

## Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai

Variza Aditiya<sup>1</sup>, Yulianda Sari<sup>2</sup>, Dina Santika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>STIA LANCANG KUNING DUMAI

Email: [variza.aditiya@gmail.com](mailto:variza.aditiya@gmail.com)<sup>1</sup>, [ythalinathayandasari@gmail.com](mailto:ythalinathayandasari@gmail.com)<sup>2</sup>, [dina.santika42@gmail.com](mailto:dina.santika42@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Adapun gejala masalah yang ditemukan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Indihome antara lain : 1.) masih adanya peningkatan pelanggan yang berhenti (cabutan) setiap tahunnya pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai. 2.) masih adanya pelayanan yang kurang maksimal kepada pelanggan Indihome oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dalam mengatasi gangguan pada produk Indihome. Penelitian deskriptif ini memiliki populasi yang meliputi karyawan dan pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai. Untuk Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *metode sampel jenuh*, sedangkan untuk pelanggan Indihome menggunakan metode *incidental sampling*. Jenis data dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan wawancara. Dalam menganalisa data digunakan teknik analisis *statistik deskriptif* dengan teknik pengukuran yakni *rating scale*. Hasil penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dikategorikan Puas. Hal ini dibuktikan dengan 98 responden diperoleh total skor 3.106 dengan interval 2.940 – 4.410 dengan persentase total skor adalah 70,43%. Faktor pendukungnya adalah terdapatnya Kualitas Produk serta Biaya dan Kemudahan yang baik, sedangkan faktor penghambatnya adalah masih kurangnya Kualitas Pelayanan dan Harga yang sesuai untuk pelanggan.

**Kata Kunci:** *Faktor-Faktor, Kepuasan, Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai.*

### Abstract

The symptoms of the problem found at PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai is related to the factors that influence Indihome customer satisfaction, among others: 1.) there is still an increase in customers who quit (revocation) every year at PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Dumai Kandatel. 2.) there is still less than optimal service to Indihome customers by PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai in overcoming problems with Indihome products. This descriptive study has a population that includes employees and customers of Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Dumai Kandatel. For Employees of PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai sampling method used is the saturated sample method, while for Indihome customers using the incidental sampling method. Types of data and data sources used are primary data and secondary data with data collection techniques using questionnaires and interviews. In analyzing the data used descriptive statistical analysis techniques with measurement techniques namely rating scale. The results of research on the analysis of factors that affect customer satisfaction Indihome at PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai is categorized as Satisfied. This is evidenced by 98 respondents obtained a total score of 3,106 with an interval of 2,940 - 4,410 with a total score of 70.43%. The supporting factor is the existence of good product quality and cost and convenience, while the inhibiting factor is the lack of service quality and prices that are suitable for customers.

**Keywords:** *Factors, Satisfaction, Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Dumai Kandatel.*

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan akses internet di Indonesia saat ini sangat pesat. Diawali dengan masuknya internet sekitar tahun 1994, saat ini pemakai internet di Indonesia sudah mencapai 102,8 juta dan menempati posisi ke 6 dunia. Dari data pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan internet di Indonesia berkembang

sangat pesat. Karena belakangan ini internet dirasakan memiliki berbagai manfaat bagi umat manusia, terutama bagi beberapa golongan yang sangat memperhatikan perkembangan teknologi. Karena ada kebutuhan dan permintaan yang terus meningkat setiap tahunnya, terutama untuk jasa internet. Permintaan akan jasa internet ini semakin marak dan melonjak dari seluruh penjuru nusantara. Jasa internet ini dirasakan sebagai bisnis yang potensial dan menghasilkan *margin* yang menguntungkan bagi perusahaan. Melihat potensi tersebut banyak perusahaan *provider* internet kabel yang mencoba peruntungannya dan terjun ke dalam bisnis jasa internet, salah satunya yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Dalam dunia perbankan pelanggan diartikan sebagai nasabah, pandangan tradisional ini menyimpulkan, bahwa pelanggan adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Pelanggan adalah orang yang menjadi pembeli produk yang telah dibuat dan dipasarkan oleh sebuah perusahaan, dimana orang ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang-ulang. Sedangkan menurut Nasution (2004:102), pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk suatu perusahaan.

Menurut Webster's 1928 Dictionary dalam Lupiyadi (2006:143) pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. Tidak seorang pun dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan pelanggan, sebab pelanggan menurut Irawan (2004:7) adalah orang yang membawa kita kepada pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Wijaya (2011:69) mengemukakan bahwa pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung kepadanya.

Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Kotler (2006:177), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74), kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas produk, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Tjiptono (2009:146) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Berdasarkan definisi diatas, maka ada kesamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan *provider* di Indonesia yang masih menjadi *market leader* dan memiliki *market share* terbesar dalam industri internet kabel. Dengan diciptakannya suatu layanan internet *Fiber Optic* berkecepatan tinggi, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk mencoba mempertahankan pangsa pasarnya dalam bidang internet. Sebagai pendahulu, infrastruktur jaringan kabel milik PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk lebih banyak tersebar ke beberapa penjuru nusantara, bahkan ada di setiap kecamatan pulau Jawa maupun di luar Jawa.

Di provinsi Riau khususnya kota Dumai PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk disebut dengan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai karena membawahi beberapa daerah yaitu Dumai, Duri, Bagan Siapi-Api, Bagan Batu, Bengkalis, dan Selat Panjang. Namun penulis fokus pada satu daerah yaitu kota Dumai karena kota Dumai merupakan kota madya yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 308.812 jiwa pada tahun

2019. Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak di kota Dumai maka kebutuhan akan internet juga banyak dan bahkan bertumbuh (meningkat) dan ini merupakan hal yang sangat bagus untuk prospek PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai kedepannya.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hanya menangani usaha jaringan saja. Dengan begitu untuk memenuhi kebutuhan internet pada wilayah kota Dumai, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai mengeluarkan beberapa produk layanan. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yaitu Indihome, Astinet, VPNIP, dan Metro E dengan memiliki keunggulan dan kelemahannya serta segmentasi pasarnya masing-masing. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan akan kebutuhan internet untuk masyarakat kota Dumai di jawab dengan produk Indihome (Indonesia Digital Home) karena memang dirancang untuk memenuhi kebutuhan internet pelanggan rumahan.

Indihome adalah layanan akses internet kabel berkecepatan tinggi melalui laptop ataupun PC (*Personal Computer*) yang dapat diakses melalui modem, maupun *router*. Layanan ini disediakan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk seluruh pelanggannya. Indihome menawarkan suatu pengalaman baru dalam melakukan koneksi jaringan internet dengan kecepatan tinggi (hingga 100 Mbps) dengan didukung infrastruktur dengan jaringan yang paling luas hingga ke daerah-daerah. Layanan akses internet milik PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk ini pertama kali diluncurkan pada bulan Januari 2015, yang sebelumnya diberi nama Telkom Speedy sebelum beralih ke kabel *fiber optic* dan dinamakan Indihome.

Untuk kota Dumai jaringan Indihome sudah memasuki beberapa wilayah kecamatan seperti kecamatan Bukit Kapur, Dumai Barat, Dumai Kota, Dumai Selatan, Dumai Timur, Medang Kampai, dan Sungai Sembilan. Pada setiap kecamatan ada beberapa wilayah kelurahan yang belum bisa tersentuh oleh jaringan Indihome karena beberapa hal diantaranya kurangnya tiang, penuhnya kotak ODP, kurangnya kabel dan jauhnya jarak akses kewilayah tertentu. Biasanya hanya wilayah yang berada pada jalan besar (utama) saja yang bisa memakai produk Indihome, namun dari kekurangan tersebut Indihome juga memiliki beberapa keunggulan yang dapat memanjakan pelanggan-pelanggannya, yaitu sebagai berikut:

*Tersedia paket sesuai dengan kebutuhan*

Terlepas dari beberapa pelayanan yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kandatel Dumai kepada calon pelanggan dan pelanggannya, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk Indihome agar dapat menyusun strategi yang lebih baik dalam menghadapi persaingan dan mendapatkan kepuasan yang berujung pada loyalitas pelanggan di masa mendatang. Persaingan yang sangat ketat mengharuskan perusahaan untuk mampu memenangkan hati pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dengan begitu pelanggan baru akan bermunculan karena pelanggan lama yang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan pelanggannya.

Pada tahun 2018 untuk pelanggan lama sebanyak 1.118 pelanggan dan yang melakukan pasang baru sebanyak 569 pelanggan namun ada juga pelanggan yang berhenti (cabutan) sebanyak 213 pelanggan sehingga total pelanggan pada tahun 2018 sebanyak 1.474. Sedangkan pada tahun 2019 untuk pelanggan lama sebanyak 1.474 yang merupakan total pelanggan akhir ditahun 2018 dan yang melakukan pasang baru sebanyak 910 pelanggan namun ada juga pelanggan yang berhenti (cabutan) sebanyak 255 pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah pasang baru Indihome pada tahun 2018 sampai 2019 mengalami peningkatan sebanyak 341 pelanggan pasang baru namun pelanggan yang berhenti (cabutan) juga meningkat sebanyak 42 pelanggan akan tetapi total pelanggan tetap mengalami kenaikan sebanyak 655 pelanggan. Peminat paket Indihome dengan harga yang murah mengalami kenaikan pelanggan sedangkan paket dengan harga yang lebih mahal mengalami penurunan pelanggan. Ada beragam alasan pelanggan yang berhenti (cabutan) berlangganan Indihome dikarenakan beberapa hal yaitu pelayanan yang buruk dalam menangani gangguan yang terjadi selama berlangganan, internet yang lelet atau bahkan mati, harga yang mahal, tagihan yang tidak sesuai, pelanggan yang tidak membayar tagihan dan lain sebagainya.

Data gangguan merupakan informasi yang berisi mengenai gangguan-gangguan yang terjadi pada produk Indihome. Banyaknya gangguan terjadi harus diseimbangi dengan penanganan atau perbaikan terhadap gangguan tersebut secara cepat agar pelanggan merasa nyaman dalam menggunakan produk Indihome tersebut, berikut adalah pelayanan perbaikan gangguan Indihome selama dua tahun terakhir: gangguan yang masuk tidak semuanya dapat teratasi. Adapun pada tahun 2018 gangguan masuk tercatat sebanyak 815

gangguan dan hanya teratasi sebanyak 668 gangguan saja sehingga yang tidak dapat teratasi sebanyak 147 gangguan. Jika dilihat dari persentase dapat diketahui bahwa gangguan jaringan telepon tidak bisa digunakan merupakan gangguan yang paling banyak tidak teratasi yaitu sekitar 21,55% yang tidak teratasi. Sedangkan pada tahun 2019 gangguan masuk tercatat sebanyak 1.840 gangguan dan hanya teratasi sebanyak 1.446 gangguan saja sehingga yang tidak dapat teratasi sebanyak 394 gangguan. Jika dilihat dari persentase dapat diketahui bahwa gangguan internet lelet merupakan gangguan yang paling banyak tidak teratasi yaitu sekitar 25,10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masih terdapat pelayanan yang kurang maksimal yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai kepada pelanggan karena setiap tahunnya terjadi gangguan yang sebagian tidak mampu teratasi dan hal ini bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakan produk Indihome tersebut. Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul: “ Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai”.

Upaya atau tindakan yang harus dilakukan untuk mewujudkan harapan pelanggan ke dalam desain dan standar kepuasan pelanggan, akan efektif hanya bila pihak manajemen memiliki filosofi komitmen dan ketulusan kehendak untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Irawan (2003:22), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu : kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya dan kemudahan. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Dari penjelasan di atas, maka penting dilaksanakan penelitian yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai.

## **METODE**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yang beralamat di Jl. Sultan Syarif Kasim. No. 212 Kota Dumai. Populasi dalam penelitian ini yaitu karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dan Pelanggan yang menggunakan produk Indihome. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini untuk karyawan menggunakan metode sampel jenuh, Menurut Sugiyono (2011:106), sampel jenuh yaitu suatu teknik penarikan sampel digunakan apabila keseluruhan anggota populasi digunakan sebagai sampel sehingga jumlah sampel untuk karyawan sebanyak 32 orang. Selanjutnya untuk pelanggan peneliti menggunakan metode *sampling incidental*. Metode *sampling incidental* menurut Sugiyono (2011:118), adalah teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data. Dalam hal ini penelitian akan dilaksanakan selama 22 hari penelitian, dengan 1 hari penelitian penulis mengambil sampel sebanyak 3 orang sehingga diperoleh jumlah sampel untuk pelanggan sekitar 66 orang. Total sampel keseluruhan berjumlah 98 orang yaitu penggabungan dari jumlah sampel karyawan dan jumlah sampel pelanggan Indihome.

Data yang diperoleh terdiri dari:1) Data Primer, menurut Sangadji & Sopiah (2010:44), data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian dengan menggunakan angket dan wawancara langsung mengenai masalah penelitian yang menyangkut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai meliputi: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, serta biaya dan kemudahan. 2) Data Sekunder, menurut Sangadji & Sopiah (2010:44), data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang diperoleh dari pihak kedua berupa catatan-catatan, dokumen-dokumen atau laporan resmi yang diperoleh dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai data yang diperlukan seperti: gambaran umum PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai, keadaan karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai, struktur organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai, dan sarana dan Prasarana PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai.

Kegiatan dalam analisa data pada penelitian ini adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden. Menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Sedangkan untuk setiap kategori penulisan menggunakan teknik pencarian kategori nilai dengan menggunakan *Rating Scale*. Menurut Riduan (2011:20), teknik pengukuran *Rating Scale* adalah skala

pengukuran yang memperoleh data mentah (angka-angka) kemudian ditafsirkan dalam data kualitatif (kata-kata).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai khususnya dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas, proses pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu juga karyawan harus bisa menjaga kualitas pelayanan yang mereka berikan sehingga tidak mengecewakan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting dalam mendapatkan loyalitas dari pelanggan pada perusahaan.

Sehubungan dengan penelitian yang penulis lakukan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai, maka penulis akan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan teori yang dikemukakan Irawan (2003:22), yaitu :

#### Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

Untuk melihat kualitas produk pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome dalam penelitian ini dapat dilihat melalui aspek-aspek sebagai berikut :

- Terdapatnya ketahanan produk yang diberikan kepada pelanggan yaitu berapa lama atau umur produk yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai kepada pelanggan sehingga bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian pelanggan terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- Terdapatnya kinerja (*Performance*) pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai terhadap pelanggannya. Tentunya pelanggan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik.
- Terdapatnya kesesuaian produk yang ditawarkan berdasarkan permintaan pelanggan yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan pelanggan terhadap produk Indihome tersebut serta menciptakan paket produk Indihome sesuai dengan permintaan pelanggan sehingga pelanggan dapat membeli pilihan paket yang bervariasi sesuai dengan kemampuan pelanggan tersebut.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai**

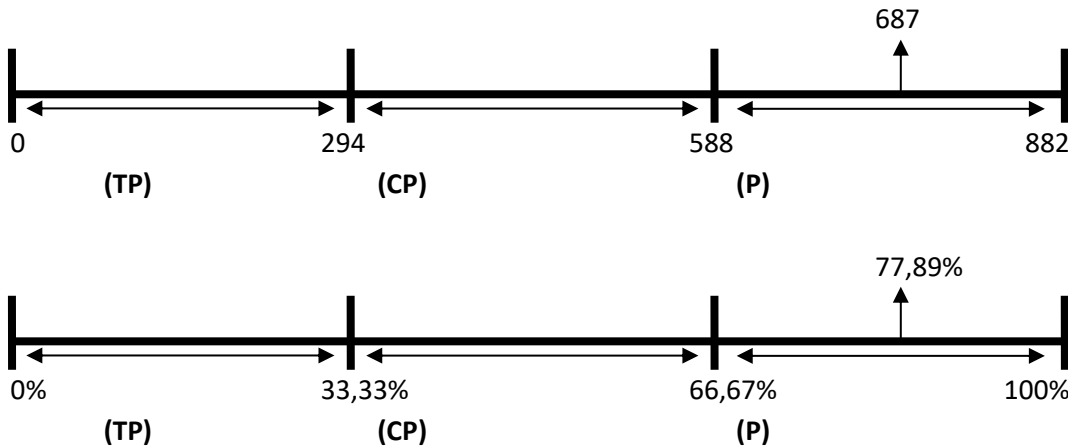
No.	Sub Indikator	Jumlah
1	Terdapatnya ketahanan produk yang diberikan kepada pelanggan	247
2	Terdapatnya kinerja ( <i>performance</i> ) produk layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	222
3	Terdapatnya kesesuaian produk yang ditawarkan berdasarkan permintaan pelanggan	218
Total		687
Persentase		77,89%

Sumber Data : Hasil Olahan Data Penelitian Tahun 2020

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Kualitas Produk

dalam Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat diukur melalui tiga sub indikator diantaranya: Sub indikator pertama memperoleh skor 247, sub indikator kedua memperoleh skor 222 dan sub indikator ketiga memperoleh skor 218, dengan total skor keseluruhan 687.

Dari tiga sub indikator dilihat dari Kualitas Produk diperoleh total skor sebanyak 687 dengan persentase 77,89% yang berada pada kategori Puas. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai indikator Kualitas Produk lebih jelasnya melalui garis kontinum berikut ini :



Berdasarkan garis kontinum diatas, dapat diketahui bahwa indikator Kualitas Produk dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai berada pada kategori Puas dengan total skor 687 yang berada pada interval 588 – 882 dengan persentase 77,89%.

#### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

Untuk melihat kualitas pelayanan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome dalam penelitian ini dapat dilihat melalui aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Terdapatnya sarana dan prasarana dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yaitu sarana dan prasarana yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai kepada pelanggan. Dengan sarana dan prasarana yang mendukung akan memberikan kecepatan dan kenyamanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- b. Terdapatnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan akurat yaitu kemampuan atau *skill* yang dimiliki karyawan dalam melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan akurat akan membuat pelanggan merasa senang dan puas karena karyawan mampu melaksanakan tugasnya dengan baik.
- c. Terdapatnya kemampuan karyawan menanggapi serta membantu menyelesaikan semua keluhan pelanggan yaitu karyawan dituntut untuk mampu dalam menanggapi segala keluhan yang dialami oleh pelanggan serta dapat membantu dalam penyelesaian keluhan tersebut. Jika karyawan mampu melakukan hal tersebut itu akan berakibat positif kepada perusahaan itu sendiri.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

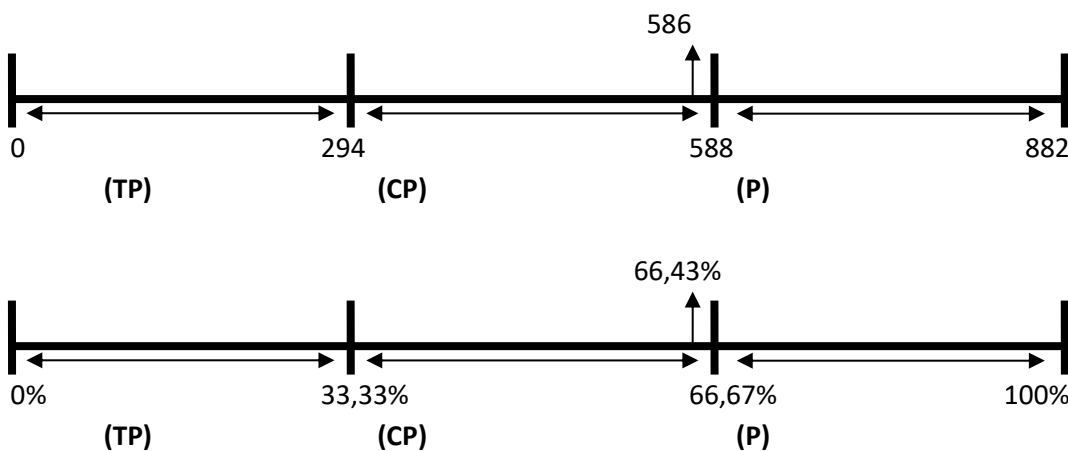
**Tabel 2. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai**

No.	Sub Indikator	Jumlah
1	Terdapatnya sarana dan prasarana dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	213
2	Terdapatnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan akurat	186
3	Terdapatnya kemampuan karyawan menanggapi serta membantu menyelesaikan semua keluhan pelanggan	187
Total		586
Persentase		66,43%

Sumber Data : Hasil Olahan Data Penelitian Tahun 2020

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan dalam Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat diukur melalui tiga sub indikator diantaranya: Sub indikator pertama memperoleh skor 213, sub indikator kedua memperoleh skor 186 dan sub indikator ketiga memperoleh skor 187, dengan total skor keseluruhan 586.

Dari tiga sub indikator dilihat dari Kualitas Produk diperoleh total skor sebanyak 687 dengan persentase 66,43% yang berada pada kategori Cukup Puas. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai indikator Kualitas Pelayanan lebih jelasnya melalui garis kontinum berikut ini :



Berdasarkan garis kontinum diatas, dapat diketahui bahwa indikator Kualitas Pelayanan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai berada pada kategori Cukup Puas dengan total skor 586 yang berada pada interval 294 – 588 dengan persentase 66,43%.

#### Faktor Emosional

Faktor emosional merupakan sebagai salah satu variabel pembentuk kepuasan pelanggan. Ketika konsumen membuat keputusan pembelian, didalamnya terdapat unsur emosional, disamping unsur rasionalnya. Terutama untuk produk-produk tertentu. Aspek emosional biasanya akan menyertai keputusan pembelian saat konsumen bertemu dengan beberapa atribut tambahan yang disematkan dalam produk tersebut.

Atribut tambahan ini bisa berupa desain yang cantik, warna yang menarik (atau bisa juga seseorang yang fanatik dengan warna tertentu), nilai lebih yang diberikan produk, asosiasi atau *image* yang didapat jika mengkonsumsi / membeli / menggunakan produk tersebut dan lain faktor yang bersifat emosi.

Untuk melihat faktor emosional pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome dalam penelitian ini dapat dilihat melalui aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Adanya rasa bangga pelanggan saat menggunakan produk dan pelayanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yaitu Pelanggan akan merasa bangga bahwa orang lain akan kagum

terhadap dia bila menggunakan produk Indihome yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- b. Adanya keyakinan pelanggan untuk terus menggunakan produk dan jasa dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yaitu pelanggan mendapatkan keyakinan untuk terus menggunakan produk Indihome tersebut karena mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- c. Adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan pada saat menggunakan produk serta pelayanan yang diberikan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yaitu kepuasan yang diperoleh pelanggan bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Faktor Emosional dapat dilihat pada tabel berikut ini :

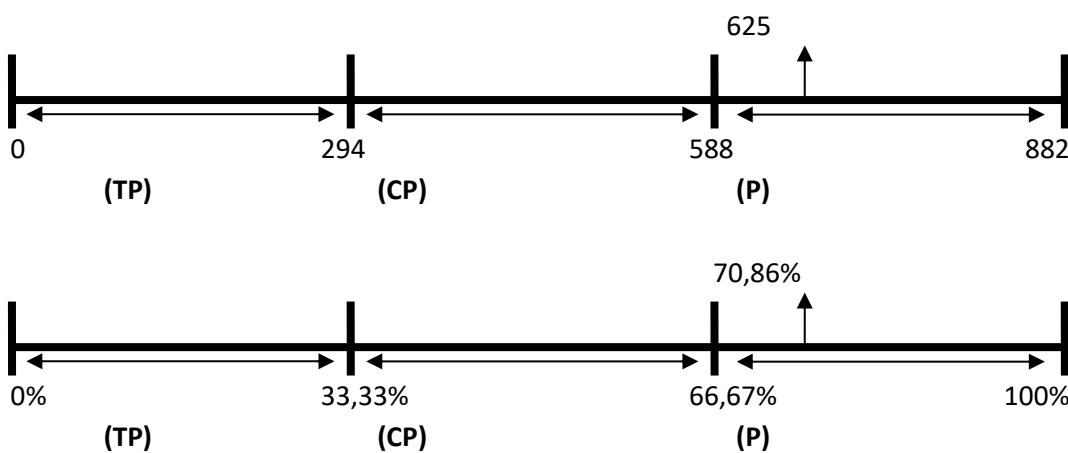
**Tabel 3. Tanggapan Responden Mengenai Faktor Emosional PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai**

No.	Sub Indikator	Jumlah
1	Adanya rasa bangga pelanggan saat menggunakan produk dan pelayanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai	217
2	Adanya keyakinan pelanggan untuk terus menggunakan produk dan jasa dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai	208
3	Adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan pada saat menggunakan produk serta pelayanan yang diberikan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai	200
Total		625
Persentase		70,86%

Sumber Data : Hasil Olahan Data Penelitian Tahun 2020

Berdasarkan Tabel V.6 di atas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Faktor Emosional dalam Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat diukur melalui tiga sub indikator diantaranya: Sub indikator pertama memperoleh skor 217, sub indikator kedua memperoleh skor 208 dan sub indikator ketiga memperoleh skor 200, dengan total skor keseluruhan 625.

Dari tiga sub indikator dilihat dari Kualitas Produk diperoleh total skor sebanyak 687 dengan persentase 70,86% yang berada pada kategori P. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai indikator Faktor Emosional lebih jelasnya melalui garis kontinum berikut ini :



Berdasarkan garis kontinum diatas, dapat diketahui bahwa indikator Faktor Emosional dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai berada pada kategori P. dengan total skor 625 yang berada pada interval 588 – 882 dengan persentase 70,86%.

**Harga**

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.



Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya, harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Singkat kata, perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

Untuk melihat harga pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome dalam penelitian ini dapat dilihat melalui aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Adanya penetapan harga yang dibebankan sesuai dengan jenis pelayanan atau (paket produk) yang diterima oleh pelanggan yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan. Jika harganya ternyata lebih tinggi daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba, jika harganya ternyata terlalu rendah daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil menuai kemungkinan memperoleh laba. Begitu juga dalam penetapan harga pada produk Indihome.
- b. Adanya harga yang sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yaitu Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi. Namun biasanya harga akan disesuaikan dengan kualitas produk yang diberikan, jika kualitas produk bagus maka wajar saja perusahaan memberikan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga pasaran.
- c. Adanya standar harga yang diberikan sesuai dengan ketentuan yang di pedomi oleh perusahaan kepada pelanggan yaitu harga yang di berikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai kepada pelanggan sesuai dengan ketentuan dari perusahaan tersebut sehingga tidak membeda-bedakan pelanggan satu dengan yang lainnya.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Harga dapat dilihat pada tabel berikut ini :

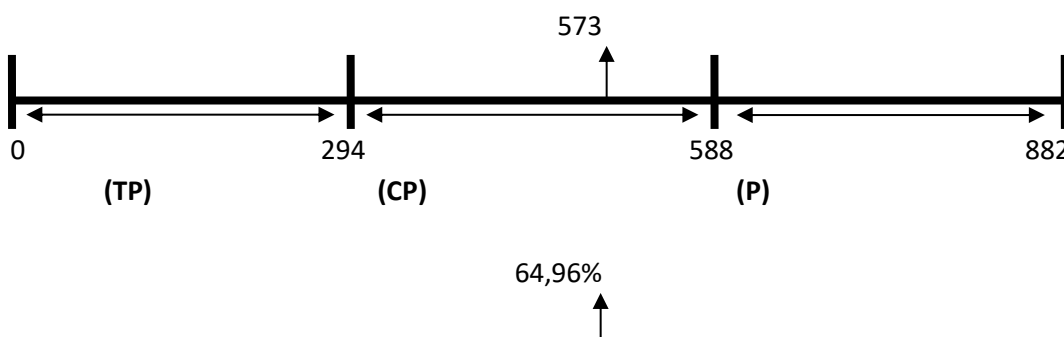
**Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Harga PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai**

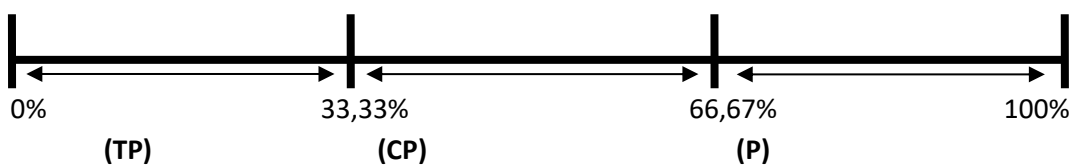
No.	Sub Indikator	Jumlah
1	Adanya penetapan harga yang dibebankan sesuai dengan jenis pelayanan atau (paket produk) yang diterima oleh pelanggan	190
2	Adanya harga yang sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan	188
3	Adanya standar harga yang diberikan sesuai dengan ketentuan yang di pedomi oleh perusahaan kepada pelanggan	195
Total		573
Persentase		64,96%

Sumber Data : Hasil Olahan Data Penelitian Tahun 2020

Berdasarkan Tabel V.7 di atas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Harga dalam Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat diukur melalui tiga sub indikator diantaranya: Sub indikator pertama memperoleh skor 190, sub indikator kedua memperoleh skor 188 dan sub indikator ketiga memperoleh skor 195, dengan total skor keseluruhan 573.

Dari tiga sub indikator dilihat dari Harga diperoleh total skor sebanyak 573 dengan persentase 77,89% yang berada pada kategori Cukup Puas. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai indikator Harga lebih jelasnya melalui garis kontinum berikut ini :





Berdasarkan garis kontinum diatas, dapat diketahui bahwa indikator Harga dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai berada pada kategori Cukup Puas dengan total skor 573 yang berada pada interval 294 – 588 dengan persentase 64,96%.

**Biaya dan kemudahan**

Biaya dan kemudahan merupakan pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Untuk melihat biaya dan kemudahan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome dalam penelitian ini dapat dilihat melalui aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Adanya kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yaitu untuk mendapatkan produk Indihome dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai sangatlah mudah karena produk Indihome ini dapat digunakan oleh kalangan masyarakat luas, meskipun belum menyeluruh kepenjuru kota Dumai dikarenakan faktor alat produksi yang belum memenuhi kebutuhan masyarakat kota Dumai.
- b. Adanya kemudahan dalam pembayaran atas produk atau jasa yang diberikan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai yaitu adapun kemudahan dalam melakukan pembayaran dengan beberapa pilihan paling mudah untuk yaitu pelanggan datang langsung ke kantor atau Plasa Telkom, *Payment Point* di Minimarket, Kantor Pos, dan melalui Bank (Mandiri, BCA, BRI, dan BNI).
- c. Adanya kemudahan atas informasi yang diterima pelanggan dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai memberikan kemudahan atas informasi yang diterima pelanggan dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan alias gratis sehingga dalam pengaduan keluhan yang terjadi pelanggan tidak akan merasa terbebani dengan biaya tambahan.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Biaya dan Kemudahan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Biaya dan Kemudahan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai**

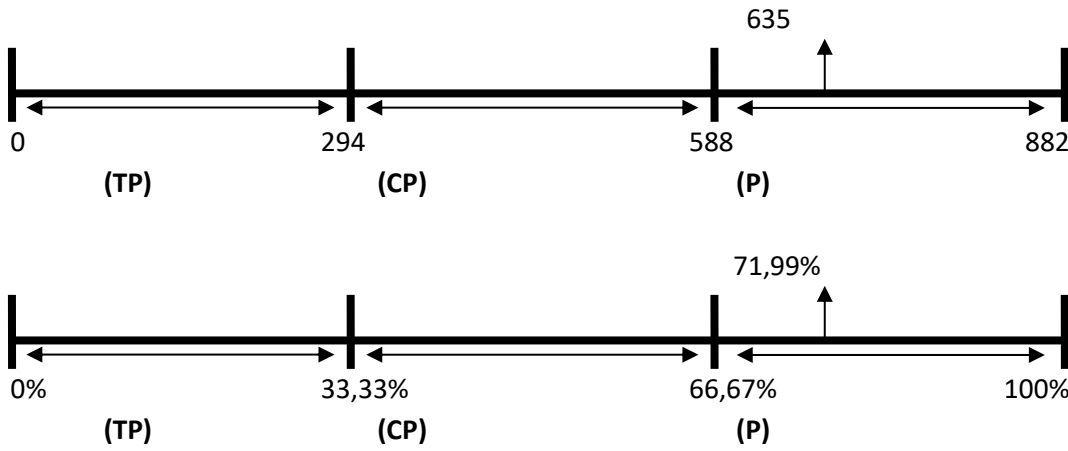
No.	Sub Indikator	Jumlah
1	Adanya kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai	207
2	Adanya kemudahan dalam pembayaran atas produk atau jasa yang diberikan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai	231
3	Adanya kemudahan atas informasi yang diterima pelanggan dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan	197
Total		635
Persentase		71,99%

Sumber Data : Hasil Olahan Data Penelitian Tahun 2020

Berdasarkan Tabel V.8 di atas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Biaya dan Kemudahan dalam Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat diukur melalui tiga sub indikator diantaranya: Sub indikator pertama memperoleh skor 207, sub indikator kedua memperoleh skor 231 dan sub indikator ketiga memperoleh skor 197, dengan total skor keseluruhan 635.

Dari tiga sub indikator dilihat dari Biaya dan Kemudahan diperoleh total skor sebanyak 635 dengan

persentase 71,99% yang berada pada kategori Puas. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai indikator Biaya dan Kemudahan lebih jelasnya melalui garis kontinum berikut ini :



Berdasarkan garis kontinum diatas, dapat diketahui bahwa indikator Biaya dan Kemudahan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai berada pada kategori Puas dengan total skor 635 yang berada pada interval 588 – 882 dengan persentase 71,99%.

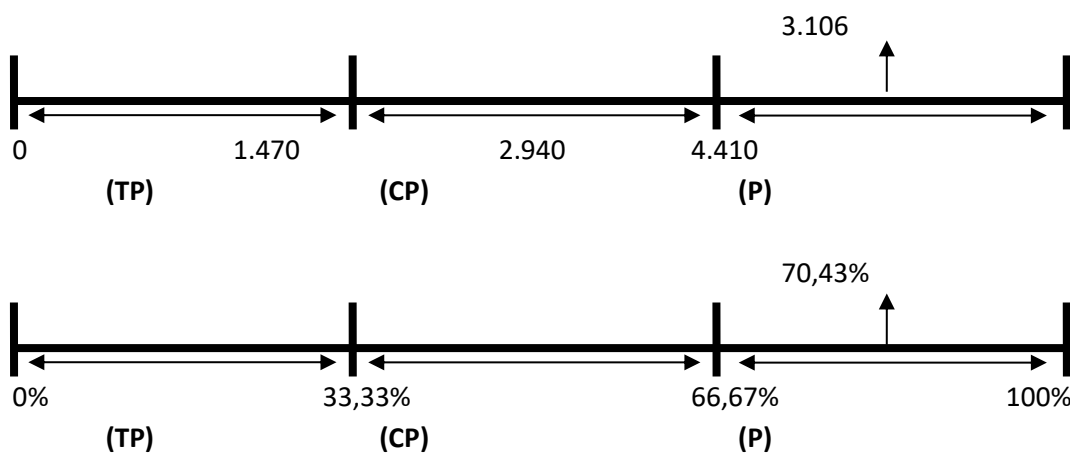
Setelah mengetahui secara jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai baik dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, serta biaya dan kemudahan maka penulis dapat membuat suatu rekapitulasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome dapat dikategorikan Puas, untuk lebih jelasnya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat dilihat pada tabel V.9 berikut ini :

**Tabel 6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome**

No.	Indikator	Jumlah
1	Kualitas Produk	687
2	Kualitas Pelayanan	586
3	Faktor Emosional	625
4	Harga	573
5	Biaya dan Kemudahan	635
Total		3.106
Persentase		70,43%

Sumber Data : Hasil Olahan Data Penelitian Tahun 2020

Berdasarkan Tabel rekapitulasi V.9 responden dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat dilihat bahwa dalam penelitian yang dilakukan terhadap lima indikator tersebut memperoleh total skor sebanyak 3.106. Hasil dari tanggapan responden mengenai lima indikator faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat melalui tabel V.9 dan diperoleh hasil Puas dapat dilihat melalui garis kontinum dibawah ini:



Berdasarkan kontinum diatas, dapat diketahui bahwa rekapitulasi tanggapan responden tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai memperoleh skor sebanyak 3.106 yang berada pada interval 2.940 – 4.410 dengan persentase 70,43% sehingga dapat di kategorikan Puas.

### **Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai**

Setelah penulis melakukan penelitian terhadap Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai, Penulis menemukan beberapa faktor pendukung dan penghambat yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### **Faktor pendukung**

- a. Terdapatnya Kualitas Produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari terdapatnya ketahanan produk yang diberikan kepada pelanggan dengan skor 247.
- b. Adanya Biaya dan Kemudahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari adanya kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa yang diberikan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dengan skor 231.

#### **Faktor Penghambat**

Masih kurangnya Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari masih kurangnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan akurat dengan skor 186. Masih adanya ketidaksesuaian Harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari masih adanya harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan skor 188.

### **SIMPULAN**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai dapat dilihat melalui 5 indikator yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Harga, serta Biaya dan Kemudahan. Berdasarkan tanggapan responden secara keseluruhan dapat dikategorikan Puas. Kenyataan ini terbukti pada penelitian dimana dari 98 responden penelitian diperoleh total skor keseluruhan sebesar 3.106 yang berada pada interval 2.940 – 4.410 dengan persentase 70,43%. Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai sebagai berikut : 1) Terdapatnya Kualitas Produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari terdapatnya ketahanan produk yang diberikan kepada pelanggan dengan skor 247. 2) Adanya Biaya dan Kemudahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari adanya kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa yang diberikan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel

Dumai dengan skor 231. Faktor Penghambat Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai sebagai berikut : 1) Masih kurangnya Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari masih kurangnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan akurat dengan skor 186. 2) Masih adanya ketidaksesuaian Harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai hal ini dapat dilihat dari masih adanya harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan skor 188.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aritonang, Lerbin R. Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS. Edisi Pertama. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2005.
- Fajar, Laksana. Manajemen Pemasaran. Graha Ilmu. Yogyakarta. 2008.
- Hasan, Ali. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta. 2014.
- Irawan, Handi. Indonesia Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA. PT. Elex Media Computindo. Jakarta. 2003.
- Irawan, Handi. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Elex Media Komputindo. Jakarta. 2004.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi Kesebelas. PT Indeks Gramedia. Jakarta. 2006.
- Kotler, Philip dan Keller. Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta. 2009.
- Lovelock, C, dan John Wirtz. Pemasaran Jasa Perspektif. Edisi 7. Erlangga. Jakarta. 2011.
- Lupiyadi, Rambat dan Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta. 2006.
- Nasution, M.N. Manajemen Jasa Terpadu. PT Ghalia Indonesia. Jakarta. 2004.
- Riduwan. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Alfabeta. Bandung. 2011.
- Riduwan. Dasar-Dasar Statistika. Alfabeta. Bandung. 2016.
- Saladin, Djaslim. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Linda Karya. Bandung. 2003.
- Sangadji, Etta, Mamang dan Sopiah. Metodologi Penelitian. Andi. Yogyakarta. 2010.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta. Bandung. 2011.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta. Bandung. 2012.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan (Edisi Ketiga). Kencana. Jakarta. 2013.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. Pemasaran Strategik. Andi. Yogyakarta. 2007.
- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta. 2014.
- Wijaya, Tony. Manajemen Kualitas Jasa. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Ikdeks. Jakarta. 2011.
- Yamit, Zulian. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Ekonisia. Yogyakarta. 2002.