

Abstrak

Judul penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini adalah “Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Telepon Flexi di Pekalongan”. Pemilihan judul ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan bisnis yang sudah mengarah pada tuntutan peningkatan kepuasan pelanggan melalui pengembangan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas pelayanan telepon flexi di Pekalongan berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang berupa keberwujudan (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Penelitian ini melibatkan 100 responden sebagai sampel, yaitu pelanggan PT. Telkom Pekalongan. Syarat untuk menjadi responden adalah bahwa responden merupakan rumah tangga, berdomisili di Pekalongan dan telah berlangganan telepon flexi selama tiga bulan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya kepada para responden. Pengumpulan data ini memerlukan waktu selama dua minggu. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan rumus rata-rata dan analisis *anova*.

Berdasarkan hasil analisis rumus rata-rata dan *anova*, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa pelayanan dilihat dari atribut keberwujudan (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berdasarkan variabel umur, jenis kelamin, status, pendidikan, dan pendapatan adalah baik dengan variabel peneliti keberwujudan (*tangible*) mempunyai nilai paling tinggi di hadapan pelanggan. Hal ini ditinjau dari segi apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan kenyataan yang dirasakan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Terdapat perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas jasa pelayanan dilihat dari atribut dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berdasarkan variabel umur, jenis kelamin, status, pendidikan, dan pendapatan”, terbukti.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi yang signifikan diantara pelanggan berdasarkan umur, jenis kelamin, status, pendidikan, dan pendapatan. Saran yang perlu disampaikan kepada PT. Telkom Pekalongan adalah perlunya usaha untuk terus mempertahankan kualitas jasa pelayanannya berdasarkan dimensi *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang telah dipersepsikan baik oleh pelanggan dan untuk lebih meningkatkan pelayanan berdasarkan dimensi *reliability* (kehandalan) yang mempunyai nilai paling rendah di hadapan pelanggan.