pelanggan” dengan rata-rata sebesar 4,07. Penilaian terendah pada harapan dan persepsi adalah pada indikator “Pihak Telkomsel termasuk *Call center /Customer service* memiliki pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan kepada pelanggan” dengan rata-rata sebesar 3,88 untuk harapan. Sedangkan indikator terendah pada persepsi yaitu pada indikator “Pihak Telkomsel termasuk *Call center /Customer service*

memiliki pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan kepada pelanggan” dengan rata-rata 3,72.

4.3.1.5 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Empathy*

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel *Empathy* terdapat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.8

Penilaian Responden Terhadap Variabel *Empathy*

Indikator	N	Mean			
		Harapan	Kriteria	Persepsi	Kriteria
Pihak Telkomsel sebagai penyedia jaringan memiliki karyawan yang berperilaku baik seperti meminta maaf jika terjadi kesalahan	96	3,88	Setuju	3,92	Setuju
Pihak Telkomsel memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan	96	3,71	Setuju	3,50	Setuju
Telkomsel sangat memahami kebutuhan spesifik pelanggan terutama sebagai penyedia layanan jaringan yang baik	96	3,94	Setuju	3,78	Setuju
Telkomsel memiliki inisiatif untuk menawarkan fasilitas melalui pesan singkat seperti paket data murah, promo, gratis telepon maupun SMS kepada pelanggan	96	3,94	Setuju	3,88	Setuju
Pihak Telkomsel mudah dihubungi oleh pelanggan	96	3,89	Setuju	3,96	Setuju
Rata-rata Penilaian Responden	96	3,87	Setuju	3,81	Setuju

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.8 tersebut, diketahui bahwa dari 96 responden, rata-rata responden memberikan penilaian 3,87 pada harapan dan 3,81 pada persepsi, nilai tersebut termasuk dalam kriteria setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *Empathy* pada penilaian responden untuk harapan tertinggi adalah pada indikator “Telkomsel sangat memahami kebutuhan spesifik pelanggan terutama sebagai penyedia layanan jaringan yang baik” dan “Telkomsel memiliki inisiatif untuk menawarkan fasilitas melalui pesan singkat seperti paket data murah, promo, gratis telepon maupun SMS kepada pelanggan” dengan rata-rata sebesar 3,94 dan untuk persepsi tertinggi “Pihak Telkomsel mudah dihubungi oleh pelanggan” dengan rata-rata sebesar 3,96. Penilaian terendah pada harapan dan persepsi adalah pada indikator “Pihak Telkomsel memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan” dengan rata-rata sebesar 3,71 untuk harapan. Sedangkan indikator terendah pada persepsi yaitu pada indikator “Pihak Telkomsel memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan” dengan rata-rata 3,50.

4.3.1.6. Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.9

Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

Indikator	N	Mean	Kriteria
Saya merasa puas dengan fitur yang disediakan Telkomsel lengkap (SMS,	96	3,98	Setuju

<i>GPRS, MMS, 3G, Flash, NSP)</i>			
Saya merasa puas dengan pelayanan yang sesuai dengan harapan saya dari Telkomsel	96	3,96	Setuju
Saya merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan Telkomsel dibandingkan dengan para pesaing	96	3,84	Setuju
Harga yang ditawarkan Telkomsel cukup terjangkau	96	3,07	Netral
Saya mendapat pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dari Telkomsel	96	3,81	Setuju
Saya puas dengan informasi yang diberikan pelanggan <i>Call center</i> Telkomsel	96	3,71	Setuju
Saya puas karena Telkomsel memiliki kemampuan dalam menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat	96	3,84	Setuju
Saya berminat untuk menggunakan jasa operator Telkomsel sebagai kartu telepon saya baik itu paket data maupun telepon	96	3,93	Setuju
Telkomsel sangat saya rekomendasikan kepada kerabat sebagai kartu telepon seluler yang berkualitas	96	3,83	Setuju
Saya puas dengan kualitas jaringan Telkomsel	96	3,97	Setuju
Rata-rata Penilaian Responden	96	3,79	Setuju

Sumber : Olah data, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.9 tersebut diketahui bahwa dari 96 responden, rata-rata responden memberikan penilaian variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 3,79, nilai tersebut termasuk dalam kriteria setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan pada penilaian responden nilai tertinggi adalah pada

indikator “Saya merasa puas dengan fitur yang disediakan Telkomsel lengkap (SMS, GPRS, MMS, 3G, Flash, NSP)” dengan rata-rata sebesar 3,98. Sedangkan penilaian terendah pada indikator “Harga yang ditawarkan Telkomsel cukup terjangkau” dengan rata-rata sebesar 3,07 untuk harapan.

4.4 Analisis *Servqual*

Metode *servqual* digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Metode *Servqual* ditujukan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan *gap* harapan pelanggan dengan Kenyataan pelanggan. Metode ini memiliki 2 langkah utama, yaitu mendapatkan kenyataan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Hasil dari analisis *servqual* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Analisis *Servqual*

Indikator	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
Voucher atau isi ulang pulsa mudah didapatkan di pasaran	4,50	4,25	0,25	Positif (Memenuhi Harapan)
Fasilitas pembelian voucher mudah dan murah	3,61	3,86	-0,25	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Kartu Telkomsel yang ditawarkan adalah produk dengan kualitas tinggi	4,15	4,05	0,10	Positif (Memenuhi Harapan)
Jaringan kartu Telkomsel sangat cepat dan selalu dapat diandalkan	4,08	3,97	0,11	Positif (Memenuhi Harapan)
Kartu Telkomsel menyediakan paketan	3,31	3,56	-0,25	Negatif (Tidak

kuota yang bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan harga yang terjangkau				Memenuhi Harapan)
Telkomsel adalah kartu yang ideal, lengkap dan memuaskan	3,81	3,90	-0,09	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Telkomsel merupakan operator jaringan seluler yang memberikan promo yang memuaskan	3,47	3,65	-0,18	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Pihak Telkomsel memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap terhadap konsumen	3,88	3,97	-0,09	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Telkomsel memberikan pelayanan dengan menyediakan fitur yang lengkap untuk kebutuhan pelanggan	4,05	3,97	0,08	Positif (Memenuhi Harapan)
<i>Service Center</i> Telkomsel mudah dihubungi	3,92	3,84	0,08	Positif (Memenuhi Harapan)
Fitur yang disediakan kartu Telkomsel cukup lengkap (<i>SMS, GPRS, MMS, 3G, Flash, NSP</i>)	4,11	3,89	0,22	Positif (Memenuhi Harapan)
Telkomsel mudah dalam mendaftar paket data internet	4,15	4,09	0,06	Positif (Memenuhi Harapan)
Kartu Telkomsel memiliki kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan fasilitas layanan yang didapatkan	3,73	3,79	-0,06	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Tarif yang dikenakan untuk SMS murah	3,13	3,32	-0,19	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Sinyal Telkomsel susah di dapat ketika berada di	3,42	3,10	0,32	Positif (Memenuhi)

daerah terpencil				Harapan)
<i>Call center /Customer service</i> Telkomsel selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan apabila terdapat <i>complain</i> dari konsumen	3,90	3,84	0,06	Positif (Memenuhi Harapan)
Pelayanan dari <i>Call center</i> Telkomsel memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	3,83	3,93	-0,10	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
<i>Call center /Customer service</i> merespon keluhan pelanggan dengan cepat	3,73	3,80	-0,07	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
<i>Call center / Customer service</i> Telkomsel selalu tanggap membantu pelanggan yang alami kesulitan	3,75	3,91	-0,16	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
<i>Call center /Customer service</i> selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien	3,90	3,74	0,16	Positif (Memenuhi Harapan)
<i>Call center/ Customer service</i> selalu dapat diandalkan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,73	3,86	-0,13	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
<i>Service Center</i> Telkomsel mudah dihubungi selama 24 jam	3,58	3,76	-0,18	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Telkomsel memiliki karyawan yang dapat dipercaya	3,73	3,94	-0,21	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Karyawan termasuk <i>customer service</i> dari Telkomsel memiliki kompetensi dan bersikap profesional dalam melayani	4,07	3,96	0,11	Positif (Memenuhi Harapan)

pelanggan				
<i>Call center/Customer service</i> Telkomsel sangat terampil	3,89	3,89	0,00	Positif (Memenuhi Harapan)
Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> selalu mampu melayani dan memberikan informasi kepada konsumen	3,95	3,94	0,01	Positif (Memenuhi Harapan)
Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> mampu menjelaskan jenis fitur yang ditawarkan termasuk paket internet, paket telepon maupun promo yang tersedia	3,85	3,99	-0,14	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> memiliki pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan kepada pelanggan	3,72	3,88	-0,16	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Pihak Telkomsel sebagai penyedia jaringan memiliki karyawan yang berperilaku baik seperti meminta maaf jika terjadi kesalahan	3,92	3,88	0,04	Positif (Memenuhi Harapan)
Pihak Telkomsel memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan	3,50	3,71	-0,21	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Telkomsel sangat memahami kebutuhan spesifik pelanggan terutama sebagai penyedia layanan jaringan yang baik	3,78	3,94	-0,16	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Telkomsel memiliki inisiatif untuk menawarkan fasilitas melalui pesan singkat seperti paket data	3,88	3,94	-0,06	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)

murah, promo, gratis telepon maupun SMS kepada pelanggan				
Pihak Telkomsel mudah dihubungi oleh pelanggan	3,96	3,89	0,07	Positif (Memenuhi Harapan)
RATA-RATA	3,82	3,85	-0,03	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)

Sumber: Olah Data 2019

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat diperoleh hasil indikator-indikator kualitas pelayanan mana yang perlu diperbaiki oleh pihak Telkomsel. Indikator-indikator tersebut dapat diketahui dengan melihat hasil gap negative pada sebagian indikator. Bahkan pada rata-rata keseluruhan indikator pun memiliki gap yang negatif pula. Terdapat Kemudian indikator Pihak Telkomsel memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan dengan nilai gap -0,21 dan indikator Kartu Telkomsel menyediakan paketan kuota yang bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan harga yang terjangkau dengan nilai gap -0,25. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa secara umum layanan yang disediakan oleh Telkomsel masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan.

4.5 Importance and Performance Analysis (IPA)

IPA merupakan suatu rangkaian atribut layanan yang berkaitan dengan layanan khusus yang dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan dari masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana layanan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. IPA digunakan untuk mengetahui perbandingan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan

(*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*) (Purnama, 2006). Kemudian hasil rata-rata dari penilaian keseluruhan konsumen digambarkan ke dalam *Importance-Performance Matrix* atau sering juga disebut dengan Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) sebagai tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) sebagai tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja digunakan sebagai pembatas (*cut-off*) kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan digunakan sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah.

Tabel 4.11
Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong
Importance and Performance Analysis (IPA)

Item	Indikator	Persepsi	Harapan
TG1	Voucher atau isi ulang pulsa mudah didapatkan di pasaran	4,50	4,25
TG2	Fasilitas pembelian voucher mudah dan murah	3,61	3,86
TG3	Kartu Telkomsel yang ditawarkan adalah produk dengan kualitas tinggi	4,15	4,05
TG4	Jaringan kartu Telkomsel sangat cepat dan selalu dapat diandalkan	4,08	3,97
TG5	Kartu Telkomsel menyediakan paketan kuota yang bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan harga yang terjangkau	3,31	3,56
TG6	Telkomsel adalah kartu yang ideal, lengkap dan memuaskan	3,81	3,90
TG7	Telkomsel merupakan operator jaringan seluler yang memberikan promo yang memuaskan	3,47	3,65

RL1	Pihak Telkomsel memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap terhadap konsumen	3,88	3,97
RL2	Telkomsel memberikan pelayanan dengan menyediakan fitur yang lengkap untuk kebutuhan pelanggan	4,05	3,97
RL3	<i>Service Center</i> Telkomsel mudah dihubungi	3,92	3,84
RL4	Fitur yang disediakan kartu Telkomsel cukup lengkap (<i>SMS, GPRS, MMS, 3G, Flash, NSP</i>)	4,11	3,89
RL5	Telkomsel mudah dalam mendaftar paket data internet	4,15	4,09
RL6	Kartu Telkomsel memiliki kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan fasilitas layanan yang didapatkan	3,73	3,79
RL7	Tarif yang dikenakan untuk SMS murah	3,13	3,32
RL8	Sinyal Telkomsel susah di dapat ketika berada di daerah terpencil	3,42	3,10
RP1	<i>Call center /Customer service</i> Telkomsel selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan apabila terdapat <i>complain</i> dari konsumen	3,90	3,84
RP2	Pelayanan dari <i>Call center</i> Telkomsel memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	3,83	3,93
RP3	<i>Call center /Customer service</i> merespon keluhan pelanggan dengan cepat	3,73	3,80
RP4	<i>Call center / Customer service</i> Telkomsel selalu tanggap membantu pelanggan yang alami kesulitan	3,75	3,91
RP5	<i>Call center /Customer service</i> selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien	3,90	3,74

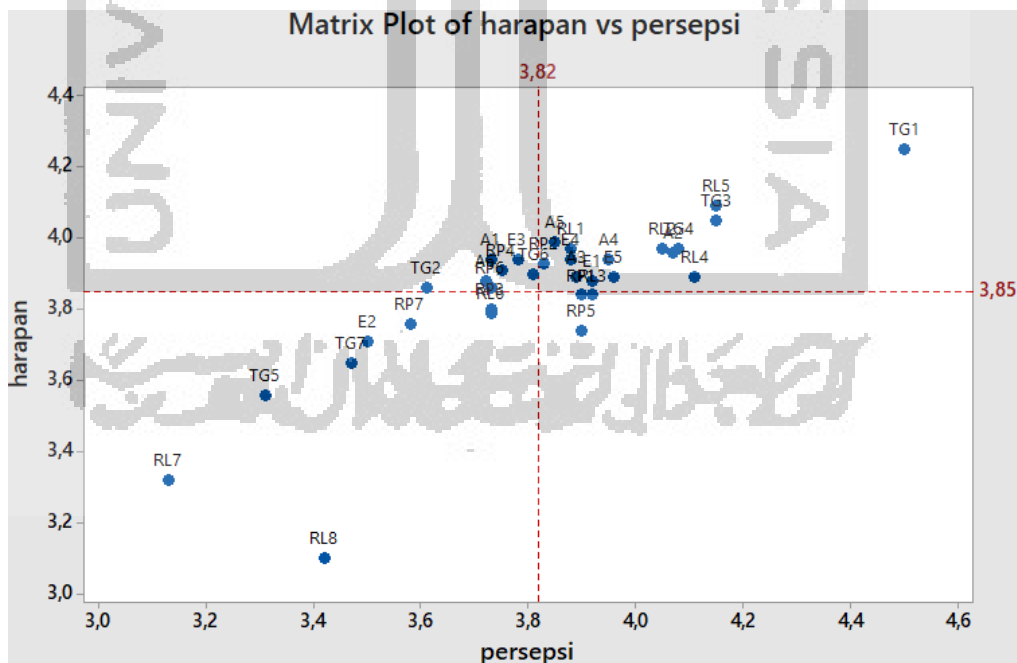
RP6	<i>Call center/ Customer service</i> selalu dapat diandalkan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,73	3,86
RP7	<i>Service Center</i> Telkomsel mudah dihubungi selama 24 jam	3,58	3,76
AS1	Telkomsel memiliki karyawan yang dapat dipercaya	3,73	3,94
AS2	Karyawan termasuk <i>customer service</i> dari Telkomsel memiliki kompetensi dan bersikap profesional dalam melayani pelanggan	4,07	3,96
AS3	<i>Call center/Customer service</i> Telkomsel sangat terampil	3,89	3,89
AS4	Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> selalu mampu melayani dan memberikan informasi kepada konsumen	3,95	3,94
AS5	Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> mampu menjelaskan jenis fitur yang ditawarkan termasuk paket internet, paket telepon maupun promo yang tersedia	3,85	3,99
AS6	Pihak Telkomsel termasuk <i>Call center /Customer service</i> memiliki pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan kepada pelanggan	3,72	3,88
E1	Pihak Telkomsel sebagai penyedia jaringan memiliki karyawan yang berperilaku baik seperti meminta maaf jika terjadi kesalahan	3,92	3,88
E2	Pihak Telkomsel memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan	3,50	3,71
E3	Telkomsel sangat memahami kebutuhan spesifik pelanggan terutama sebagai penyedia layanan jaringan yang baik	3,78	3,94
E4	Telkomsel memiliki inisiatif untuk menawarkan fasilitas melalui pesan	3,88	3,94

	singkat seperti paket data murah, promo, gratis telepon maupun SMS kepada pelanggan		
E5	Pihak Telkomsel mudah dihubungi oleh pelanggan	3,96	3,89
	Rata-rata titik potong	3,82	3,85

Berdasarkan pada hasil tabel 4.11, diperoleh hasil rata-rata dari penilaian masing-masing indikator pada kualitas pelayanan untuk harapan dan kenyataan. Hasil dari rata-rata penilaian masing-masing indikator ini digunakan sebagai koordinat titik potong dan koordinat masing-masing variabel, maka unsur-unsur tersebut dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut :

Gambar 4.1

Hasil Importance and Performance Analysis (IPA)



Berdasarkan pada gambar di atas, terlihat bahwa letak dari variabel-variabel kualitas layanan jasa terbagi menjadi beberapa kuadran. Berdasarkan

pada hasil analisis diagram di atas, diketahui posisi dari tingkat harapan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (*low priority*)

Kuadran A merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk di dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Beberapa indikator yang termasuk dalam kategori ini antara lain yaitu Kartu Telkomsel menyediakan paketan kuota yang bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan harga yang terjangkau, Telkomsel merupakan operator jaringan seluler yang memberikan promo yang memuaskan, Tarif yang dikenakan untuk SMS murah, Sinyal Telkomsel susah di dapat ketika berada di daerah terpencil, dan lainnya.

2. Kuadran B (*concentrate here*)

Kuadran B merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini haruslah ditingkatkan. Meningkatkan yaitu dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat juga. Adapun indikator-indikator yang masuk dalam kategori ini adalah Fasilitas

pembelian voucher mudah dan murah, *Call center / Customer service* Telkomsel selalu tanggap membantu pelanggan yang alami kesulitan, *Call center/ Customer service* selalu dapat diandalkan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, Telkomsel sangat memahami kebutuhan spesifik pelanggan terutama sebagai penyedia layanan jaringan yang baik, dan beberapa lainnya.

3. Kuadran C (*keep up the good work*)

Kuadran C merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya *relative* lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini beberapa diantaranya yaitu Voucher atau isi ulang pulsa mudah didapatkan di pasaran, Kartu Telkomsel yang ditawarkan adalah produk dengan kualitas tinggi, Fitur yang disediakan kartu Telkomsel cukup lengkap (*SMS, GPRS, MMS, 3G, Flash, NSP*), Telkomsel mudah dalam mendaftar paket data internet, Pihak Telkomsel termasuk *Call center /Customer service* selalu mampu melayani dan memberikan informasi kepada konsumen, Pihak Telkomsel sebagai penyedia jaringan memiliki karyawan yang berperilaku baik seperti meminta maaf jika terjadi kesalahan dan lain sebagainya.

4. Kuadran D (*Possible overkill*)

Kuadran D merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Dalam kuadran ini, variabel dapat dikurangi agar perusahaan dapat lebih efisien. Adapun indikatornya sebagai berikut *Call center / Customer service* selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien.

4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kenyataan terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasil analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
1 (Constant)	,687		2,017	,047	
kualitas_pelayanan	,814	,688	9,184	,000	

a. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh hasil analisis regresi linear berganda yang dimodelkan sebagai berikut:

$$Y_{\text{kepuasan konsumen}} = 0,687 + 0,814\text{KualitasPelayanan}$$

Dari hasil model regresi tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

4.7 Uji t

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.12 diperoleh hasil bahwa nilai p-value 0,000. Nilai ini lebih kecil dari α (0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel pada konsumen Kota Klaten.

4.8 Pembahasan

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yaitu pengumpulan data primer, yaitu data diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan menggunakan kuisioner. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan usia terbanyak yaitu <30 tahun (86,5%), mayoritas menempuh pendidikan sarjana dan mayoritas berjenis kelamin laki-laki (54,2%). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience simple random sampling* yaitu proses pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Telkomsel wilayah Klaten.

Selanjutnya dibahas terkait hasil dari penelitian dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel kota Klaten. Dimana pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harapan dan persepsi dari konsumen terhadap kualitas pelayanan dari Telkomsel Kota Klaten, dengan

melihat kepuasan konsumen yang diketahui dari penilaian terhadap variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Penilaian responden terhadap variabel *tangibles*, berdasarkan nilai rata-rata penilaian responden, dimana nilai harapan lebih tinggi dibandingkan nilai persepsi. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen akan kualitas pelayanan dari Telkomsel dalam variabel *tangible* masih belum memadai. Hasil ini dimungkinkan karena beberapa faktor penyebab yaitu harga voucher Telkomsel mahal dan sulit ditemukan, harga paket kuota Telkomsel yang tidak terjangkau oleh kalangan umum karena mahal dan kurang memuaskan bagi masyarakat kota Klaten serta kartu Telkomsel kurang memberikan promosi untuk menarik konsumen seperti pemberian promo kepada konsumen Telkomsel. Selanjutnya Penilaian responden terhadap variabel *reliability*, berdasarkan nilai rata-rata penilaian responden, dimana nilai harapan lebih rendah dibandingkan dengan nilai persepsi. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan kartu Telkomsel dalam variabel *reliability* telah sesuai.

Penilaian responden terhadap variabel *responsiveness*, berdasarkan nilai rata-rata penilaian responden, dimana nilai harapan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai persepsi, hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan kartu Telkomsel dalam variabel *responsiveness* belum memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti lambatnya respon dari *call center* dalam menanggapi keluhan pelanggan, konsumen kesulitan menghubungi *call center* Telkomsel, serta konsumen menganggap *call center* tidak sepenuhnya dapat membantu kesulitan konsumen. Penilaian responden terhadap variabel

assurance, berdasarkan nilai rata-rata penilaian responden, dimana nilai harapan lebih tinggi dibandingkan nilai persepsi dalam hal ini kualitas layanan kartu Telkomsel dalam variabel *assurance* belum memenuhi kepuasan konsumen. hal ini disebabkan karena berbagai faktor seperti pihak Telkomsel kurang kepercayaan terhadap karyawan, pihak Telkomsel tidak pernah menginformasikan terkait fitur-fitur dari kartu Telkomsel kepada konsumen serta kurangnya pelayanan pihak Telkomsel sehingga membuat konsumen kurang nyaman.

Sedangkan Penilaian responden terhadap variabel *empathy*, berdasarkan nilai rata-rata penilaian responden, dimana nilai harapan lebih tinggi dibandingkan nilai persepsi. Dimana hal ini membuktikan kualitas pelayanan dalam variabel *empathy* belum memenuhi kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan indikator-indikator yang dijabarkan pada kuisioner kepada masyarakat kota Klaten, seperti tidak adanya perhatian mendalam kepada konsumen secara individu namun pihak Telkomsel hanya perhatian secara umum saja, sehingga kurang terpenuhinya kebutuhan individu konsumen seperti penawaran promo paket data murah dan banayk gratis telpon serta SMS.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan hasil analisis deskriptif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Lee (2013) menemukan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari kualitas layanan yang hasilnya membuktikan hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian tersebut di dukung oleh Yarimoglu (2014) menemukan bahwa, ada hubungan positif yang kuat antara persepsi atribut

kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Atribut kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas layanan operator Telkomsel belum mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, hal ini dibuktikan dengan berdasarkan hasil analisis uji GAP bahwa dari lima dimensi penilaian variabel kualitas pelayanan, hanya terdapat satu variabel yang memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa operator Telkomsel perlu melakukan perbaikan dan peningkatan terkait kualitas pelayanan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan saling terikat, sesuai dengan hasil penelitian dari Adil (2013) bahwa Kualitas layanan adalah atribut penting untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Karena pelayanan yang baik akan menyerap banyak konsumen dan dapat bertahan di sebuah persaingan pasar global, sejalan dengan hasil penelitian oleh Zeithaml et al., (1996) Memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan adalah strategi utama untuk bertahan di industri layanan kompetitif.

Untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen perlu adanya perbaikan dalam masalah internal operator Telkomsel. Berdasarkan hasil analisis IPA maka diketahui indikator-indikator yang perlu diperbaiki yaitu masuk dalam kuadran B. Dengan demikian perlu adanya peningkatan pada indikator tersebut untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti perlunya karyawan yang dapat dipercaya pada operator Telkomsel, fasilitas pembelian voucher yang murah dan mudah, menyediakan layanan yang baik, *service* pelayanan yang baik. Namun berdasarkan hasil

penelitian mayoritas indikator dalam kualitas pelayanan berada dalam kuadran C, variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan operator Telkomsel tersebut unggul di mata pelanggan, contohnya seperti mudahnya dalam mendaftar paket data internet Telkomsel, kualitas operator Telkomsel sangat memuaskan dengan akses jaringan yang cepat dan dapat diandalkan, serta *customer service* yang professional dalam melayani pelanggan.

