

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPEEDY DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014

INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TOWARD SPEEDY CUSTOMER SATISFACTION IN BANDUNG 2014

Fardan Haris Ramadhany
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika
Telkom University

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan Speedy (*connection establishment* dan *information transfer*), dan kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung tahun 2014, serta mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung tahun 2014.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 172.014 pelanggan dengan jumlah sampel sebanyak 100 pelanggan dengan menggunakan bantuan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan 10%. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* jenis *convenience sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner dengan skala likert. Uji persyaratan analisis menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui tanggapan responden mengenai *connection establishment* berada pada kondisi yang baik dengan persentase 68,78%, tanggapan responden mengenai *information transfer* berada pada kondisi yang baik dengan persentase 65,82%, dan tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan berada pada kondisi yang tidak baik dengan memiliki persentase 61,2%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dampak negatif sebesar -0,267 dan signifikan antara *connection establishment* terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar $0,03 < r_{tabel}$ sebesar 0,05. Terdapat pengaruh yang positif sebesar 0,929 dan signifikan antara *information transfer* terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar $0,00 < r_{tabel}$ sebesar 0,05. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara *connection establishment* dan *information transfer* terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar $0,00 < r_{tabel}$ sebesar 0,05. Sumbangan besaran pengaruh yang diberikan oleh kedua variabel secara simultan sebesar 73,5%, dibuktikan dengan nilai *R Square* sebesar 0,735.

Kata kunci : Kualitas Layanan Telekomunikasi, *Connection Establishment*, *Information Transfer*, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine how the quality of service Speedy (establishment connection and information transfer), and customer satisfaction Speedy in Bandung in 2014, as well as knowing how influence of service quality toward Speedy customer satisfaction in Bandung 2014.

This type of research is a kind of descriptive and causal research with data analysis techniques using multiple linear regression. Total population this study were 172.014 customers with a total sample of 100 customers by using slovin formula with 10% error level. Sampling using non-probability sampling by using convenience sampling type. The data collected by using a questionnaire with Likert scale. Test requirements analysis using normality test, multicollinearity test and heterocedastisity test.

*Based on the results of data processing can be known about the connection establishment respondents were in good condition with a percentage of 68.78%, information transfer respondents were in good condition with a percentage of 65.82%, then customer satisfaction respondents were on the condition that not good with a percentage of 61.2%. These results indicate there are negative impact by -0,267 and significant influence between establishment connection to customer satisfaction, proven with a probability value of $0.03 < 0.05 r_{table}$. There are positive impact by 0,929 and significant influence between information transfer to customer satisfaction, proven with a probability value of $0.00 < 0.05 r_{table}$. There are significant influence between the connection establishment and information transfer simultaneously to customer satisfaction, proven with a probability value of $0.00 < r_{table}$ 0.05. Contribution amount of influence exerted by the two variables simultaneously by 73.5%, evidenced by the value of *R Square* of 0.735.*

Keywords : Quality of Service Telecommunication, *Connection Establishment*, *Information Transfer*, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Internet di Indonesia mengalami pertumbuhan di tahun 2014 ini. Pertumbuhan tersebut dapat dilihat dari maraknya penggunaan internet oleh masyarakat, baik dari kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Internet berperan dalam membantu masyarakat sebagai media komunikasi, pencarian informasi, tren untuk bergabung dalam jejaring sosial, melakukan kegiatan *e-commerce*, dan lain sebagainya. Pertumbuhan dapat dilihat dari peningkatan pengguna internet dari tahun 2010 sebesar 42.000.000 jiwa sampai dengan 2013 sebesar 71.190.000 jiwa.

Speedy merupakan salah satu perusahaan yang memiliki layanan jasa akses internet. Dengan menggunakan Speedy, para *user* dapat mengakses internet kapan saja. Sebagai penyedia jasa internet tentunya Speedy memiliki jumlah pelanggan. Pertumbuhan jumlah pelanggan Speedy di Provinsi Jawa Barat dan khususnya di Kota Bandung Speedy tidak dengan mudah dalam melayani pelanggannya tersebut. Pada kenyataannya banyaknya keluhan membuat Speedy harus dapat menangani semua keluhan yang ada. Sifat konsumen yang heterogen, banyak konsumen yang mengharapkan banyak dari Speedy seperti keinginan koneksi cepat dan keinginan agar tidak banyak mengalami gangguan terhadap Speedynya. Contohnya ketika seorang pelanggan menggunakan paket speedy *2Mbps*, pada kenyataan saat melakukan *download* atau melakukan *speed test* kecepatannya kurang dari *2Mbps* itu berarti ada kesalahan pada layanan. Banyaknya keluhan merupakan suatu indikasi bahwa kualitas pelayanan Speedy belum baik. Jumlah keluhan yang terjadi sepanjang tahun 2013 mengalami kenaikan sampai dengan akhir tahun 2013 khususnya pada kuartal 2. Kenaikan jumlah keluhan tersebut mengindikasikan bahwa upaya memberikan layanan yang baik kepada pelanggan tidak kalah penting dibandingkan dengan menjaring pelanggan baru, karena jika layanan yang diberikan sudah baik maka kepuasan pelanggan baik pula, dan jumlah keluhan yang terjadi akan semakin menurun.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:55) kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes lembaga konsumen, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan masuknya produk substitusi baru ke pasar.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy di Kota Bandung Tahun 2014”**.

Penelitian ini akan mengkaji kualitas layanan yang diberikan Speedy terhadap kepuasan pelanggannya, dan bagaimana kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggannya dengan melakukan survei pada pelanggan Speedy di Kota Bandung.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas layanan untuk telekomunikasi menurut Oodan *et al* (2009:49) menyatakan bahwa semua titik awal untuk penelitian dan pengelolaan QoS (*Quality of Service*) adalah menentukan kebutuhan pelanggan. Pelanggan dari penyedia layanan termasuk ke dalam bisnis dan sektor pasar perumahan. Tidak semua penyedia layanan merupakan penyedia jasa jaringan. Pelanggan dari penyedia jasa jaringan akan mencakup penyedia layanan.

Secara sederhana, kualitas dapat diartikan sebagai produk bebas cacat. Dengan kata lain produk sesuai dengan standar (target sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi, dan diukur). Namun definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Oleh sebab itu, definisi kualitas diperluas menjadi kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2012:67).

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:77) menyatakan bahwa kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Parameter Layanan Kualitas Jasa Telekomunikasi

a. *The Matrix*

Menurut Oodan *et al* (2009:53), jasa telekomunikasi dapat dibagi menjadi identifikasi unik yakni *“service function”* yang merupakan jumlah layanan. Satu set kriteria kualitas juga dikembangkan berdasarkan pengetahuan industri dan proses yang berulang dalam pengembangan kriteria tersebut. Pilihan

dan pengelompokan *service function* dipengaruhi oleh urutan berlangganan dalam layanan, yaitu mulai dari penjualan dan berakhir dengan penghentian layanan. Teknis, pengisian/penagihan dan jaringan/layanan fungsi manajemen dikelompokkan secara terpisah. *Service function* ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1: *Matrix to Facilitate Determination of QoS*

Service Quality Criteria		Speed	Accuracy	Availability	Realibility	Security	Simplicity	Flexibility
		Service Function						
Service Management	Sales and pre-contract activities							
	Provision							
	Alteration							
	Service Support							
	Repair							
	Cassation							
Connection quality	Connection Establishment							
	Information Transfer							
	Connection Release							
Charging and Billing								
Network/ Service Management by Customers								

1) *Service Management*

Menurut Oodan *et al* (2009:54) fungsi enam layanan yang ditampilkan pada tabel 2.1 dikelompokkan dibawah *service management* pada matriks dan dapat digambarkan sebagai berikut:

- a) *Sales and pre-contract activities*. Dalam hubungan bisnis antara penyedia layanan dan pelanggan untuk penyediaan pasokan dan pemeliharaan layanan tahap pertama adalah penjualan. Pada tahap ini, pelanggan disediakan informasi tentang fitur informasi, keterbatasan, dan setiap perubahan yang direncanakan dalam fitur layanan atau kemampuan untuk masa depan, pasokan biaya awal, sewa (jika ada), pengaturan pemeliharaan dan tingkat kualitas yang diharapkan.
- b) *Provision* adalah menyiapkan, oleh operator seluler, dari semua komponen yang diperlukan untuk keperluan operasi dan pemeliharaan layanan, seperti yang didefinisikan dalam spesifikasi layanan dan untuk digunakan oleh pelanggan.
- c) *Alteration*. Selama siklus hidup dari hubungan bisnis antara pelanggan dan penyedia layanan mungkin ada kesempatan ketika pelanggan membutuhkan perubahan fitur layanan atau jasa.
- d) *Service Support*. Berikut yang termasuk dalam *service support* :
 1. Pertanyaan pada pengoperasian layanan.
 2. Dikumentasi operasi layanan dan hal lai yang relevan.
 3. Prosedur untuk membuat dan menindak lanjuti pengaduan.
 4. Pencegahan *maintenance*.
- e) *Repair*. Hal ini mencakup semua kegiatan yang berhubungan dengan perbaikan dari layanan instan yang tidak menawarkan satu atau lebih dari fitur tertentu ke layanan fitur ini untuk dikembalikan dan digunakan oleh pelanggan.
- f) Dalam *product life cycle*, dalam hubungan bisnis antara pelanggan dengan penyedia layanan servis terakhir yang logis adalah penghentian layanan. Semua klausa kontrak berakhir dengan berhentinya layanan.

2) *Connection Quality*

Menurut Oodan *et al* (2009:54) tiga *service function* berikutnya dikelompokkan dalam kualitas koneksi yaitu:

- a) *Connection establishment*, Semua kegiatan yang terkait dengan penetapan layanan telekomunikasi.
 - b) *Information transfer*. Fungsi pelayanan ini mungkin yang paling sensitif terhadap pelanggan, kelompok bersama-sama semua ukuran kualitas yang mempengaruhi transfer informasi.
 - c) *Connection release*. Semua kegiatan yang terkait dengan pelepasan dari koneksi instan yang dikembalikan ke keadaan tidak aktif. Pengukuran kinerja mencakup kesesuaian dengan jangka waktu tertentu (dalam batasan) untuk pelepasan dan urutan pelepasan tersebut dilakukan elemen yang berbeda dalam jaringan.
- 3) *Charging and Billing*. Hal ini berkaitan dengan semua aspek yang terkait dengan pengisian dan penagihan.
 - 4) *Network / Service management by the customers*. Dengan meningkatnya kecanggihan di bidang jasa telekomunikasi, beberapa kontrol dari layanan ini diberikan kepada pelanggan, misalnya kontrol *routing* pengaturan untuk layanan *freephone*.

b. Quality Kriteria

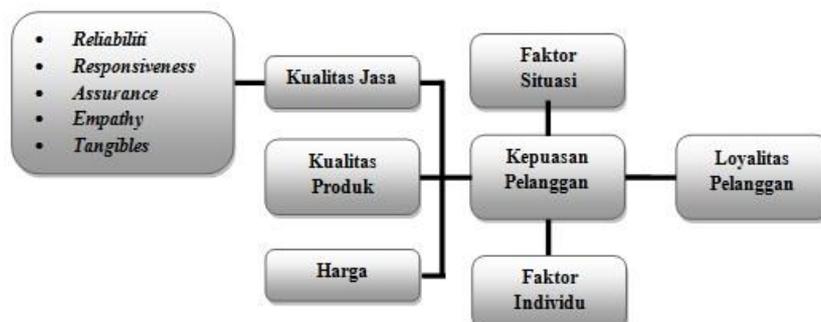
Menurut Oodan *et al* (2009:56) kriteria kualitas dapat dideskripsikan ke dalam 7 kriteria dibawah ini :

- 1) *Speed*. Kriteria kualitas ini diungkapkan oleh waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan salah satu *service function*.
- 2) *Accuracy*. Kriteria kualitas ini berkaitan dengan ketepatan dan kelengkapan dalam menjalankan fungsi komunikasi.
- 3) *Availability*, adalah kemungkinan dimana komponen yang relevan dari *service function* dapat diakses untuk kepentingan pelanggan saat permintaan.
- 4) *Reliability*, adalah kemungkinan fungsi layanan yang memperlihatkan dalam batas-batas tertentu untuk kecepatan, keakuratan atau ketersediaan dalam suatu periode tertentu.
- 5) *Security*. Kriteria kualitas ini berkaitan dengan kerahasiaan dimana fungsi pelayanan dilakukan. Tidak ada informasi yang diberikan kepada pihak yang tidak diinginkan.
- 6) *Simplicity*. Kemudahan dalam penerapan fungsi layanan. Kriteria kualitas ini menyangkut aspek ergonomis dimana fitur layanan ditangani oleh penyedia layanan. Hal ini juga mencakup persyaratan yang disukai pelanggan untuk layanan tertentu.
- 7) *Flexibility*. Kriteria kualitas ini tergabung bersama persyaratan opsional pelanggan terkait dengan pelayanan

Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas

Menurut Zeithaml, Bitner & Gremler (2009:75) harapan pelanggan merupakan keyakinan tentang penyediaan layanan yang berfungsi sebagai standar atau acuan terhadap kinerja yang dinilai. Karena pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja dengan titik-titik acuan ketika mengevaluasi kualitas pelayanan, pengetahuan mendalam tentang harapan pelanggan adalah untuk pemasar layanan.

Selanjutnya dikemukakan juga oleh Zeithaml, Bitner & Gremler (2009:103) bahwa kualitas layanan merupakan fokus yang mencerminkan persepsi pelanggan terhadap *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (ketanggapan), *emphaty* (empati), dan *tangibles* (berwujud). Namun disisi lain kepuasan pelanggan juga tercipta oleh kualitas produk, harga. Untuk membentuk suatu loyalitas pelanggan maka faktor situasional dan faktor personal perlu diperhatikan dalam mempengaruhi kepuasan yang dapat menciptakan loyalitas. Gambar 1 menunjukkan persepsi pelanggan terhadap kualitas sehingga terciptanya kepuasan pelanggan dan berujung pada loyalitas.



Gambar :1 Customer Perceptions of Quality and Customer Satisfaction

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2009:138) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Harga dalam elemenkepuasan pelanggan tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan nilai suatu produk dengan ekpektasi.

Menurut Zeithaml, Bitner & Gremler (2009: 105) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh fitur produk atau layanan, persepsi kualitas produk dan layanan, dan harga. Selain itu, faktor pribadi seperti suasana hati pelanggan atau keadaan emosional dan faktor-faktor situasional seperti pendapat anggota keluarga juga akan mempengaruhi kepuasan.

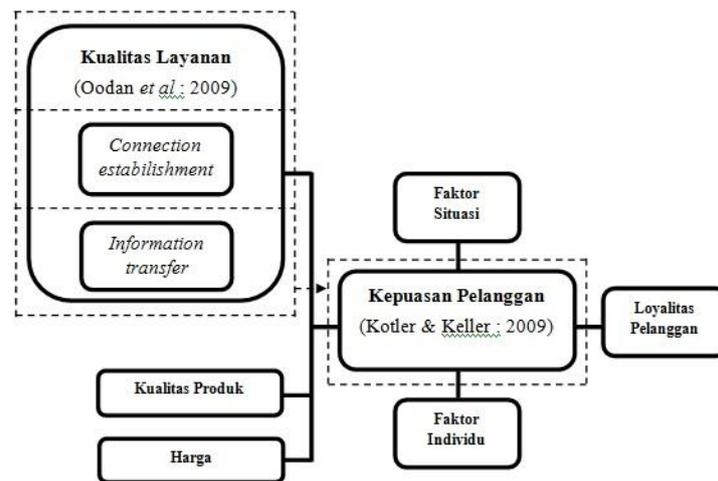
Definisi lain mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Buchory, 2010:67).

Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelanggan mampu memberikan banyak keuntungan bagi suatu perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, maka Speedy harus memikirkan bagaimana cara memberikan layanan terhadap pelanggannya itu dengan baik. Kepuasan pelanggan dipengaruhi beberapa faktor yaitu kualitas layanan, kualitas produk, dan harga (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2009:103). Namun faktor yang diteliti dalam penelitian ini hanya faktor dari kualitas layanan. Kualitas layanan dalam jasa telekomunikasi menurut Oodan et al (2009:53) yaitu *Connection establishment*, *Information transfer* dan *Connection Release*.

Connection establishment (X_1), merupakan kegiatan yang terkait dengan penetapan layanan telekomunikasi. *Information transfer* (X_2), merupakan ukuran kualitas yang mempengaruhi transfer informasi. *Connection release*, semua kegiatan yang terkait dengan pelepasan dari koneksi.

Menurut Kotler & Keller (2009:138) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Maka dari itu peneliti meneliti faktor kualitas layanan untuk menciptakan indikator kepuasan bagi pelanggan Speedy. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan perusahaan dapat memperbaiki kualitas layanan untuk mengoptimalkan layanannya sehingga menciptakan kepuasan pelanggannya.



Keterangan : [] = Ruang Lingkup Penelitian

Gambar 2: Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah diungkapkan dalam kalimat pertanyaan. (Sugiyono, 2010:96). Dalam penelitian ini kualitas jasa yang telah diberikan oleh pihak Speedy kepada pelanggannya merupakan salah satu faktor pengukuran kepuasan bagi pelanggannya. Berdasarkan ungkapan diatas, peneliti mengajukan hipotesis yang ingin diuji kebenarannya, yaitu **Kualitas layanan telah diberikan pihak Telkom Speedy berpengaruh pada kepuasan para pelanggannya di Kota Bandung Tahun 2014.**

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dan kausal, dimana penelitian deskriptif menurut Zikmund *et al*, (2009:55) yaitu penelitian yang menggambarkan karakteristik objek, orang, kelompok, organisasi atau lingkungan dan mencoba untuk meng gambarkannya dari situasi tertentu.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi mengenai kualitas layanan sebagai variabel *independen*, serta menjelaskan hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Speedy yang merupakan variabel *dependen*.

Kemudian dari segi penelitian kausal menurut Zikmund *et al*, (2009:57) yaitu penelitian yang berusaha mengidentifikasi hubungan sebab akibat.

Penelitian ini pada dasarnya ingin mengidentifikasi hubungan antar variabel yaitu, kualitas layanan *connection establishment* dan *information transfer* terhadap kepuasan pelanggan serta dalam penelitian ini akan diuji apakah kualitas layanan *connection establishment* dan *information transfer* berpengaruh pada kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung.

Analisis dan Pembahasan

Operasional Variabel

Pada penelitian ini operasional variabel dibuat untuk dapat menguraikan variabel penelitian ke dalam dimensi, indikator, item, dan skala. Operasional variabel menjadi dasar penulis dalam pembuatan kuesioner yang dijelaskan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2: Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item	Skala
<i>Connection Establishment</i> (X ₁) (Oodan <i>et al</i> : 2009)	Kecepatan proses aktivasi layanan (<i>Speed</i>)	1	Ordinal
	Kesesuaian layanan yang diberikan dengan layanan yang tertera (<i>Accuracy</i>)	2	Ordinal
	Kemudahan prosedur aktivasi layanan (<i>Simplicity</i>)	3	Ordinal
	Ketersediaan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (<i>Availability</i>)	4	Ordinal
	Proses aktivasi layanan dapat dilakukan kapan saja (<i>Flexibility</i>)	5	Ordinal
	Keandalan layanan setelah aktivasi (<i>Reliability</i>)	6	Ordinal
	Kerahasiaan data pelanggan terjamin (<i>Security</i>)	7	Ordinal
<i>Information Transfer</i> (X ₂) (Oodan <i>et al</i> : 2009)	Kecepatan koneksi (<i>Speed</i>)	8	Ordinal
	Ketepatan dengan yang dijanjikan (<i>Accuracy</i>)	9	Ordinal
	Kemudahan pelanggan memperoleh informasi yang dibutuhkan (<i>Simplicity</i>)	10	Ordinal
	Ketersediaan jaringan saat penggunaan (<i>Availability</i>)	11	Ordinal
	Speedy dapat digunakan dimana saja (<i>Flexibility</i>)	12	Ordinal
	Keandalan koneksi Speedy (<i>Reliability</i>)	13	Ordinal
	Kerahasiaan data informasi yang digunakan pelanggan terjamin (<i>Security</i>)	14	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y) (Kotler & Keller : 2009)	Kesesuaian harga yang dibayar dengan kualitas yang dirasakan	15	Ordinal
	Kesesuaian kualitas yang dirasakan dengan harapan	16	Ordinal
	Kepuasan terhadap solusi atas keluhan	17	Ordinal
	Kepuasan atas kecepatan layanan	18	Ordinal
	Kepuasan atas layanan secara keseluruhan	19	Ordinal

Tanggapan Responden Mengenai *Connection Establishment* (X₁)

1. Kecepatan proses aktivasi layanan.
Responden bertanggapan bahwa aktivasi layanan Speedy cepat, karena masih ada dalam kategori baik dengan mendapatkan persentase 69.75%.
2. Kesesuaian layanan yang diberikan dengan layanan yang tertera.
Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut, layanan yang digunakan sesuai dengan informasi yang tertera sebelumnya mendapat persentase 73.25%. Sehingga pernyataan tersebut masih ada dalam kategori baik
3. Kemudahan prosedur aktivasi layanan.
Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut, hasil pengolahan data menunjukkan persentase sebesar 61.50% atau berada dalam kategori tidak baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa prosedur aktivasi layanan Speedy tidak mudah.
4. Ketersediaan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
Hasil pengolahan menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut mendapatkan persentase sebesar 62.25% atau dalam kategori tidak baik. Sehingga apa yang dibutuhkan pelanggan belum tersedia pada layanan Speedy.
5. Proses aktivasi layanan dapat dilakukan kapan saja.
Dari hasil pengolahan data menyatakan pernyataan tersebut mendapat persentase 72.25% atau dalam kategori baik menurut tanggapan responden. Sehingga dapat disimpulkan proses aktivasi layanan Speedy kondisi baik.
6. Keandalan layanan setelah aktivasi
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut sebesar 72%. Sehingga pernyataan tersebut dalam kategori baik.
7. Kerahasiaan data pelanggan terjamin
Dari hasil pengolahan data responden berpendapat bahwa data pelanggan Speedy terjamin kerahasiaannya, karena pernyataan tersebut 70.50% yang berada pada kategori baik.

Berdasarkan hasil perhitungan dan garis kontinum, dapat dilihat dari tujuh item pernyataan yang diajukan, responden yang berjumlah 100 orang menilai variabel *connection establishment* termasuk kategori baik dengan persentase total sebesar 68.78%.

Tanggapan Responden Mengenai *Information Transfer* (X₂)

8. Kecepatan koneksi
Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa tanggapan dari 100 responden mengenai pernyataan tersebut mendapatkan persentase 69.75% atau dalam kategori baik, sehingga dapat disimpulkan koneksi jaringan Speedy cepat.
9. Ketepatan dengan yang dijanjikan
Dari hasil pengolahan data 100 responden menyatakan pernyataan tersebut dalam kategori yang baik karena mendapatkan persentase 73.25%. Sehingga dapat dikatakan bahwa ketepatan antara kualitas dengan yang dijanjikan.
10. Kemudahan pelanggan memperoleh informasi yang dibutuhkan
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan 100 responden mengenai pernyataan tersebut mendapatkan persentase 63.5% sehingga pernyataan tersebut dalam kategori baik.
11. Ketersediaan jaringan saat penggunaan
Hasil pengolahan data dari 100 orang responden menunjukkan bahwa pernyataan ketersediaan jaringan dalam kategori baik karena berada pada persentase 64%.
12. Speedy dapat digunakan dimana saja
Dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pernyataan speedy dapat digunakan dimana saja dalam kondisi baik karena mendapatkan persentase 72%.
13. Keandalan koneksi Speedy
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut berada pada persentase 50.25%, sehingga pernyataan keandalan koneksi Speedy berada dalam kondisi tidak baik.
14. Kerahasiaan data informasi yang digunakan terjamin
Dari hasil pengolahan data menurut tanggapan 100 orang responden mengenai pernyataan tersebut mendapatkan persentase sebesar 68% atau pernyataan tersebut berada dalam kategori baik.

Berdasarkan hasil perhitungan dan garis kontinum, dapat dilihat dari tujuh item pernyataan yang diajukan, responden yang berjumlah 100 orang menilai variabel *information transfer* termasuk kategori baik dengan persentase total sebesar 65.82%.

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y)

15. Kesesuaian harga yang dibayar dengan kualitas yang dirasakan
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut berada pada persentase 48.25%, sehingga pernyataan kesesuaian harga yang dibayar dengan kualitas yang dirasakan pelanggan Speedy berada dalam kondisi tidak baik.
16. Kesesuaian kualitas yang dirasakan dengan harapan
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut berada pada persentase 66.5%, sehingga pernyataan kesesuaian kualitas yang dirasakan dengan harapan pelanggan Speedy berada dalam kondisi baik.
17. Kepuasan terhadap solusi atas keluhan
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut berada pada persentase 55.25%, sehingga pernyataan kepuasan terhadap solusi atas keluhan pelanggan Speedy berada dalam kondisi tidak baik.
18. Kepuasan atas kecepatan layanan
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut berada pada persentase 68.5%, sehingga pernyataan kepuasan atas kecepatan layanan Speedy berada dalam kondisi baik.
19. Kepuasan atas layanan secara keseluruhan
Hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut berada pada persentase 67.5%, sehingga pernyataan kepuasan atas layanan keseluruhan pelanggan Speedy berada dalam kondisi baik.

Berdasarkan hasil perhitungan dan garis kontinum, dapat dilihat dari lima item pernyataan yang diajukan, responden yang berjumlah 100 orang menilai variabel kepuasan pelanggan termasuk kategori tidak baik dengan persentase total sebesar 61.2%.

Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan cara mengambil keputusan adalah dengan menggunakan metode *statistic One Sample Kolmogorov Smirnov* karena n lebih dari 50. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 3: Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	1.82734671
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.072
	<i>Positive</i>	.072
	<i>Negative</i>	-.046
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.721
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.677

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari *output* di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) sebesar 0,677. Karena p value 0,677 atau lebih besar dari 0,05 yang artinya signifikan atau bermakna secara statistik, dapat dikatakan nilai berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Pada penelitian ini uji multikolinearitas akan dilakukan dengan cara membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).

Tabel 4: Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

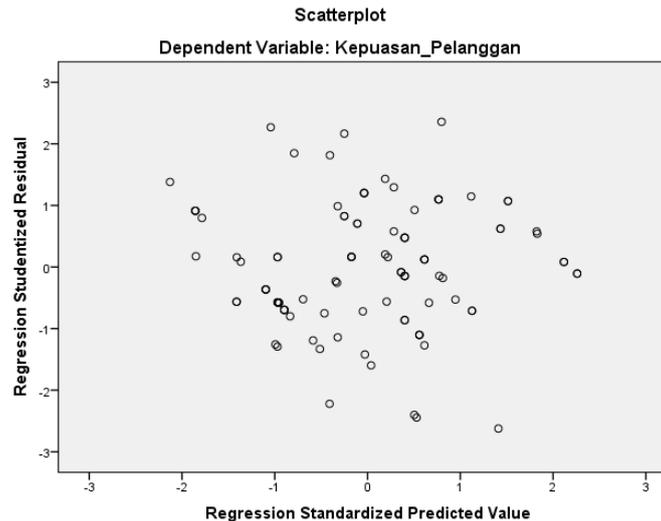
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Connection_Estabilishment	.241	4.153
Information_Transfer	.241	4.153

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sesuai dengan yang dikatakan menurut Wijaya dalam Sarjono dan Julianita (2011:70), Hasil nilai *tolerance* variabel X_1 yaitu *connection estabilishment* dari hasil SPSS menunjukkan nilai 0,241 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF 4,153 dibawah 10 maka semua data variabel X_1 yaitu *connection estabilishment* terbebas dari multikolinearitas. Sedangkan untuk nilai *tolerance* variabel X_2 yaitu *information transfer* berada pada nilai 0,241 dan nilai VIF 4,513 dibawah 10 sehingga, data variabel X_2 yaitu *information transfer* terbebas dari multikolinearitas. Dapat disimpulkan kedua variabel tersebut terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi homos kedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola penyebaran titik-titik pada grafik scatterplot.



Gambar 3: Hasil Uji Heterokedastisitas

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:249) cara untuk mengamati terjadinya heterokedastisitas atau tidaknya, dapat dilihat dari scatter plot dimana tidak terjadi pola tertentu pada grafik. Jika dilihat pada gambar 4.7 dapat kita lihat bahwa titik - titik tidak membentuk pola tertentu. Titik - titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi atau asumsi homos kedastisitas terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari uji asumsi klasik sebelumnya, dapat dipastikan bahwa model regresi memenuhi semua uji asumsi klasik. Selanjutnya teknik penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tabel 5: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1.409	.874		
1 Information_Transfer	.929	.088	1.128	10.592	.000
Connection_Estabilishment	-.267	.087	-.328	-3.081	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$\hat{Y} = 1,409 + (- 0,267) X_1 + (0,929) X_2$$

Di mana:

\hat{Y} = Kepuasan Pelanggan, b = koefisien regresi

X_1 = Connection Estabilishment

X_2 = Information Transfer

a = Nilai konstanta

Persamaan regresi linier tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 1,409, artinya jika tidak ada variasi kualitas layanan *connection estabilishment* dan kualitas layanan *information transfer*, maka kepuasan pelanggan sebesar 1,409.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan *connection estabilishment* (X_1) sebesar -0,267 artinya, jika kualitas layanan *connection estabilishment* mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan mengalami perubahan sebesar -0,267 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan *information transfer* (X_2) sebesar 0,929 artinya, jika kualitas layanan *information transfer* mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan mengalami perubahan sebesar 0,929 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Pengujian Hipotesis

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (X) yaitu *connection estabilishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) serta variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Dalam pengujian hipotesis ini dapat diketahui bahwa hipotesis mana yang dapat diterima, dimana ada beberapa uji hipotesis yang diantaranya:

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.

Tabel 6: Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1.409	.874		
1 Information_Transfer	.929	.088	1.128	10.592	.000
Connection_Estabilishment	-.267	.087	-.328	-3.081	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilakukan uji koefisien regresi secara parsial untuk masing-masing variabel independen sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial Variabel *Connection Establishment* (X_1)
 Dari uji t didapat nilai probabilitas variabel *connection establishment* (X_1) sebesar 0,03 lebih kecil dibanding 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *connection establishment* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung.
2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial Variabel *Information Transfer* (X_2)
 Dari uji t didapat t nilai probabilitas variabel *information transfer* sebesar 0,00 yang berarti lebih kecil dibanding 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *information transfer* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan antara *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung.

H_a : Terdapat pengaruh secara simultan antara *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan SPSS 20, penulis memperoleh hasil uji F yang dijelaskan pada table dibawah ini:

Tabel 7: Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	917.418	2	458.709	134.596	.000 ^b
Residual	330.580	97	3.408		
Total	1247.998	99			

a. Dependent Variable: *Kepuasan_Pelanggan*

b. Predictors: (Constant), *Information_Transfer*, *Connection_Establishment*

Dari pengujian uji f didapat nilai probabilitas *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) sebesar 0,00 maka lebih kecil dibanding 0,05 jadi, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) layanan terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung.

c. Koefisien Determinasi (r^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 20 maka penulis memperoleh hasil analisis koefisien determinasi yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 8: Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.735	.730	1.846

a. Predictors: (Constant), *Information_Transfer*, *Connection_Establishment*

Berdasarkan *output* pada tabel diatas diperoleh angka *R Square* sebesar 0,735. Menghitung besarnya pengaruh *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung digunakan koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R \text{ square} \times 100\% \\ \text{KD} &= 0,735 \times 100\% \\ \text{KD} &= 73,5\% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu variabel *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 73,5%. Atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model ini yaitu variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel *connection establishment* (X_1) dan *information transfer* (X_2) sebesar 73,5%. Sedangkan sisanya sebesar 26,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di luar variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Tanggapan Responden Mengenai *Connection Establishment*

Kualitas layanan *connection establishment* dapat terlihat bahwa secara umum yang telah ditetapkan oleh Speedy berada dalam posisi yang baik. Namun dari tujuh item pernyataan terdapat dua item pernyataan yang harus menjadi perhatian pihak Speedy dari variabel *connection establishment* karena dalam kondisi yang tidak baik yaitu kemudahan prosedur aktivasi layanan dan ketersediaan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dari kedua pernyataan tersebut dapat berdampak terhadap kepuasan pelanggan karena kedua pernyataan tersebut merupakan indikator dari *connection establishment*.

2. Tanggapan Responden Mengenai *Information Transfer*

Kualitas layanan *information transfer* dapat terlihat bahwa secara umum yang telah ditetapkan oleh Speedy berada dalam posisi yang baik. Namun dari tujuh item pernyataan terdapat satu item pernyataan yang harus menjadi perhatian pihak Speedy dari variabel *information transfer* yang berada pada kondisi yang tidak baik yaitu keandalan koneksi speedy. Bahkan dari item pernyataan tersebut hampir termasuk dalam kondisi sangat tidak baik. Dari pernyataan tersebut dapat berdampak terhadap kepuasan pelanggan karena pernyataan tersebut merupakan indikator dari *information transfer*.

3. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat terlihat bahwa secara umum yang telah ditetapkan oleh Speedy berada dalam posisi yang tidak baik. Dari lima item pernyataan ada dua item yang pernyataan yang harus menjadi perhatian pihak Speedy dari variabel kepuasan pelanggan, yaitu kesesuaian harga yang dibayar dengan kualitas yang dirasa dan pernyataan kepuasan terhadap solusi atas keluhan. Dari kedua pernyataan tersebut dapat berdampak terhadap kepuasan pelanggan karena kedua pernyataan tersebut merupakan indikator dari kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh *Connection Establishment* dan *Information Transfer* terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy di Kota Bandung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara simultan *connection establishment* dan *information transfer* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Kota Bandung. Secara parsial, *connection establishment* memiliki dampak negatif sebesar -0,267 dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan *information transfer* memiliki dampak positif sebesar 0,929 dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *connection establishment* dan *information transfer* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 73,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain atau sebab – sebab lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diluar variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diketahui bahwa *connection establishment* dan *information transfer* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian dan pembahasan juga

dapat dilihat hal – hal yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan Speedy di Kota Bandung. Untuk mengetahui apa yang harus dipertahankan dan apa yang harus ditingkatkan dapat diketahui dengan cara melihat hasil kuesioner yang telah diberikan kepada responden. Hal tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Speedy dapat mempermudah proses aktivasi untuk para pelanggan, agar pelanggan tidak kesulitan dalam pemasangan perangkat internet speedy.
- b. Speedy dapat memberikan layanan – layanan terbaiknya kepada pelanggannya sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggannya, sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Agar tidak mengalami penurunan kepuasan pelanggannya.
- c. Speedy dapat menepati kualitas yang telah mereka janjikan terhadap pelanggannya dengan menepati kualitas kecepatan internet yang tertera pada media informasi sebelumnya sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh pelanggan.
- d. Speedy dapat cepat tanggap dan memberikan solusi terbaik terhadap keluhan – keluhan pelanggannya, agar pelanggan dapat terpuaskan akan pelayanan yang diberikan Speedy.
- e. Speedy dapat mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dari yang telah ditetapkan perusahaan agar pelanggan tidak mengalami kekecewaan, sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini muncul beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yang terdiri dari :

- a. Saran untuk peneliti selanjutnya terutama bagi yang berminat untuk meneliti kembali dengan objek penelitian Speedy agar lebih mengembangkan pada pembahasan dan masalah diluar pembahasan penelitian ini. Mengingat bahwa pada model penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh variabel bebas kepuasan pelanggan dengan variabel terikat kualitas layanan (*connection establishment* dan *information transfer*).
- b. Kualitas layanan *connection establishment* dan *information transfer* pada penelitian ini mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 73,5% dan sisanya dipengaruhi variabel lain, oleh karena itu penulis menyarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, dan menambah dimensi lain pada kualitas layanan yaitu *service management, charging and billing, network/service management by customer* karena dimensi kualitas layanan pada penelitian ini hanya menggunakan dimensi *connection quality* yaitu *connection establishment* dan *information transfer* terhadap pelanggan yang menggunakan produk.
- c. Penulis juga menyarankan kepada para peneliti selanjutnya meneliti objek penelitian perusahaan telekomunikasi lain sehingga dapat menambah pengetahuan bagi banyak pihak.

Daftar Pustaka

- Amrih, Suko Wibowo. (2009). <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/14907?mode=full>. *Pengaruh Pelayanan Jasa IndosatM2 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Indosat Tbk. Medan Perjuangan)*. Diakses pada 16 Maret 2014.
- Achmad Buchory, Herry.(2010). *Manajemen Pemasaran (Teori Aplikasi, dan Tanya Jawab)*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Linda Karya.
- Anonim. (2014). Tersedia: <http://www.apjii.or.id>. [9 Oktober 2014].
- Anonim. (2014). Tersedia: <http://itu.int>. [9 Oktober 2014].
- Anonim. (2013). Tersedia: <http://bandungkota.bps.go.id>. [9 Oktober 2014].
- Anwar, Sanusi. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chakraborty, Shibashish dan Sengupta, Kalyan.(2013). <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/JAMR-11-2012-0049>. *An exploratory study on determinants of customer satisfaction of leading mobile network providers – case of Kolkata, India*. Diakses pada 10 Februari 2014.
- Elysabeth, Melysa Ponggoh. (2013). *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado*. Manado.

- Hardiyanti, Ratih. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun The Pagilaran*. Semarang; Universitas Diponegoro.
- Inantika, Prisilia. (2012). *Pengaruh Quality of Service Flash terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel Flash di Kota Bandung*. Bandung; Institut Manajemen Telkom.
- Indonesia, Telkom. [online]. *Tentang Telkom*. Tersedia: <http://www.telkom.co.id/en/tentang-telkom>. [9 Oktober 2014].
- Kang, Gi – Du dan James, Jeffrey (2004). 10. http://www.ftsm.ukm.my/aishah/paper%20pdf_1st%20retail/Gi%20Du%20Kang%20Service%20quality%20dimensi%20an%20examination%20of%20Gronroos%20service%20quality%20model.pdf. *Service Quality Dimensions : An examination of Gronroos's Service Quality Model*. Diakses pada 16 Maret 2014.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Nariswari, Rinda dan Iriawan, Nur.(2012). <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=60973&val=4187>. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Flexi Mobile Broadband di Wilayah Surabaya*. Diakses pada 16 Maret 2014.
- Nugraha, Andhika. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Indosat IM2 terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Bandung*. Bandung: Institut Manajemen Telkom.
- Oodan, A., Ward, K., Savolaine, C., Daneshman, M., & Hoath, P. (2009). *Telecommunication Quality of Service Management (new cover ed)*. London, United Kingdom : The Institution of Engineering and Technology.
- Peter, Uwe Kanning dan Bergmann, Nina.(2009). <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09604520910971511>. *Predictors of customer satisfaction: testing the classical paradigm*. Diakses pada 10 Februari 2014.
- Pramudiana, Yudi. (2010). *Peta Perilaku Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan Layanan Koneksi Internet di Jakarta, Surabaya dan Bandung*. Bandung; Institut Manajemen Telkom.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Riduwan dan Sunarto. (2010). *Pengantar STATISTIKA untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Riduwan. (2009). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Teguh. (2011). *Marketing Strategic* (Cetakan Pertama). Yogyakarta : Oryza.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan & Martadiredja, Tutty (2008), *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*, Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, Uma. dan Bougie, Roger. (2009), *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. Wiley, United Kingdom
- Speedy, Telkom. *Product description*. [online]. Tersedia: <http://telkomspeedy.com/product-description>. [9 Oktober 2014]
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Pendidikan*.(Cetakan Ke-11). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryana dan Riduwan. (2010). *Statistika Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Taniredja, Tukiran & Mustadifah, Hidayati (2011), *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Telkom.(2014). *Jumlah pelanggan speedy di Jawa Barat*. Bandung: Telkom ITSS Regional III.
- Telkom.(2014). *Jumlah pelanggan speedy di Kota Bandung*. Bandung: Telkom ITSS Regional III.
- Telkom.(2014). *Jumlah keluhan yang masuk lewat 147*. Bandung: HR Witel Regional III
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran* . Edisi Ketiga. Yogyakarta : ANDI.

- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dedi Andriana. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta : ANDI.
- Wicaksono, Ranga. (2011). *Analisis Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy di Jakarta Barat*. Bandung; Institut Manajemen Telkom.
- Widoyoko, E. Putro. 2012. Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Williams, Paul, dan Naumann, Earrl. (2009). <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/08876041111107032>. *Customer satisfaction and business performance: a firm-level analysis*. Diakses pada 16 Maret 2014.
- Zeithaml, Bitner & Gremler (2009), *Service Marketing*. Singapore: McGraw Hill.
- Zikmund, Babin & Carr Griffind. (2010). *Business Research Methods (eight edition)*. South Western: Cengage Learning.