

ABSTRAK

Jumlah pengguna PT. Indosat Ooredoo mengalami kenaikan pada tahun 2014-2015, selain itu tingkat pendapatan pun naik pada kuartal III bulan September 2014-2015 begitu pula tingkat kerugian yang menurun pada kurun waktu yang sama. Hal tersebut mengindikasikan bahwa telah terjadi kinerja yang baik pada PT. Indosat Ooredoo. Kinerja yang baik tidak lepas dari kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas layanan yang akan diberikan ke pelanggan direncanakan oleh manajer. Dengan mengetahui kebutuhan pelanggan maka akan memperkecil tingkat kesenjangan antara persepsi pelanggan dan manajerial. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian untuk menganalisis perbandingan kualitas layanan antara persepsi pelanggan dan manajerial pada PT. Indosat Ooredoo di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan berdasarkan persepsi pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Bandung, kualitas layanan berdasarkan persepsi manajerial Indosat Ooredoo di Kota Bandung, dan *gap*/kesenjangan kualitas layanan antara persepsi pelanggan dan manajerial Indosat Ooredoo di Kota Bandung.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada 385 pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Bandung dan 31 manajerial pada Indosat Ooredoo di Kota Bandung. Pengolahan data dilakukan melalui analisis deskriptif dengan membandingkan skor atau nilai dari responden.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa menurut pelanggan dan manajerial PT. Indosat Ooredoo kualitas layanan seluler memiliki tingkat kepentingan "Sangat Penting". Terdapat *gap*/kesenjangan antara persepsi pelanggan dan manajerial dimana tingkat kepentingan berdasarkan persepsi manajerial lebih tinggi dari persepsi pelanggan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan telah menempatkan tingkat kepentingan kualitas layanan diatas persepsi pelanggan. Terdapat sudut pandang yang berbeda pada kedua responden. Dimana menurut persepsi pelanggan item *security*, *flexible-price policy*, *efficiency and effectiveness*, dan *accuracy* merupakan item dengan nilai tertinggi. Sedangkan menurut persepsi manajerial item *efficiency and effectiveness*, *integration*, *security*, dan *training* merupakan item dengan nilai tertinggi.

Berdasarkan hasil penelitian PT. Indosat Ooredoo di Kota Bandung telah memiliki nilai kepentingan mengenai kualitas layanan di atas penilaian pelanggan yang berarti perusahaan sudah menganggap penting apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan. Perusahaan dapat mempertimbangkan persepsi pelanggan untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam hal *security*, *flexible-price policy*, *efficiency and effectiveness*, dan *accuracy* dimana hal tersebut adalah sesuatu yang dianggap paling penting oleh pelanggan. Pada kasus kesenjangan/*gap* antara persepsi pelanggan dan manajerial diharapkan manajemen untuk berusaha memperkecilnya dengan cara menghindari terjadinya *overperception* atau terlalu tingginya persepsi dalam hal mendesain penyampaian layanan kepada pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Kesenjangan persepsi, Layanan telekomunikasi