

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPEEDY DI JAKARTA PUSAT

Rangga Wicaksono Permadi¹, Prodi Mbt²

Universitas Telkom

Abstrak

Kepuasan Pelanggan secara umum adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Harga dan Pelayanan merupakan salah satu faktor dimana pelanggan akan merasa puas akan pelayanan ataupun barang yang mereka terima. Penelitian ini dilakukan pada Telkom Speedy dengan Objek Penelitian di Jakarta Barat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode survey dengan jumlah responden 100 pelanggan dari 59.176 pelanggan di Jakarta Barat. Teknik analisis penelitian ini menggunakan Path Analysis (Analisis Jalur) dengan Variabel X1 (Harga), X2 (Pelayanan), dan Y (Kepuasan Pelanggan). Hasil penelitian ini, didapat bahwa besarnya R Square adalah 0,775. Angka tersebut berarti pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 77,5% yang termasuk dalam kategori Tinggi. Temuan dari penelitian ini dilihat dari X1 yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga H1 diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel X1 terhadap variabel Y, sedangkan pengaruh dari X2 yaitu $0,573 > 0,05$ maka H0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X2 terhadap Y.

sBAB I

PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Terhadap Obyek Studi

a. Telkom Speedy

Speedy adalah brand dari layanan akses internet *end-to-end* untuk penggunaan di residensial atau bisnis kecil dan menengah yang berbasis akses kabel tembaga yang menggunakan teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)*.

Layanan ini memberikan jaminan kecepatan sesuai dengan paket layanan yang digunakan pelanggan sampai ke BRAS (*Broadband Remote Acces Server*) dengan pilihan kecepatan akses mulai dari 384 kbps hingga 3 Mbps. Sebagai perbandingan, kecepatan akses dial-up yang digunakan oleh layanan Telkomnet Instan adalah 56 kbps.

Penelitian ini mengambil obyek Telkom Speedy, dimana Telkom Speedy merupakan incumbent *ISP (Internet Service Provider)* di Indonesia dan menjadi patokan bagi pelanggan untuk jasa internet. (www.telkomspeedy.com)

Dalam mendapatkan pelanggan Speedy sendiri membuat program dimana Telkom Speedy meluncurkan Speedy multipaket. Di bawah ini adalah tabel perbandingan harga antara Telkom Speedy Multipaket dengan ISP lainnya yaitu First Media :

TABEL 1.1

PERBANDINGAN PAKET SPEEDY DENGAN FIRST MEDIA 2010

Speedy			First Media		
Paket	Up To	Tarif	Paket	Up To	Tarif
Familia	1 Mb	295.000,-	Express	1,5 Mb	335.000,-
Biz	3 Mb	650.000,-	Premium	3 Mb	635.000,-

Sumber: Olah data penulis

Dengan variasi layanan dan harga inilah membuat Speedy menarik untuk di teliti, khususnya terkait dengan kepuasan pelanggan.

1.2 Latar Belakang Masalah

Di zaman globalisasi yang didorong oleh kemajuan pesat di bidang teknologi, terutama teknologi telekomunikasi, menyebabkan semakin banyak masyarakat yang membutuhkan telekomunikasi untuk mendapatkan informasi dan saling berhubungan. Dengan permintaan pasar yang terus meningkat akan jasa telekomunikasi akan memicu peningkatan investasi di bisnis telekomunikasi, yang sekaligus memicu persaingan di industri ini. Persaingan industri telekomunikasi regional dan global yang mengakuisisi saham penyelenggara telekomunikasi lokal. Hal ini menunjukkan bahwa industri telekomunikasi penuh tantangan sekaligus peluang pertumbuhan bisnis ini menjadi besar.

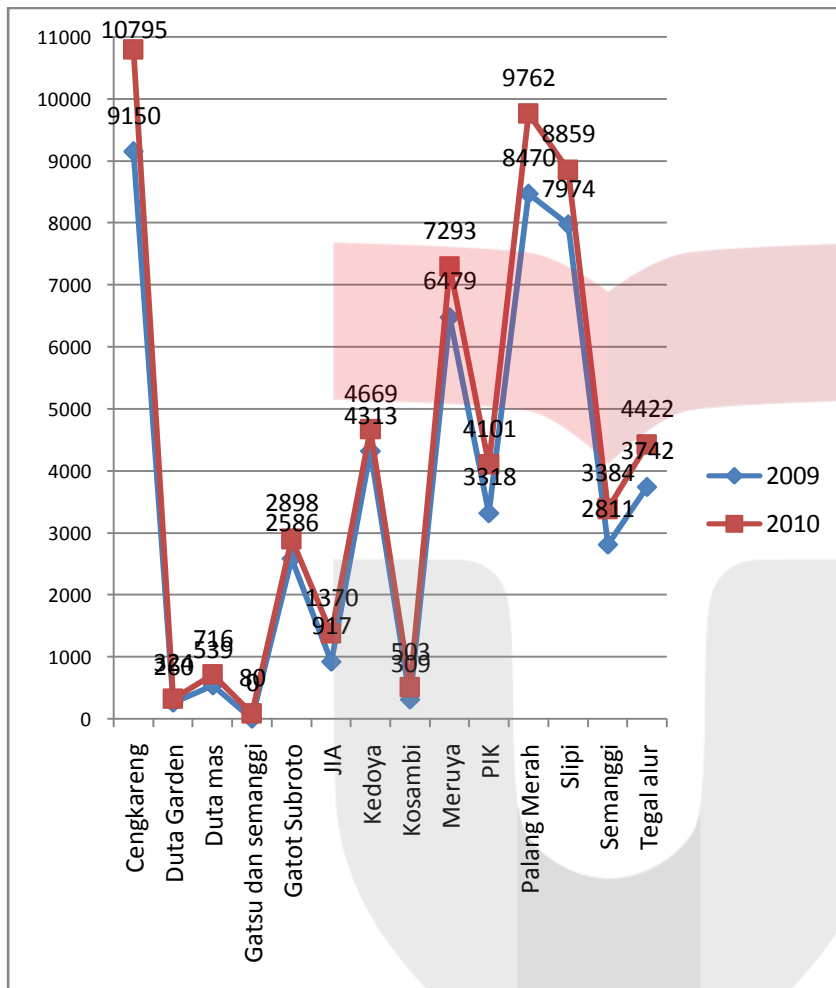
Penyelenggara telekomunikasi akan bersaing di pasar dengan menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan pelanggan yang ada, mendapatkan pelanggan baru, dan terus melakukan penetrasi pasar dengan mengandalkan penanganan hubungan pelanggan secara khusus, diferensiasi produk, harga yang bersaing, dan penyediaan pelayanan yang menyeluruh. Dengan semakin banyak operator yang menyediakan ISP di

Indonesia membuat pihak Telkom sebagai incumbent dengan produknya “Speedy” semakin membuat inovasi-inovasi akan produk Speedy, diantaranya pada tanggal 1 April 2009 Telkom Speedy mengeluarkan Speedy Multipaket. Dengan Speedy Multipaket ini diharapkan pelanggan Speedy dapat merasakan kenyamanan akan layanan yang dikeluarkan oleh pihak Telkom Speedy, dikarenakan Speedy Multipaket ini dapat memberikan keleluasan kepada pelanggan untuk memilih bandwidth yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan dikeluarkan Speedy Multipaket, Telkom sendiri telah mempunyai pelanggan tetap di Jakarta Barat cukup banyak dengan jumlah pelanggan ini pihak Telkom Speedy sendiri akan terus berusaha membuat pelanggannya merasa kenyamanan dan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan Telkom Speedy, data yang di peroleh untuk Jumlah Pelanggan Telkom Speedy sebagai berikut:



GAMBAR 1.1

GRAFIK PERBANDINGAN PELANGGAN SPEEDY DI TIAP DAERAH
JAKARTA BARAT



Sumber : Olah data Penulis

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa adanya peningkatan yang cukup berarti dari jumlah pelanggan Speedy dari tahun 2009 ke 2010 sekitar 16% (jumlah pelanggan 2010 – jumlah pelanggan 2009 : jumlah pelanggan 2009 (59176-50868): 50868 x 100% = 0.16 => 16%) di wilayah Jakarta Barat. Peningkatan jumlah pelanggan sangat bervariasi di tiap wilayah yang ada. Program multipaket yang dilakukan oleh Speedy ini adalah salah satu faktor yang memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah pelanggan Speedy. Program Speedy Multipaket adalah suatu program yang memberikan suatu layanan Internet dengan harga yang lebih hemat. Sebagaimana diketahui bahwa masyarakat akan lebih tertarik dengan penawaran barang atau jasa dengan harga yang murah ataupun berkompetitif. Dengan memberikan harga yang rendah dan manfaat produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas atas kebutuhannya. Jadi jika perusahaan memberikan suatu pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan atau bahkan melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Dan sebaliknya, jika kinerja yang diberikan dibawah harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas akan layanan yang diberikan (Kotler dan Keller, 2009:138)

Dalam perkembangannya, ternyata masih ada keluhan pelanggan Speedy atas pelayanan yang diberikan. Tetapi jika dilihat data jumlah pelanggan speedy dari tahun 2009 sampai 2010 mengalami peningkatan yang cukup berarti. Berikut ini data tentang berapa banyak keluhan yang ada di Jakarta Barat tentang jaringan internet Speedy:

TABEL 1.2

TOTAL GANGGUAN SPEEDY DI JAKARTA BARAT TAHUN 2009

NO	DATEL	SEGMENT	TOTAL
1	Barat	Akses lambat	9
2	Barat	Bandwidth Management	6
3	Barat	Billing	179
4	Barat	Bras	1
5	Barat	Bukis & Isolir	541
6	Barat	CPE	12771
7	Barat	DNS Server Telkom	38
8	Barat	DSLAM	1335
9	Barat	Email	89
10	Barat	Gateway	2
11	Barat	Info Usage	4
12	Barat	Jaringan Lokal	544
13	Barat	Metro Ethernet	1
14	Barat	OS3	12
15	Barat	P/D	4921
16	Barat	Radius	30
17	Barat	Router PE/P	85
18	Barat	Speedy - Retail	21
19	Barat	Transmisi/Transport	21
20	Barat	Lain-lain	30
TOTAL			20640

Sumber: Data Internal Perusahaan

TABEL 1.3

TOTAL GANGGUAN SPEEDY DI JAKARTA BARAT TAHUN 2010

NO	DATEL	SEGMENT	TOTAL
1	Barat	Akses lambat	3256
2	Barat	Bandwidth Management	677
3	Barat	Billing	2443
4	Barat	Bras	366
5	Barat	Bukis & Isolir	9124
6	Barat	CPE	94234
7	Barat	DNS Server Telkom	541
8	Barat	DSLAM	21514
9	Barat	Email	826
10	Barat	Gateway	345
11	Barat	Info Usage	51
12	Barat	Jaringan Lokal	6465
13	Barat	Metro Ethernet	2623
14	Barat	OS3	32
15	Barat	P/D	24336
16	Barat	Radius	682
17	Barat	Router PE/P	285
18	Barat	Speedy - Retail	16
19	Barat	Transmisi/Transport	239
20	Barat	IPS	243
21	Barat	ISP Non Telkom	39
22	Barat	Link Radius Ke Bras	2
23	Barat	Lain-Lain	473
TOTAL			168812

Sumber: Data Internal Perusahaan

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “*Analisis Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy*”.

1.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian di atas adalah sebagai berikut:

- a. Adakah pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat?
- b. Adakah pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat ?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat.
- b. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

- a. Bagi Peneliti

Bagi penulis, penelitian ini berfungsi sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah pengalaman yang berhubungan dengan penerapan ilmu pemasaran di bidang harga dan pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

- b. Bagi Yayasan Pendidikan Telkom

Dapat digunakan sebagai literatur maupun bahan rujukan bagi Institut Manajemen Telkom mengenai pemasaran jasa.

c. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain, penelitian ini dapat di jadikan bahan untuk menambah pengetahuan khususnya tentang pemasaran jasa.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Agar dapat melakukan evaluasi secara terperinci dan sistematis dengan maksud untuk mempermudah penalaran masalah, serta mempermudah pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam penelitian ini, maka sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai metode penelitian, operasionalisasi variabel, jenis data dan teknik penelitian, populasi dan sampel, analisis data, dan pengujian hipotesis.

d. BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini jelaskan mengenai analisis dan pembahasan dari hasil data-data yang telah diolah menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan disimpulkan hasil dari penelitian serta memberikan saran-saran yang berguna kepada instansi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini.

a. Harga Berdasarkan Tanggapan Pelanggan Speedy di Jakarta Barat

Penilaian pelanggan terhadap harga yang diberikan oleh pihak Speedy adalah tinggi dengan skor 65,6%. Dengan skor ini berarti pelanggan senang akan harga yang telah disediakan oleh pihak Speedy, dengan melihat hasil yang telah diolah membuat Speedy di senangi oleh pelanggan di Jakarta Barat.

b. Pelayanan Berdasarkan Tanggapan Pelanggan Speedy di Jakarta Barat

Penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Speedy adalah tinggi dengan skor 70,7%. Dengan skor ini berarti pelanggan senang akan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Speedy, dengan melihat hasil yang telah diolah membuat Speedy di senangi oleh pelanggan di Jakarta Barat.

c. Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy di Jakarta Barat

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, didapatkan besarnya angka R^2 adalah 0,775. Angka tersebut mempunyai arti bahwa besarnya pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan secara gabungan adalah 77,5%, sedangkan 22,5% dipengaruhi oleh faktor lain

Tingkat signifikansi untuk variabel harga adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan. Tingkat signifikan untuk variabel pelayanan adalah sebesar $0,573 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun secara parsial ada variabel yang tidak signifikan tetapi secara simultan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan adanya pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Jakarta barat

5.2 saran

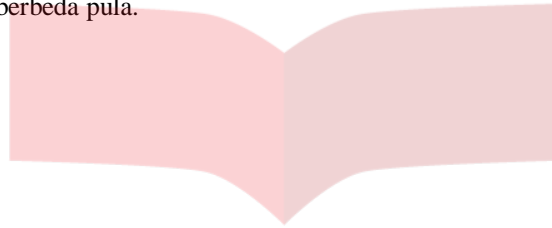
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diajukan saran-saran sebagai berikut:

a. Bagi Telkom Speedy di Jakarta Barat

Pelayanan yang secara parsial tidak berpengaruh signifikan baiknya dilakukan pelayanan yang lebih baik lagi agar terjadinya signifikan terhadap kepuasan pelanggan Speedy di Jakarta barat.

b. Bagi Penelitian selanjutnya

Penelitian ini hanya dilakukan di Telkom Speedy maka perlu adanya penelitian lanjutan tentang pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan lain. mengingat adanya perbedaan situasi dan kondisi di setiap pelanggan operator lain. Penelitian yang dilakukan sekarang ini memang terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan pelayanan terhadap motivasi kerja pegawai, namun dengan mengganti variabel-variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini bisa saja dilakukan sehingga mungkin didapatkan hasil yang berbeda pula.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, Oldy. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cetakan Kedelapan), Bandung: Alfabeta
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Prenhallindo.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI). Jakarta: Rineka Cipta
- Basrodin. (2006). *Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar proXL di Kota Semarang*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Cahyono, Giri. (2008). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat*. Magister Administrasi Publik Universitas Terbuka
- Chowdhary, Nimit, Prakash, Monika (2007). *Prioritizing Service Quality Dimension*. Volume 17 No. 5, 2007 Emerald Group Publishing Limited
- Del, I. Hawkins, David L. Mothersbugh, Roger J.Best, Kenneth A. Coney. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing*, New York: McGraw-Hill
- Dwiwinarsih, Rina. (2009). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy Di Depok*. Jurnal Ekonomi Manajemen, Oktober 2009 Universitas Gunadarma
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivarariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Kassim, Norizan., Abdullah, Nor Asiah (2010). *The Effect of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty*

in E-Commerce Settings. Volume 22 No.3, 2010 Emerald Group Publishing Limited

- Kotler, Philip and Armstrong Gary. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Cetakan Kedua), Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Armstrong Gary. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Cetakan Pertama), Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller K. Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama), Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller K. Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Kedua), Jakarta: Erlangga
- Lovelock, Crishtopher H. and Wright Lauren K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Cetakan Pertama), Jakarta: Indeks
- Mahotra, N.K. (2005), *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan* (Cetakan Keempat), Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Nusair, Khaldon., Yoon, Hae Jin., Naipul, Sandra., & Parsa, H.G (2010). *Effect of Price Discount Frames and Levels on Consumers Perceptions in low-end Service Industries*. Volume 22 No.6, 2010 Emerald Group Publishing Limited
- Pratiwi, Indah. Pryatino, Edi (2005). *Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pelayanan dan Harga Kamar Menggunakan Aplikasi Fuzzy dengan Matlab 3.5*. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol. 4, No. 2, Des 2005, hal. 66-77
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: CV Alfabeta
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis I* (Cetakan Pertama), Jakarta: Salemba Empat

Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Cetakan Kedua), Jakarta: Salemba Empat

Semuel, Hatane. Wijaya, Nadya (2009). *Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 4, No. 1, April 2009 23-37

Ulfah, Raudhah. (2008). *Analisis Variabel Pembentuk Kepuasan Konsumen Pada Ritel Hipermarket di Depok*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarman.

Zeithaml, V.A., and Bitner, M.J (2003). *Service Marketing: Intregrating Customer Focus Across The Firm*, New York: McGraw-Hill

<http://www.firstmedia.com/>

<http://www.telkomspeedy.com/>

