

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GROOVIA TV DI BANDUNG

Anisa Anggarani¹, Citra Kusuma Dewi², Se.³

¹Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

¹anisaanggarani@yahoo.com

Abstrak

Semakin meningkatnya revolusi kemajuan teknologi, seiring akan meningkatnya kebutuhan informasi dan hiburan dimasyarakat, maka munculah teknologi di dunia pertelevisian salah satunya adalah tv berlangganan Groovia TV. Dalam bisnis yang bergerak dalam perindustrian jasa, peran pelanggan sebagai penentu jalannya roda perekonomian, Hal tersebut menyebabkan perlu bagi sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa untuk menjaga kepuasan para pelanggannya agar terus meningkat. Tingkat kepuasan pelanggan dapat terus dijaga dan ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dari Groovia Tv tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2009:103), yang dikutip dari buku Service Marketing mengemukakan bahwa persepsi pelanggan terhadap dimensi kualitas layanan ini turut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berfokus pada penilaian pelanggan atas lima dimensi layanan. Kepuasan pada sisi lain juga dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas layanan, kualitas produk, dan harga serta turut dipengaruhi juga oleh faktor-faktor personal dan situasional. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausal, dengan populasi pelanggan Groovia TV periode 2012 yang berjumlah 817 orang, dan diambil sampel 100 orang menggunakan teknik non probability sampling, dengan metode accidental sampling. Teknik pengambilan data dari kuisioner, dengan menggunakan Skala Likert dengan empat alternatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis secara parsial melalui uji-t, dan Koefisien Determinasi (R^2). Dari hasil penelitian diperoleh melalui persamaan regresi $Y = 2.814 + 0.370 X_1 + 0.183 X_2 - 0.240 X_3 + 0.297 X_4 + 0.535 X_5$. Berdasarkan uji t, dimensi reliability, empathy, dan tangible terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dimensi responsiveness dan assurance tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh adalah rata-rata persentase skor untuk variabel X (kualitas pelayanan) yakni sebesar 82.6%. Artinya kualitas pelayanan sudah dinilai baik oleh pelanggan. Rata-rata persentase skor untuk variabel Y (kepuasan pelanggan) yakni sebesar 83.6%. Artinya produk Groovia TV sudah bisa memberikan kepuasan bagi pelanggannya, sedangkan berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menerangkan kepuasan pelanggan sebesar 0.595. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan Groovia TV sebesar 59.5% dan sisanya 40.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Kata Kunci: Pemasaran, Jasa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

telkom
University

BAB I PENDAHULUAN

1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1.1.1 SEJARAH SINGKAT PT INDONUSA TELEMEDIA

PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) yang didirikan pada tanggal 7 Mei 1997, merupakan salah satu anak perusahaan Telkom Indonesia yang bergerak dalam bidang Jasa Penyiaran Televisi berbayar dengan kantor pusat yang berada di Jakarta, Indonesia. Saat ini Telkom Vision memberikan layanan siaran televisi kabel, televisi satelit, dan televisi protokol internet. Untuk layanan berbasis kabel cakupan telah tersebar di beberapa kota di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Denpasar dan beberapa kota besar lainnya. Untuk yang berbasis satelit atau DTH (*direct to home*) cakupan mencapai siaran seluruh wilayah Indonesia yang termasuk dalam jaringan satelit Telkom-1. Perkembangan pesat pada PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) menuntut adanya pengembangan sumber daya baik manusia maupun teknologi yang selaras. Pada perkembangan teknologi, PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) berorientasi pada cepatnya perubahan teknologi penyiaran dan informasi serta berubahnya gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu, PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) bersama TELKOM Group pada tahun 2011 meluncurkan produk unggulannya, yaitu GrooviaTV, layanan televisi berbayar yang berbasis IPTV (*Internet Protocol Television*) pertama di Indonesia dan diluncurkan pada 4 Juni 2011. IPTV atau *Internet Protocol Television* adalah layanan multimedia berupa siaran TV, video, audio, teks, gambar, data yang didistribusikan melalui jaringan berbasis *internet protocol*. GrooviaTV bukan sekadar siaran televisi yang didistribusikan via internet, melainkan juga merupakan sebuah bentuk sinergi antara kekuatan internet dan *web interaction* dengan kekuatan media televisi. Jadi, selain bisa menyaksikan televisi, penonton dapat melakukan interaksi dua arah terhadap tayangan televisi.

Tidak seperti kebanyakan televisi berlangganan lainnya, Groovia TV mempunyai fitur-fitur terobosan yang inovatif yang tidak kalah menarik dengan fitur-fitur televisi berlangganan lainnya, antara lain:

- **Live Television**, fitur utama, berupa penayangan siaran TV yang sedang ditayangkan oleh stasiun televisi tertentu, baik TV lokal maupun TV Berbayar.
- **NPVR (Network Personal Video Recorder)**, Merupakan layanan penyimpanan yang disediakan oleh GrooviaTV dan dapat digunakan pelanggan untuk menyimpan program pilihan pelanggan dari berbagai *channel* yang tersedia. Pengosongan *storage* dilakukan dengan cara penghapusan manual oleh pelanggan. Selain itu, pelanggan dapat merekam video/program TV yang sedang tayang maupun yang akan tayang.
- **Time Shift TV (Rewind TV)**, Pelanggan dimungkinkan untuk memutar/memainkan kembali tayangan program TV yang telah tersedia dengan basis program *live* TV. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk menghentikan siaran dan melanjutkannya kemudian.
- **Parent Control**, Merupakan layanan untuk melakukan pengawasan tayangan bagi anak-anak yang disediakan oleh Groovia TV, dimana terdapat pilihan bagi anda untuk mengatur level tayangan sesuai dengan yang Anda inginkan.
- **Radio**, Merupakan layanan konten audio yang disediakan oleh Groovia TV, konten audio berupa program radio nasional.
- **Video-on-Demand**, fasilitas untuk memilih video, film, musik, pertandingan olahraga dari katalog yang ada untuk bisa ditonton oleh konsumen. Selama video dimainkan, konsumen bisa melakukan *trick play* (*rewind, pause, play, fast-forward, jump*) ke bagian tertentu.
- **Karaoke on Demand**, Merupakan fitur yang memungkinkan pelanggan memasang file video musik yang dispesifikasikan secara khusus untuk karaoke. Seperti juga *feature* Video dan Music, konten-konten Karaoke akan disimpan dalam katalog menurut kategori-kategori serta dapat dicari dengan menggunakan fasilitas *searching*. Pelanggan juga dapat menyimpan Karaoke favoritnya.

- **TV-on-Demand**, fasilitas perekaman acara/tayangan televisi otomatis untuk kemudian disimpan di server GrooviaTV. Jadi, tanpa perlu merekam, konsumen bisa menonton acara TV yang disiarkan dengan rentang waktu beberapa hari ke belakang. Menu *trick play* (*fast-forward, pause, rewind*) juga bisa digunakan di fasilitas ini.
- **Games-on-Demand**, memungkinkan konsumen untuk bisa bermain game yang disediakan oleh Groovia TV.
- **Bantuan**, Merupakan layanan untuk memberikan bantuan pada anda untuk penggunaan seluruh fitur yang tersedia di Groovia TV.

1.1.2 VISI DAN MISI PT INDONUSA TELEMEDIA

VISI

"To become the leading pay television company in the region"

PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) berupaya menempatkan diri sebagai perusahaan televisi berbayar terkemuka di Indonesia.

MISI

"To deliver valued services with world-class quality and build a professional and competent team"

PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) mempunyai misi mengirimkan nilai yang tinggi, kualitas jasa yang bertaraf dunia, dan membangun tim yang kompeten serta professional.

1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Seiring dengan reformasi teknologi yang terus bergulir dan merambah banyak aspek kehidupan global, Indonesia pun tak lepas dari imbas dan gejolak teknologi, bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya. Yang mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat hiburan dalam industri pertelevisian dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari penyedia layanan untuk televisi berbayar yang bisa

menyediakan hiburan untuk membuat suasana menjadi menyenangkan mungkin saat berada di rumah dan melupakan pekerjaan kantor yang sangat banyak menyita waktu dan tenaga. Karena tidak dipungkiri bahwa dunia pertelevisian selain menjadi penghibur juga menjadi salah satu kebutuhan untuk masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi. Hal ini lah yang dianggap sebagai peluang baik untuk dimanfaatkan oleh perusahaan yang menyediakan jasa penyiaran televisi berbayar.

Televisi berbayar adalah jasa penyiaran saluran televisi yang dilakukan khusus untuk pelanggan yang bersedia membayar (berlangganan) secara berkala. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perindustrian jasa yang fokus sebagai penyedia layanan televisi berbayar adalah PT. Indonusa Telemedia (Telkom Vision). Ini yang terjadi pada perkembangan usaha jasa penyiaran TV berbayar pada era globalisasi. Sekarang paradigma tentang televisi telah berubah, yang sebelumnya hanya menyediakan siaran nasional (RCTI, SCTV, TVRI, Indosiar, ANTV, Trans TV, Trans 7, MNC, Global TV) saja untuk dipertontonkan namun sekarang menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai pelayanan. Mulai dari siaran internasional, fasilitas untuk karaoke, radio, atau bahkan game.

Perkembangan pesat pada PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) dalam menyediakan layanan televisi berbayar menuntut adanya pengembangan sumber daya baik manusia maupun teknologi yang selaras. Pada perkembangan teknologi, PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) berorientasi pada cepatnya perubahan teknologi penyiaran dan informasi serta berubahnya gaya hidup masyarakat. Tidak hanya menyediakan layanan siaran televisi kabel dan televisi satelit, Telkom Vision juga memberikan layanan siaran televisi protokol internet. Oleh karena itu, PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) bersama TELKOM Group pada tahun 2011 meluncurkan produk unggulannya, yaitu GrooviaTV, layanan televisi berbayar yang berbasis IPTV (*Internet Protocol Television*) pertama di Indonesia yang diluncurkan pada tanggal 4 Juni 2011. IPTV atau *Internet Protocol Television* adalah layanan multimedia berupa siaran TV, video, audio,

teks, gambar, data yang didistribusikan melalui jaringan berbasis *internet protocol*.

Tidak seperti kebanyakan televisi berlangganan lainnya, Groovia TV mempunyai fitur-fitur terobosan yang inovatif yang membedakan dengan fitur-fitur televisi berlangganan lainnya. Salah satu fitur utama dari Groovia TV tersebut adalah *Live Television*, *Time-Shifted Television*, dan *Video-on-Demand*. Kelebihan dari fitur tersebut adalah para pelanggan bisa menonton tayangan siaran TV yang sedang ditayangkan, memutar atau memainkan kembali tayangan program TV yang tersedia, dan menggunakan fasilitas yang tersedia dalam *video-on-demand* yang memungkinkan pelanggan untuk memilih video, film, musik, pertandingan olah raga dari katalog yang tersedia. Selama menggunakan fitur-fitur dari Groovia TV, pelanggan bisa melakukan *trick play* (*rewind*, *pause*, *play*, *fast forward*, *jump*) kebagian tertentu.

Suatu perusahaan yang bergerak dalam perindustrian jasa sangat erat kaitannya dalam memberikan jasa pelayanan. Tidak terkecuali pada perusahaan PT. Indonusa Telemedia (Telkom Vision). Memberikan kualitas yang baik sangat dibutuhkan mengingat pelanggan mempunyai keinginan yang selalu harus dipenuhi dan dipuaskan. Konsumen selalu mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari para penyedia produk/jasa, dalam hal ini mereka ingin diperlakukan secara professional serta memperoleh sesuatu sesuai dengan yang mereka harapkan.

Menurut dari beberapa para ahli, kesimpulan untuk pengertian kualitas adalah keseluruhan dari kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberi kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Dan hal ini yang harus diperhatikan perusahaan dalam menjual produknya. Oleh sebab itu, penjualan sangat berpengaruh pada perusahaan untuk meraih keunggulan yang berkesinambungan baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang. Periset mengidentifikasi lima determinan kualitas jasa berikut ini, berdasarkan urutan arti pentingnya:

1) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.

2) Daya Tanggap (*Responsivines*)

Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan yang tepat waktu.

3) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka yang menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.

4) Empati (*Empathy*)

Kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.

5) Wujud (*Tangible*)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Sepanjang tahun 2012 Groovia TV mempunyai jumlah pelanggan sebanyak 817 pelanggan. Tetapi pada kenyataannya diketahui bahwa jumlah pelanggan Groovia TV mengalami fluktuasi atau keadaan tidak stabil di tiap bulannya. Hal ini dikarenakan karena terdapat beberapa fenomena-fenomena yang terjadi yang berhubungan dengan pelayanan yang diterima pelanggan dari perusahaan. Dari pengalaman penulis saat melakukan kegiatan magang pada PT. Indonusa Telemedia (Telkom Vision), penulis menemukan beberapa *complains* atau keluhan yang diberikan pelanggan terutama ditujukan kepada petugas *customer service* saat memberikan pelayanan.

Salah satunya dilihat dari dimensi kualitas jasa dalam memberikan pelayanan yang kaitannya dengan keandalan (*reliability*) pelanggan masih merasa tidak sesuai pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan dengan seringnya terjadi gangguan pada layanan jaringan internet speedy. Masih dalam dimensi *reliability*, pelanggan juga merasa ketidaksesuaian tarif dan pelayanan yang menyebabkan persepsi pelanggan bahwa harga produk Groovia TV lebih mahal dibandingkan dengan harga produk lainnya.

Dilihat dari dimensi kualitas jasa yang kaitannya dengan jaminan (*assurance*), informasi yang disampaikan tidak dilakukan dengan baik oleh karyawan kepada pelanggan, sehingga membuat pelanggan merasa bingung dengan kata-kata yang dirasa masih baku yang berdampak pada rasa ketidakpercayaan dan keyakinan dari suatu produk yang ditawarkan. Dilihat dari dimensi kualitas jasa yang kaitannya dengan wujud/bukti fisik (*tangible*) juga masih kurangnya ketidaksesuaian yang seharusnya dari standar suatu kualitas yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini yang sering dialami ketika karyawan sedang menjual suatu produk melalui telepon (*out bound call*). Alat untuk komunikasi sering melakukan gangguan seperti suara tidak jelas, suara terdengar kecil akibat *headset* yang tidak bekerja dengan baik.

Dilihat dari dimensi kualitas jasa yang kaitannya dengan daya tanggap (*responsivines*), petugas terkadang memberikan layanan tidak tepat waktu. Dimana dalam hal ini yang berhubungan dengan kecepatan dari proses pengiriman produk dan jasa yang sebelumnya telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Dilihat dari fenomena pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan diatas, ternyata hal ini berdampak kepada rasa ketidakpuasan pelanggan yang dapat dilihat dari fenomena yang terjadi saat penulis melakukan kegiatan magang pada PT. Indonusa Telemedia (Telkom Vision), salah satunya seperti pelanggan yang bernama Bapak Musafa mengatakan bahwa untuk sambungan *speedy* sudah diputus/diberhentikan karena sering terjadinya gangguan, sehingga untuk kedepannya tidak akan menggunakan layanan *speedy* lagi apalagi untuk Groovia TV. Karena pada dasarnya untuk menggunakan produk dari Groovia TV harus tersambung dengan jaringan internet, salah satunya *speedy*.

Secara umum pelanggan menyampaikan bahwa ada rasa ketidakpuasan dengan harga yang ditawarkan dari produk Groovia tersebut, karena menurutnya masih ada harga untuk layanan televisi berbayar yang lebih murahnya dibandingkan Groovia TV. Buruknya kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan yang terlihat dari fenomena-fenomena keluhan diatas telah

disadari mengakibatkan kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan atau kekurangan jasa yang diterima kepada orang lain. Selain itu perusahaan akan lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru.

Bila perusahaan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat. Menurut Philip Kotler (1997), kepuasan atau ketidakpuasan pembeli dengan produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, untuk selanjutnya ia akan memperhatikan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya. Konsumen yang puas juga akan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk yang bersangkutan kepada orang lain. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan agar tercapainya kepuasan pelanggan.

Dilihat dari fenomena-fenomena diatas , maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menyusun sebuah karya tulis yang berjudul : ” **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Groovia TV di Bandung.** “

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan jasa pada PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) di Bandung?
- b. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk Groovia TV?
- c. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Groovia TV pada PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) di Bandung?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan pada PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) di Bandung dilaksanakan
- b. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk Groovia TV pada PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) di Bandung
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Groovia TV pada PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision) di Bandung .

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Bagi Penulis
Diharapkan selama melakukan penelitian ini peneliti dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, dan juga menambah wawasan dalam menganalisis suatu masalah di perusahaan untuk kemudian diambil kesimpulan akhirnya.
3. Bagi Peneliti Lain
Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukakn penelitian lebih lanut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam penelitian ini, sistematika penulisannya dibagi menjadi lima bab, yang akan di uraikan sebaga berikut:

BAB I Pendahuluan

Penelitian ini diawali dengan penjelasan tentang gambaran umum objek penelitian yang menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, serta struktur organisasi perusahaan PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision). Setelah itu dijelaskan latar belakang penelitian yang menjelaskan lebih lanjut fenomena yang terjadi untuk selanjutnya menjadi alasan penelitian ini dilakukan. Begitu pula terdapat perumusan masalah yang nantinya akan ditarik menjadi hipotesis. Dalam bab ini juga dijelaskan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan diakhiri dengan penjelasan dari sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan juga tentang tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Penjelasan di metode penelitian berisi tentang jenis penelitian dan variable operasional yang digunakan dalam penelitian ini. Dijabarkan pula tentang tahapan penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, metode pengumpulan data dari responden, hingga uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya akan dibahas pula teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data-data yang sudah berhasil dikumpulkan dari sample.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Inti dari bab ini yaitu akan dijabarkannya hasil analisis data dari sample beserta penjelasan yang diperlukan. Diawali dengan penjelasan karakteristik responden, lalu penjabaran secara sistematis tentang hasil penelitian yang didapatkan, baru akhirnya dilakukan pembahasan hasil penelitian yang lebih deskriptif. Hasil penelitian dan pembahasannya akan didasarkan pada landasan

teori yang telah dijabarkan sebelumnya di Bab II, hingga menghasilkan solusi dari permasalahannya yang dikemukakan di Bab I.

BAB V Penutup

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasannya pada Bab IV, maka akan dibuat kesimpulan yang merupakan pembuktian dari hipotesis di Bab II. Di samping itu, juga akan disampaikan saran-saran yang mungkin berguna bagi PT Indonusa Telemedia (Telkom Vision).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsivines*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan Groovia TV, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Rata-rata persentase skor untuk variabel X (kualitas pelayanan) yakni sebesar 82.6%. Artinya kualitas pelayanan sudah dinilai baik oleh pelanggan.
- b. Rata-rata persentase skor untuk variabel Y (kepuasan pelanggan) yakni sebesar 83.6%. Artinya produk Groovia TV sudah bisa memberikan kepuasan bagi pelanggannya.
- c. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menerangkan kepuasan pelanggan sebesar 0.595. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan Groovia TV sebesar 59.5% dan sisanya 40.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 SARAN

5.2.1 SARAN UNTUK PERUSAHAAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, berikut ini beberapa saran yang diharapkan dapat dijasikan masukan bagi perusahaan:

1. Secara parsial sub variabel *reliability*, *empathy*, dan *tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Groovia TV. Maka

diharapkan kepada Groovia TV agar tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja pelayanan. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja pelayanan dari sisi *reliability*, Groovia TV sebaiknya memberikan pelayanan yang lebih baik sesuai kebutuhan pelanggan. Dari sisi *empathy*, Groovia TV sebaiknya lebih memberikan perhatian dan memahami kebutuhan pelanggan. Sedangkan dari sisi *tangible* lebih berinovasi dalam memberikan fasilitas dengan menyajikan program yang lebih menarik.

2. Secara parsial sub variabel *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan groovia TV. Sebaiknya Groovia TV memperhatikan hal lain, seperti kualitas produk, harga, dll.

5.2.2 SARAN UNTUK PENELITIAN LANJUTAN

1. Karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian tidak hanya pada *customer service* Groovia TV saja, melainkan seluruh *customer service* yang ada di TelkomVision.
2. Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti tentang kinerja kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* pada *customer service* Groovia TV, sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti mengenai faktor-faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan promosi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Groovia TV yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchory, Herry Achmad., & Saladin, Djaslim. (2010). *Manajemen Pemasaran. (Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab)*. Bandung: Linda Karya
- Chandra, Handi. (2008). *Marketing untuk Orang Awam*. Palembang: Maxicom.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Murani Sejahtera.
- Duwi Priyatno. 2009. *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mulyatiningsih, Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*.
- Narbuko, Cholid., & Achmadi, Abu. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ratnasari, Ririn Tri., Aksa, Mastuti (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sarjono, Haryadi., Julianita, Winda. (2011). *Spss vs Lisrel sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Sumarwan, Ujang., Jauzi, Ahmad., Mulyana, Asep., Nugroho, Wahyu., Karno, Bagio Nugroho., Mawardi, Ponti Kurniawan. (2011). *Riset Pemasaran & Konsumen. (Panduan Riset & Kajian: Kepuasan, perilaku, pembelian, gaya hidup, loyalitas, dan persepsi risiko)*. Bogor: IPB Press.

Sugiyono, Dr. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Suharsaputra, Uhar. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung: Refika Aditama.

Sunyoto, Danang, 2011. Metodologi Penelitian untuk Ekonomi. Yogyakarta: Penerbit CAPS.

Taniredja, Tukiran., Mustafidah, Hidayati. (2011). Penelitian Kuantitatif (sebuah pengantar). Bandung: Alfabeta.

Usmara, Usi. (2008). Pemikiran Kreatif Pemasaran.

Wahjono, Sentot Imam. (2010). Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wijaya, Tony. 2011. Manajemen Kualitas Jasa: *Desain Servqual, QFD*, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian. Jakarta: Indeks

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2009). Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm. New York: McGraw- Hill Companies.

<http://id.wikipedia.org/wiki/TelkomVision> Diakses pada tanggal 13 oktober 2012, 11.02 AM

<http://www.telkom.co.id/indonusa/tentang-indonusa/visi-misi/>

<http://groovia.tv/> Diakses pada tanggal 13 oktober 2012, 11.03 AM

<http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDAQFjAB&url=http%3A%2F%2Flontar.ui.ac.id%2Ffile%3Ffile%3Ddigital%2F123335-6171-Penerapan%2520strategi->

<http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDAQFjAB&url=http%3A%2F%2Flontar.ui.ac.id%2Ffile%3Ffile%3Ddigital%2F123335-6171-Penerapan%2520strategi-Metodologi.pdf&ei=SZwQUc6kCcLtrQe8jICYDA&usg=AFQjCNGVsM5TG2eDkfE8bF0UzXobU-C56w&bvm=bv.41867550,d.bmk> Diakses pada tanggal 5 Februari 2013, 12.45 AM

<http://www.telkom.co.id/pojok-media/siaran-pers/telkom-luncurkan-groovia-tv-televisi-interaktif-pertama-di-indonesia.html> Diakses pada tanggal 01 Juli 2013, 16.56 PM

<http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&ved=0CFoQFjAG&url=http%3A%2F%2Fccsenet.org%2Fjournal%2Findex.php%2Fijbm%2Farticle%2Fdownload%2F5158%2F4616&ei=x0SeUOepC4nqrQebw4HACQ&usg=AFQjCNFLoioz4-c8YlhO5TNDgi76Lr18-g> Diakses pada tanggal 10 November 2012 7.00 pm

<http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&ved=0CFAQFjAF&url=http%3A%2F%2Fccsenet.org%2Fjournal%2Findex.php%2Fibr%2Farticle%2Fdownload%2F6811%2F5788&ei=x0SeUOepC4nqrQebw4HACQ&usg=AFQjCNFMvMRCfoNzmOdMudhlzdh1lz8aSg> Diakses pada tanggal 10 November 2012 7.12 pm

<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1776375> Diakses pada tanggal 10 November 2012 7.23 pm

http://www.iiuedu.eu/press/journals/sds/SDS_2011/BME_Article4.pdf Diakses pada tanggal 10 nov 7.37 pm

<http://gilangadhitya.blog.esaunggul.ac.id/2012/05/31/pengertian-jasa/> Diakses pada tanggal 14 nov 12.14 PM

<http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/relationships-between-employee-attitudes-customer-satisfaction-and-NFaEmSOFIW> Diakses pada tanggal 17 November 2012 10:20 am

<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1545336&> Diakses pada tanggal 17 November 2012 11:02 am

<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1728238&show=html&> Diakses pada tanggal 17 November 2012 12:25