

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di PT. Telkom Yogyakarta. Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen menurut kinerja dan harapan yang diberikan oleh PT. Telkom Yogyakarta serta mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen. Sehingga dapat diidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Subyek penelitian ini adalah pengguna/pelanggan PT. Telkom Kantor Yogyakarta. Sedang obyek penelitiannya adalah kinerja dan harapan yang diberikan oleh PT. Telkom Yogyakarta. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui data primer, dengan menyebar kuesioner kepada sebagian pelanggan PT. Telkom Yogyakarta sebanyak 96 responden. Selanjutnya data yang diperoleh dilakukan analisis data untuk menjawab seluruh permasalahan dalam penelitian ini. Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis statistik merupakan analisis yang mengacu pada perhitungan data penelitian yang berupa angka-angka yang dianalisis dengan bantuan komputer melalui program SPSS 11.5. Sedangkan analisis deskriptif merupakan analisis yang menjelaskan gejala-gejala yang terjadi pada variabel-variabel penelitian yang berpedoman pada hasil analisis kuantitatif. Namun demikian sebelum dilakukan analisis data, terlebih

dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas, untuk mengetahui apakah alat ukur (kuesioner) yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki tingkat kelayakan dalam pengukuran data yaitu pengukuran yang valid dan reliabel.

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 96 responden sebagai data penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam uji validitas yaitu dengan analisis korelasi pearson (Hadi, 1991 : 32). Setiap item dapat dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi (r_{xy}) lebih besar daripada r tabel ($N=96$; r tabel = 0,1689). Dengan menggunakan bantuan program SPSS 11.5, hasil pengujian validitas dapat dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Item	Korelasi Pearson (r_{xy})		Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
	Harapan	Kinerja		
1	0.3038	0.3629	0.1689	Valid
2	0.4527	0.3823	0.1689	Valid
3	0.5345	0.4162	0.1689	Valid
4	0.4071	0.7295	0.1689	Valid
5	0.5006	0.7187	0.1689	Valid
6	0.3643	0.3155	0.1689	Valid
7	0.6113	0.5410	0.1689	Valid
8	0.5328	0.6824	0.1689	Valid
9	0.4935	0.5947	0.1689	Valid
10	0.4780	0.6413	0.1689	Valid
11	0.6103	0.6906	0.1689	Valid
12	0.5562	0.7240	0.1689	Valid
13	0.6388	0.6435	0.1689	Valid
14	0.6387	0.3768	0.1689	Valid
15	0.4436	0.3271	0.1689	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan masing-masing terdiri dari 3 item pertanyaan untuk dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung, baik pertanyaan harapan maupun kinerja memiliki nilai koefisien korelasi Pearson lebih besar daripada nilai kritis (r tabel = 0,1689). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh item dalam kuesioner ini adalah valid. Artinya kuesioner mampu untuk mengukur data secara tepat dan akurat.

4.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa hasil pengukuran data dengan kuesioner ini dapat diandalkan dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Spearman Brown. Kriteria pengujian ditentukan berdasarkan besar kecilnya nilai Spearman Brown. Jika nilai reliabilitas lebih besar daripada r tabel (0,1689), maka dapat dinyatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Penilaian	Koefisien Spearman Brown	Nilai Kritis (R tabel)	Keterangan
Harapan	0,7670	0,1689	Reliabel
Kinerja	0,8390	0,1689	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas seperti tampak pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa seluruh penilaian baik kinerja maupun harapan, nilai

reliabilitas (Spearman Brown) lebih besar daripada r tabel (0,1689). Dengan demikian instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel / handal.

4.2. Gambaran Umum Responden

Untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen yang akan diteliti (responden) dilakukan pengolahan terhadap data kasar melalui perhitungan statistik deskriptif. Dengan mendeskripsikan skor dari suatu ubahan atau atribut yang ada didapatkan suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis dengan bantuan program SPSS 11.5 dengan teknik analisa data. Berikut ini disajikan hasil analisis statistik deskriptif yang diperoleh berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden atas dasar pertanyaan dalam kuesioner.

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok pria dan wanita. Hasil analisis data ini diperoleh frekuensi sebaran data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	
	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	54	56.3%
Perempuan	42	43.8%
Total	96	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Dari data diatas menunjukkan bahwa konsumen PT. Telkom Yogyakarta mayoritas adalah laki-laki yaitu sebanyak 54 orang atau sebesar 56,3% dan sisanya sebanyak 42 orang atau sebesar 43,8% adalah wanita.

Hal ini disebabkan karena pria mempunyai keputusan yang lebih dominan dalam mengatur rumah tangganya, termasuk ketika menjadi pelanggan PT. Telkom. Selain itu kaum laki-laki memiliki tingkat aktivitas yang lebih tinggi dibandingkan kaum wanita, sehingga kebutuhan sarana komunikasi yang handal akan lebih besar dibandingkan dengan kaum perempuan.

2. Usia Responden

Usia responden dapat mempengaruhi kepuasan yang diperolehnya karena faktor kepentingan pada usia yang berbeda tingkat kepentingan respondenpun berbeda pula. Semakin tinggi tingkat usia, maka kepentingan konsumen tersebut cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang berusia muda. Hasil frekuensi data terhadap usia responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.4
Usia Responden

USIA	JUMLAH	
	Frekuensi	Persentase
< 20 th	13	13.5%
21 - 40 th	60	62.5%
> 40 th	23	24.0%
Total	96	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang dijadikan sampel penelitian, mayoritas responden masih berusia antara 21 – 40 tahun yaitu sebanyak 60 orang atau 62,5%. Sedangkan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 23 orang atau 24% dan responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 13 orang atau 13,5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen pelanggan PT. Telkom Yogyakarta adalah berusia produktif, sehingga kebutuhan akan sarana komunikasi untuk menunjang aktivitasnya sangat besar.

3. Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tingkat pendidikan responden, terdiri atas 2 kelompok, yaitu kelompok SLTA kebawah dan kelompok SMU keatas. Hasil analisis data ini diperoleh nilai frekuensi sebaran data seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.5

Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
SLTA kebawah	9	9.4%
SLTA keatas	87	90.6%
Total	96	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2006

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan konsumen PT. Telkom Yogyakarta Yogyakarta mayoritas adalah

berpendidikan terakhir SMU keatas yaitu sebesar 90,6% (87 orang), dan responden yang berpendidikan terakhir SMA ke bawah sebesar 9 orang atau 9,4 persen.

Berdasarkan analisis karakteristik pendidikan responden ternyata mayoritas responden berpendidikan tinggi yaitu SMU keatas baik mahasiswa/pasca sarjana. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka banyak yang dipertimbangkan oleh konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada, sehingga konsumen tidak cepat merasa puas.

4. Pendapatan / Uang Saku

Berdasarkan tingkat penghasilan responden, terdiri atas 3 kelompok, yaitu kelompok responden yang berpenghasilan kurang dari satu juta rupiah, antara satu sampai dengan dua juta rupiah dan lebih dari dua juta rupiah. Hasil analisis data ini diperoleh nilai sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Tingkat penghasilan Responden

Tingkat Penghasilan	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
< Rp, 1.000.000	52	54.2%
Rp.1.000.000 - 2.000.000	32	33.3%
> Rp.2.000.000	12	12.5%
Total	96	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2006

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa tingkat pendapatan responden mayoritas adalah responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000, yaitu sebesar 54,2% (52 orang). Distribusi tingkat

pendapatan responden yang lain yaitu responden yang berpenghasilan antara Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 adalah sebesar 33,3% atau 32 orang, dan yang berpenghasilan lebih dari Rp.1.000.000 adalah sebesar 12 orang atau 12,5 persen.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen PT. Telkom Yogyakarta mayoritas berpendapatan menengah kebawah. Dimana konsumen yang berpendapatan rendah lebih cenderung memilih kualitas pelayanan dengan harga yang paling murah, seperti yang diberikan oleh PT. Telkom. Namun demikian pelayanan dengan tarif murah, kadang kurang memperhatikan kualitas pelayanan, sehingga dapat menimbulkan ketidakpuasan konsumen.

5. Jenis Pekerjaan Responden

Berdasarkan jenis pekerjaan responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kelompok pegawai negeri/ABRI, wiraswasta, pensiunan, pelajar/mahasiswa. Hasil analisis data ini diperoleh nilai sebaran data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

USIA	JUMLAH	
	Frekuensi	Persentase
PNS / ABRI	11	11.5%
Pegawai Swasta / Wiraswasta	48	50.0%
Pelajar / Mahasiswa	28	29.2%
Ibu RT / Pensiunan / Petani	9	9.4%
Total	96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dan wiraswasta yaitu sebesar 50% atau 48 orang. Distribusi jenis pekerjaan yang lain yaitu pekerjaan pelajar / mahasiswa sebesar 28 responden atau 29,2%, 11,5% atau 11 orang memiliki pekerjaan sebagai PNS/ABRI dan pensiunan sebesar 9,4% atau 9 orang.

Responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta dan wiraswasta tentu memiliki aktivitas yang tinggi dalam kegiatan bisnisnya sehingga mereka perlu sekali membutuhkan sarana telekomunikasi yang nyaman, serta memberikan fasilitas yang lengkap. Pelayanan telekomunikasi memang sangat cocok untuk perkantoran, ataupun rumah tangga.

4.3. Analisis Statistik

Analisa Statistik adalah analisa data yang didasarkan pada angka-angka dengan perhitungan sistematis. Tujuan dari analisa statistik ini adalah untuk menguji dan membuktikan hipotesa yang telah ditetapkan.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Analisis selisih, Uji Wilcoxon Signed Rank Test, dan Analisis Kruskal Wallis Test. Analisis selisih digunakan untuk mengetahui besarnya gap antara kinerja responden dengan harapan konsumen. Uji Wilcoxon Signed Rank Test digunakan untuk mengetahui perbedaan hasil penilaian kinerja dan harapan yang diberikan oleh konsumen PT. Telkom Yogyakarta. Analisis

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test

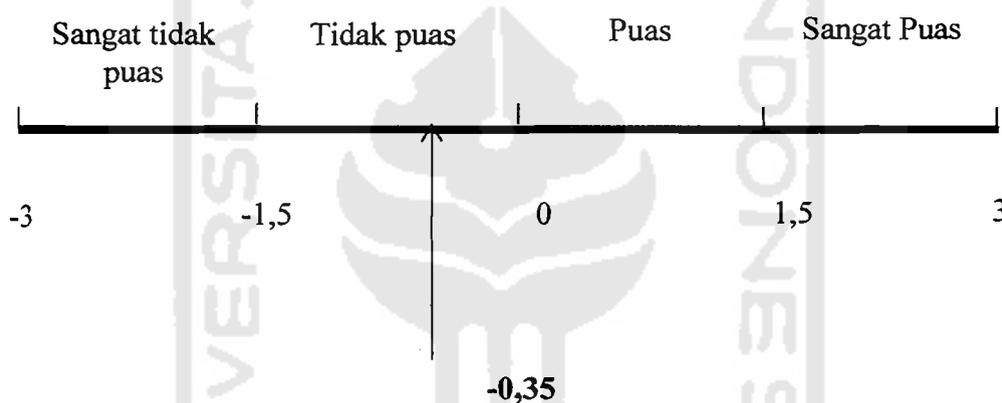
Atribut	Kinerja	Harapan	Gap	Kriteria	Rangking	P-value	Keterangan
Penyelesaian gangguan	3.34	3.55	-0.21	TP	5	0.116	Non Sig
Ahli menangani gangguan	3.34	3.47	-0.13	TP	4	0.249	Non Sig
Ketelitian perhitungan tagihan	3.21	3.60	-0.40	TP	7	0.000	Sig
Cepat merespon pelanggan	2.97	3.60	-0.64	TP	14	0.000	Sig
Cepat menanggapi keluhan	2.98	3.67	-0.69	TP	15	0.000	Sig
Mudah dihubungi	3.43	3.35	0.07	P	1	0.388	Non Sig
Kesopanan petugas	3.20	3.59	-0.40	TP	8	0.000	Sig
Kemampuan petugas	3.08	3.65	-0.56	TP	13	0.000	Sig
Staf dapat dipercaya	3.14	3.53	-0.40	TP	9	0.000	Sig
Mengingat keluhan pelanggan	2.86	3.33	-0.47	TP	11	0.000	Sig
Bersikap ramah	3.06	3.53	-0.47	TP	12	0.000	Sig
Perhatian	2.92	3.36	-0.45	TP	10	0.000	Sig
Pemeliharaan sambungan	3.14	3.49	-0.35	TP	6	0.000	Sig
Sistem pembayaran mudah	3.42	3.53	-0.11	TP	3	0.153	Non Sig
Fasilitas Memadai	3.39	3.43	-0.04	TP	2	0.572	Non Sig
Total	3.16	3.51	-0.35	TP		0.000	Sig

Sumber : Data primer diolah, 2006

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa penilaian responden dari kinerja, atribut mudah dihubungi merupakan atribut yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan skor 3,43 artinya bahwa konsumen telah memperoleh kemudahan dalam menghubungi PT. Telkom Yogyakarta tanpa menunggu lama. Sedangkan dari harapan responden atribut kemampuan petugas mempunyai nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 3,65 artinya bahwa mayoritas harapan konsumen terhadap kemampuan petugas PT. Telkom dalam perbaikan gangguan adalah sangat tinggi, hal ini disebabkan karena sebagian besar konsumen adalah dari segmen yang memiliki aktivitas tinggi dalam melakukan pekerjaannya, sehingga

gangguan yang terjadi pada saluran telekomunikasi akan terasa sekali menghambat bisnisnya. Hal ini terlihat dari rata-rata skor atas atribut tersebut yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain.

Hasil analisis kepuasan seperti pada tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata gap sebesar $-0,35$. Nilai ini termasuk dalam kategori **tidak puas**. Hal ini karena nilai gap ini berada pada rentang $-1,5$ sampai dengan 0 . Untuk memperjelas kesimpulan ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4.1. Tingkat Kepuasan Konsumen.

Secara parsial jika ditinjau dari besarnya gap, atribut mudah dihubungi mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar $0,07$, artinya kepuasan yang diperoleh konsumen tertinggi dirasakan pada atribut kemudahan dalam menghubungi PT. Telkom tanpa harus menunggu lama.

Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut fasilitas memadai, sistem pembayaran mudah, ahli menangani gangguan, penyelesaian gangguan, pemeliharaan gangguan, ketelitian perhitungan tagihan, kesopanan petugas, staf karyawan yang dapat dipercaya, perhatian

petugas, mengingat keluhan pelanggan, bersikap ramah, kemampuan petugas, cepat merespon pelanggan dan cepat menanggapi keluhan. Kenyataan ini membuktikan bahwa atribut pelayanan yang paling baik dimiliki oleh PT. Telkom Yogyakarta adalah mudah dihubungi dan tidak lama, serta yang paling buruk adalah tanggapan PT. Telkom dalam menangani keluhan pelanggannya.

Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Telkom Yogyakarta digunakan dengan uji Wilcoxon Signed Rank Test. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika nilai probabilitas lebih besar 0,05 maka H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan yang diberikan oleh PT. Telkom Yogyakarta. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan.

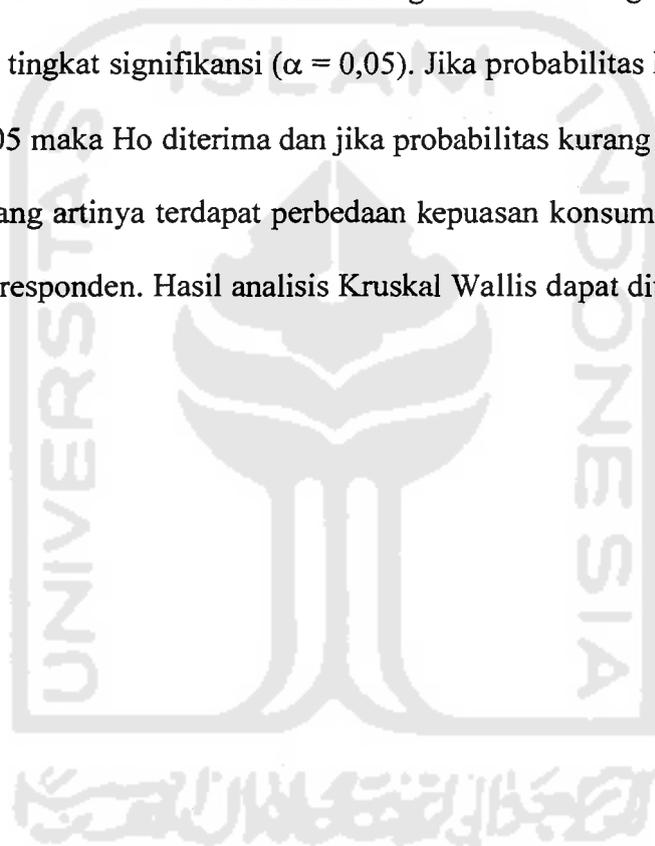
Dari tabel 4.8 maka dapat dijelaskan bahwa sebagian besar atribut terjadi perbedaan yang signifikan antara harapan dengan kinerja yang diberikan oleh PT. Telkom Yogyakarta yaitu pada atribut ketelitian perhitungan tagihan, cepat merespon pelanggan, cepat menanggapi keluhan, kesopanan petugas, kemampuan petugas, staf dapat dipercaya, mengingat keluhan pelanggan, bersikap ramah, perhatian dan

pemeliharaan sambungan. Hal ini dibuktikan dengan probabilitas pada kesepuluh atribut tersebut dibawah taraf signifikansi 0,05. Sedangkan untuk atribut penyelesaian gangguan, ahli menangani gangguan, cepat dihubungi, sistem pembayaran mudah dan fasilitas memadai tidak terjadi perbedaan yang signifikan hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima oleh konsumen setelah menggunakan jasa PT. Telkom Yogyakarta. Hasil ini dibuktikan dengan nilai probabilitas pada kelima atribut tersebut dibawah taraf signifikansi yang ditolerir 0,05.

Dari seluruh hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test diatas maka dapat diketahui hanya 10 atribut yaitu ketelitian perhitungan tagihan, cepat merespon pelanggan, cepat menanggapi keluhan, kesopanan petugas, kemampuan petugas, staf dapat dipercaya, mengingat keluhan pelanggan, bersikap ramah, perhatian dan pemeliharaan sambungan yang terdapat perbedaan secara signifikan antara kinerja dan harapan, sedangkan 5 atribut lainnya dinyatakan tidak terdapat perbedaan secara signifikan. Hal ini didukung dengan analisis selisih kepuasan konsumen seperti pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelima atribut penyelesaian gangguan, ahli menangani gangguan, cepat dihubungi, sistem pembayaran mudah dan fasilitas memadai memiliki nilai kepuasan yang paling tinggi diantara atribut yang lain. Dengan demikian hipotesis pertama secara signifikan **tidak terbukti**.

4.3.2. Uji Kruskal Wallis

Hipotesis kedua menyatakan tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara konsumen terhadap pelayanan pada PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis kedua digunakan alat analisis yaitu uji Kruskal Wallis Test. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis Kruskal Wallis dapat ditunjukkan pada Tabel 4.9.



Tabel 4.9
Hasil Uji Kruskal Wallis Pada Kepuasan Konsumen PT. Telkom Yogyakarta Berdasarkan Karakteristik Responden

ATRIBUT	Jenis Kelamin			Usia				Pendidikan			Pendapatan				Pekerjaan				
	Pria	Wanita	Signifikansi	< 20 tahun	21 - 40 tahun	> 40 th	Signifikansi	SMU kebawah	SMU keatas	Signifikansi	< Rp.1 juta	Rp.1 - 2 juta	> Rp.2 juta	Signifikansi	PNS/ABRI	Peg. Swasta	Pelajar / Mhs	Ibu RT/Pens/Petani	Signifikansi
Penyelesaian gangguan	-0.07	-0.38	NS	-0.31	-0.27	0.00	NS	-0.22	-0.21	NS	-0.10	-0.16	-0.71	NS	0.00	-0.21	-0.18	-0.56	NS
Ahli menangani gangguan	-0.07	-0.19	NS	-0.23	-0.23	0.22	NS	-0.22	-0.11	NS	-0.08	0.06	-0.71	Sig.	0.18	-0.19	-0.07	-0.33	NS
Ketelitian perhitungan tagihan	-0.41	-0.38	NS	-0.23	-0.47	-0.30	NS	-0.11	-0.43	NS	-0.33	-0.29	-0.86	Sig.	-0.27	-0.48	-0.43	0.00	NS
Cepat merespon pelanggan	-0.65	-0.62	NS	-0.54	-0.67	-0.61	NS	-0.78	-0.62	NS	-0.53	-0.71	-0.86	NS	-0.27	-0.75	-0.54	-0.78	NS
Cepat menanggapi keluhan	-0.67	-0.71	NS	-0.62	-0.75	-0.57	NS	-0.56	-0.70	NS	-0.67	-0.55	-1.07	NS	-0.55	-0.75	-0.64	-0.67	NS
Mudah dihubungi	0.13	0.00	NS	0.46	0.02	0.00	NS	0.00	0.08	NS	-0.02	0.39	-0.29	NS	0.18	0.13	0.00	-0.11	NS
Kesopanan petugas	-0.39	-0.40	NS	-0.38	-0.52	-0.09	Sig.	-0.22	-0.41	NS	-0.39	-0.26	-0.71	NS	0.00	-0.44	-0.54	-0.22	NS
Kemampuan petugas	-0.54	-0.60	NS	-0.54	-0.70	-0.22	NS	-0.22	-0.60	Sig.	-0.57	-0.42	-0.86	NS	-0.18	-0.58	-0.75	-0.33	NS
Staf dapat dipercaya	-0.30	-0.52	NS	-0.08	-0.58	-0.09	Sig.	0.00	-0.44	NS	-0.31	-0.32	-0.86	NS	-0.09	-0.50	-0.36	-0.33	NS
Mengingat keluhan pelanggan	-0.48	-0.45	NS	-0.31	-0.58	-0.26	NS	-0.56	-0.46	NS	-0.47	-0.32	-0.79	NS	-0.09	-0.63	-0.43	-0.22	NS
Bersikap ramah	-0.46	-0.48	NS	-0.23	-0.58	-0.30	NS	-0.56	-0.46	NS	-0.45	-0.26	-1.00	Sig.	0.00	-0.63	-0.32	-0.67	Sig.
Perhatian	-0.41	-0.50	NS	-0.15	-0.62	-0.17	Sig.	0.11	-0.51	Sig.	-0.39	-0.29	-1.00	Sig.	-0.09	-0.60	-0.32	-0.44	NS
Pemeliharaan sambungan	-0.28	-0.45	NS	-0.15	-0.43	-0.26	NS	-0.22	-0.37	NS	-0.24	-0.39	-0.71	NS	-0.18	-0.52	-0.21	-0.11	NS
Sistem pembayaran mudah	-0.06	-0.19	NS	-0.15	-0.08	-0.17	NS	0.11	-0.14	NS	0.10	-0.26	-0.57	Sig.	0.00	-0.27	0.11	-0.11	NS
Fasilitas Memadai	0.02	-0.12	NS	0.15	-0.05	-0.13	NS	0.33	-0.08	NS	0.16	-0.16	-0.50	Sig.	0.00	-0.25	0.29	0.00	Sig.

Sumber : Data primer diolah, 2006

a. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa kelompok konsumen / pelanggan PT. Telkom Yogyakarta, menunjukkan bahwa kelompok pria memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut mudah dihubungi dengan rata-rata gap sebesar 0,13 dan kepuasan terendah dicapai oleh konsumen pria pada atribut cepat menanggapi keluhan dengan rata-rata gap sebesar $-0,67$. Sehingga kecenderungan pada pria lebih menitikberatkan pada atribut mudah dihubungi.

Begitu juga dengan responden wanita, kepuasan tertinggi terjadi pada atribut mudah dihubungi dengan besarnya gap sebesar 0,00. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat menanggapi keluhan ($-0,71$). Dengan demikian kecenderungan wanita memperoleh kepuasan pada atribut mudah dihubungi.

Berdasarkan hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa seluruh atribut tidak ada satupun yang signifikan. Hal ini berarti tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap pada jasa PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan Jenis Kelamin. Hasil ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan Karakteristik Konsumen".

b. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Usia

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 20 tahun telah memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut mudah dihubungi

dengan gap sebesar 0,46 dan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat menanggapi keluhan dengan gap sebesar $-0,62$. Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 20 tahun dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut mudah dihubungi.

Begitu juga dengan responden yang berusia antara 20 - 40 tahun dengan kepuasan tertinggi terjadi pada atribut mudah dihubungi (0,02) dan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat menanggapi keluhan ($-0,75$). Dengan demikian kelompok responden yang berusia antara 20 - 40 tahun memiliki kecenderungan dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut mudah dihubungi.

Namun demikian pada usia lebih dari 40 tahun kepuasan konsumen tertinggi terjadi pada atribut ahli menangani gangguan dengan gap sebesar 0,22, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat merespon pelanggan ($-0,61$) Hal ini berarti kecenderungan kelompok konsumen yang berusia lebih dari 40 tahun memperoleh kepuasan terhadap atribut ahli menangani gangguan.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap atribut kesopanan petugas dan perhatian. Hal ini ditunjukkan dengan angka probabilitas lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti konsumen yang berusia muda memiliki kepuasan yang berbeda dengan konsumen yang berusia tua dalam hal kesopanan petugas Telkom dan perhatian yang diberikan petugas kepada pelanggan. Sedangkan untuk atribut yang lain tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Dengan demikian

sebagian besar hasil uji signifikansi ini telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan Karakteristik Konsumen”.

c. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa kelompok pelanggan PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan tingkat pendidikan, dibagi menjadi 2 kategori yaitu tingkat pendidikan menengah kebawah dan kelompok menengah keatas. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendidikan SMA kebawah telah mendapatkan kepuasan yang dominan pada atribut fasilitas memadai, sedangkan kepuasan terendahnya terjadi pada atribut cepat merespon pelanggan. Dengan demikian kecenderungan kelompok pelanggan yang berpendidikan SMA ke bawah dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut fasilitas yang memadai.

Sedangkan kelompok responden yang berpendidikan SMA keatas menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan pada atribut mudah dihubungi dengan gap terbesar yaitu sebesar 0,08, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat menanggapi keluhan dengan gap sebesar -0,70. Dengan demikian kecenderungan pelanggan yang berpendidikan SLTA keatas dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut mudah dihubungi.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan tingkat pendidikan tidak terdapat

perbedaan yang signifikan pada atribut penyelesaian gangguan, ahli menangani gangguan, ketelitian perhitungan tagihan, cepat merespon pelanggan, cepat menangani keluhan, mudah dihubungi, kesopanan petugas, staf dapat dipercaya, mengingat keluhan pelanggan, bersikap ramah, pemeliharaan sambungan, sistem pembayaran mudah dan fasilitas memadai. Sedangkan pada atribut kemampuan petugas dan perhatian terdapat perbedaan yang signifikan. Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan Karakteristik Konsumen”.

d. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa kelompok pelanggan PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan tingkat pendapatan, yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu tingkat pendapatan kurang Rp.1.000.000, pendapatan antara Rp.1.000.000-Rp.2.000.000, dan pendapatan lebih dari Rp.2.000.000. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 telah mendapatkan kepuasan pada atribut sistem pembayaran mudah dan fasilitas memadai yang seluruhnya memiliki gap positif. Kepuasan tertinggi pada kelompok pelanggan yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 terjadi pada atribut fasilitas memadai dan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat menanggapi keluhan. Hal ini berarti kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan kurang dari

Rp.1.000.000 dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut fasilitas yang memadai.

Pada kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.1.000.000-2.000.000 menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan yang dominan pada atribut mudah dihubungi dengan gap terbesar 0,39, yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain. Sedangkan atribut cepat merespon pelanggan memberikan kepuasan terendah dengan hasil kepuasan yang negatif terbesar (-0,71). Dengan demikian kecenderungan kelompok pelanggan yang memiliki tingkat pendapatan antara Rp.1.000.000 s/d 2.000.000 terjadi pada atribut mudah dihubungi.

Bagi kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.2.000.000, kelompok ini tidak memperoleh kepuasan terhadap seluruh atribut dengan gap seluruhnya bernilai negatif. Dengan demikian kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.2.000.000 belum memperoleh kepuasan terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh PT. Telkom Yogyakarta.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan tingkat pendapatan konsumen pada atribut ahli menangani gangguan, ketelitian perhitungan tagihan, bersikap ramah, perhatian, sistem pembayaran mudah dan fasilitas memadai. Pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan tingkat pendapatan. Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap

pekerjaan sebagai pegawai swasta / wiraswasta memperoleh kepuasan pada atribut mudah dihubungi.

Pada kelompok pelajar / mahasiswa, kepuasan tertinggi diperoleh pada atribut ketelitian fasilitas memadai dengan gap tertinggi sebesar 0,29. Sedangkan kepuasan terendah untuk kalangan pelajar dan mahasiswa terjadi pada atribut kemampuan petugas dalam memperbaiki gangguan dengan gap terkecil yaitu sebesar $-0,75$. Dengan demikian kecenderungan kelompok pelanggan yang berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut fasilitas memadai.

Bagi kelompok ibu rumah tangga/pensiunan/petani, kelompok ini telah memperoleh kepuasan pada atribut ketelitian perhitungan tagihan dan fasilitas yang memadai dengan gap tertinggi sebesar 0,00. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat merespon pelanggan dengan gap terkecil yaitu sebesar $-0,78$. Dengan demikian kecenderungan kelompok konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga/pensiunan/petani dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut fasilitas yang memadai dan ketelitian perhitungan tagihan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut perhatian dan fasilitas yang memadai. Artinya antara kelompok jenis pekerjaan yang satu dengan yang lain kepuasan yang dirasakan pada atribut perhatian dan fasilitas yang memadai secara signifikan berbeda. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan yang

signifikan. Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Telkom Yogyakarta berdasarkan Karakteristik Konsumen”.

4.4. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis selisih kepuasan konsumen dan analisis kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen, maka dapat diketahui beberapa atribut pada PT. Telkom Yogyakarta yang mempunyai kepuasan konsumen yang berbeda. Berdasarkan hasil uji Wilcoxon, dari 15 atribut yang ditawarkan oleh PT. Telkom Yogyakarta, hanya 5 atribut yaitu atribut penyelesaian gangguan, ahli menangani gangguan, mudah dihubungi, sistem pembayaran mudah dan fasilitas memadai yang terbukti secara signifikan terhadap kepuasan responden.

Kelima atribut tersebut mempunyai nilai gap paling tinggi diantara atribut yang lain. Artinya nilai kinerja pada kelima atribut tersebut tidak berbeda secara signifikan dengan harapan konsumen. Dengan demikian kepuasan konsumen baru dicapai pada kelima atribut tersebut. Hal ini disebabkan karena atribut yang lain telah terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan konsumen yang diberikan oleh PT. Telkom Yogyakarta. Kepuasan tertinggi ada pada atribut mudah dihubungi dengan gap sebesar 0,07 sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat menanggapi keluhan dengan gap terendah yaitu sebesar -0,69.

Dengan demikian pihak manajemen PT. Telkom Yogyakarta dalam memberikan pelayanan terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) , dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaiknya memperhatikan atribut-atribut yang masih terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan konsumen. Pihak manajemen harus memprioritaskan dalam peningkatan sumber daya manusia terutama dalam memberikan tanggapan terhadap keluhan konsumen, karena pelayanannya terlalu lambat sehingga kurang respon terhadap keluhan tersebut. Pihak manajemen harus dapat melakukan koordinasi secara sinergis antar departemen yang ada, sehingga setiap keluhan dapat ditanggapi dengan cepat oleh petugas yang berwenang

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis Kruskall Wallis masih menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen. Perbedaan tersebut terjadi pada kesopanan petugas dan perhatian berdasarkan usia, perbedaan pada atribut kemampuan petugas dan perhatian berdasarkan tingkat pendidikan, perbedaan pada atribut ahli menangani gangguan, ketelitian perhitungan tagihan, bersikap ramah, perhatian, sistem pembayaran dan fasilitas memadai berdasarkan tingkat pendapatan serta perbedaan pada atribut bersikap ramah dan fasilitas memadai berdasarkan jenis pekerjaan. Dengan demikian atribut-atribut yang memberikan perbedaan secara signifikan tersebut merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk itu sebaiknya pihak manajemen lebih menekankan peningkatan kualitas pelayanan pada kedelapan atribut tersebut. Hal ini disebabkan

konsumen yang menggunakan jasa PT. Telkom Yogyakarta merupakan konsumen yang majemuk, dengan karakteristik yang berbeda, sehingga penilaian konsumen akan berbeda-beda.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa tingkat usai yang berbeda-beda kepuasan konsumen pada atribut kesopanan petugas dan atribut perhatian juga berbeda. Hal ini berarti konsumen yang memiliki usia berbeda akan memperoleh kepuasan yang berbeda terhadap kedua atribut tersebut. Hasil menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkatan usia semakin tinggi pula tingkat kepuasan terhadap kedua atribut tersebut. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanannya terutama bagi konsumen yang berusia antara 21 – 40 tahun yang masih memiliki kepuasan paling rendah, misalnya dengan menanamkan pada diri karyawan untuk bersikap ramah dan sopan kepada setiap pelanggan.

Berdasarkan tingkat pendidikan terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada atribut kemampuan petugas dan perhatian. Hal ini berarti antara konsumen yang berpendidikan SMA kebawah memperoleh kepuasan yang berbeda dibandingkan dengan konsumen yang SMA keatas. Tingkat kepuasan konsumen yang berpendidikan SMA kebawah memperoleh kepuasan lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang berpendidikan SMA keatas pada kedua atribut tersebut. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanannya terutama pada konsumen yang berpendidikan SMA keatas yang masih memiliki kepuasan lebih rendah, misalnya dengan merekrut tenaga-tenaga ahli yang lebih berpengalaman, atau melakukan diklat-diklat bagi karyawan baru

sehingga memiliki kemampuan yang lebih baik.

Hasil Kruskal Wallis berdasarkan tingkat pendapatan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada atribut ahli menangani gangguan, ketelitian perhitungan tagihan, bersikap ramah, perhatian, sistem pembayaran mudah dan fasilitas memadai berbeda secara signifikan. Artinya kepuasan konsumen pada keenam atribut tersebut, antara kelompok tingkat pendapatan yang satu dengan yang lain berbeda secara signifikan. Semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen menunjukkan kepuasan semakin menurun. Hasil ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen untuk meningkatkan pelayanan terutama pada konsumen yang berpendapatan lebih besar dari Rp.2.000.000 yang memiliki kepuasan paling rendah terhadap keempat atribut tersebut. Langkah yang dilakukan dapat berupa penggunaan fasilitas-fasilitas yang lebih modern sehingga terjadi pelayanan yang cepat, akurat dan tepat.

Hasil Kruskal Wallis berdasarkan jenis pekerjaan kepuasan konsumen pada atribut bersikap ramah dan fasilitas memadai terjadi perbedaan yang signifikan. Dimana PNS memperoleh kepuasan yang tertinggi pada atribut bersikap ramah sedangkan pelajar dan mahasiswa memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut fasilitas memadai. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayannya terutama pada kelompok konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga karena memiliki kepuasan paling rendah terhadap atribut tersebut. Untuk itu pelayanan hendaknya disesuaikan dengan menggunakan karyawan yang lebih dewasa terutama pada bagian yang langsung berhubungan dengan komplain

pelanggan. Hal ini disebabkan karena ibu rumah tangga merupakan konsumen yang paling banyak berhubungan langsung dengan sarana Telkom, sehingga setiap komplain yang terjadi dapat ditanggapi lebih arif dan bijaksana.

