

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TELKOM SPEEDY DI KOTA PALEMBANG TAHUN 2010**

Belfa Noveli Wijendra¹, Dadang Iskandar²

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Terhadap PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang lebih dikenal dengan nama “TELKOM” sebagai penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia menyediakan layanan InfoComm, telepon kabel tidak bergerak (*fixed wireline*) dan telepon nirkabel tidak bergerak (*fixed wireless*), layanan telepon seluler, data dan internet, serta jaringan dan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan.

Telkom Sebagai salah satu Badan Umum Milik Negara (BUMN), Pemerintah Republik Indonesia merupakan pemegang saham mayoritas yang menguasai sebagian besar saham biasa Perusahaan sedangkan sisanya dimiliki oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (“BEI”), New York Stock Exchange (“NYSE”), London Stock Exchange (“LSE”) dan Tokyo Stock Exchange (tanpa listing). Berikut ini merupakan logo dari PT. TELKOM :

Gambar 1.1
Logo PT TELKOM



Sumber : www.telkom.co.id, 26 Mei 2011

1
Telkom
University

PT.TELKOM telah mengalami banyak transformasi. Transformasi terakhir yang disebut dengan “*NEW Telkom*” Indonesia, adalah transformasi dalam bisnis, infrastruktur, sistem, model operasi dan sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan bersamaan dengan *New Corporate Identity* Telkom pada 23 Oktober 2009, hari ulang tahun Telkom ke-153. Telkom juga memiliki *tagline* baru, “*The World is in Your Hand*”.

Sumber : www.telkom.co.id, 26 Mei 2011

1.1.2 Bidang Usaha Perusahaan

Bidang usaha PT.TELKOM terbagi tiga, yaitu : (i) bidang usaha utama, (ii) bidang usaha terkait ,(iii) bidang usaha pendukung. Bidang usaha umum PT.TELKOM adalah menyelenggarakan jasa telepon lokal dan jarak jauh dalam negeri , sedangkan bidang terkait termasuk Sistem Telepon Bergerak Seluler (STBS) sirkuit langganan ,teleks penyewaan *transponder satelit* , VSAT dan jasa nilai tambah tertentu.

Sejak 1 Juli 1995 PT. TELKOM telah menghapuskan struktur Witel dan menggantikannya dengan struktur tujuh Divisi Regional dan satu Divisi Network. Masing-masing DIVRE mewakili wilayah sebagai berikut :

1. Divisi I, Sumatera
2. Divisi II, Jakarta dan sekitarnya
3. Divisi III, Jawa Barat dan Banten
4. Divisi IV, Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta
5. Divisi V, Jawa Timur
6. Divisi VI, Kalimantan
7. Divisi VII, Kawasan Timur Indonesia

Masing-masing Divisi dikelola oleh suatu tim manajemen yang terpisah berdasarkan prinsip desentralisasi serta bertindak sebagai pusat investasi maupun pusat keuntungan, serta mempunyai laporan keuangan

internal yang terpisah. Untuk menyelenggarakan jasa-jasa informasi, perbaikan, pelatihan dan manajemen properti TELKOM membentuk Divisi-Divisi jasa pendukung yaitu, Divisi Sistem Informasi (DIVSISFO), Divisi Atelir (DIVAT), Divisi Pelatihan (DIVLAT) dan Divisi Research & Development Center (DIV R & D Center).

(<http://elib.unikom.ac.id/>, 28 Mei 2011)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Internet merupakan ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Kemajuan yang sangat pesat dapat dilihat dari maraknya penggunaan internet oleh masyarakat baik dari kalangan anak-anak, remaja, dan dewasa.

Internet World Stat menyatakan saat ini ada sekitar 34 juta pengguna Internet di seluruh Indonesia (<http://www.internetworldstats.com/>, 30 Mei 2011). Berikut tabel pertumbuhan pengguna internet yang ada di Indonesia :

Tabel 1.1
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia
Tahun 2000 - 2010

YEAR	Users	Population	% Pen.	GDP p.c.*	Usage Source
2000	2,000,000	206,264,595	1.0 %	US\$ 570	ITU
2007	20,000,000	224,481,720	8.9 %	US\$ 1,916	ITU
2008	25,000,000	237,512,355	10.5 %	US\$ 2,238	APII
2009	30,000,000	240,271,522	12.5 %	US\$ 2,329	ITU
2010	30,000,000	242,968,342	12.3 %	US\$ 2,858	ITU

(Note: Per Capita GDP in US dollars, source: United Nations Department of Economic and Social Affairs)

Sumber : diolah dari <http://www.internetworldstats.com/asia/id.htm>, 30 Mei 2011

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa total pengguna Internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Selama sepuluh tahun terakhir. Lonjakan jumlah pengguna internet tersebut terjadi pada tahun 2009. Sedangkan untuk tahun 2010 peningkatannya tidak terlalu tinggi.

Ketatnya persaingan dalam bisnis telekomunikasi juga menyebabkan perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari situs <http://www.diskusiwebhosting.com/> bahwa saat ini Internet Service Provider atau penyedia layanan internet yang ada di Indonesia berjumlah 53 ISP Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran. Tercatat kurang lebih terdapat 5 provider utama yang menyediakan *broadband access internet* yaitu Telkom (Telkom *Speedy*), Telkomsel (Telkomsel *Flash*), Indosat (M2), *First Media* (Fastnet) dan XL (Excelcomindo).

Semakin bertambahnya jumlah *Internet Service Provider* yang ada di Indonesia membuat Telkom harus selalu melakukan inovasi agar dapat mampu bersaing di pasar yang kompetitif. Inovasi itu diwujudkan dengan menyediakan suatu *content* layanan *Game Online*, *Music Digital*, *Security Online*, sampai ke materi-materi sekolah yang disediakan secara *online*. Produk ini mulai dioperasikan Telkom pada tahun 2010 berbasis akses kabel tembaga yang menggunakan teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line* (ADSL).

Kompetisi dalam penyediaan akses internet *broadband*, memberikan banyak pilihan bagi pelanggan yang membuat pelanggan dapat dengan mudah berpindah ke provider lain. Untuk itu para provider harus menunjukkan keunggulan kompetitif agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya (*sustainable profitable growth*). Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan berusaha menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Namun pada kenyataannya yang terjadi dilapangan malah sebaliknya terlihat jelas dari kasus dimana sejumlah pelanggan internet *Speedy* mengeluh atas gangguan Telkom *Speedy*, di Palembang. Layanan internet *Speedy* yang menjadi langganan selama ini masih gangguan untuk koneksi sehingga tidak dapat digunakan sama sekali. Mereka mengeluhkan akibat gangguan yang menurut PT Telkom setempat akibat adanya kerusakan pada server *Speedy* untuk layanan di sekitar kota Palembang, aktivitas penggunaan internet yang rutin dilaksanakan menjadi terganggu. Gangguan layanan internet itu juga dialami sejumlah pengelola warung internet, kantor pemerintah dan swasta maupun perorangan yang berlangganan *Speedy* di kota Palembang. Akibatnya, para pelanggan Telkom *Speedy* itu harus bolak-balik menanyakan kepada Telkom, untuk memastikan perbaikannya.

sumber : <http://berita.kapanlagi.com/>, 30 Mei 2011

Kasus diatas didukung juga oleh data jumlah pelanggan Telkom *Speedy* yang menurun dan tingkat *churn* pelanggan Telkom *Speedy* yang terbilang cukup tinggi di tahun 2010 ini menunjukkan suatu fenomena tidak baik yang tengah dialami Telkom *Speedy* Palembang. Hal tersebut dapat dilihat dari Tabel 1.2 dan Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.2
Pertumbuhan Pelanggan Telkom *Speedy* di Kota Palembang
Tahun 2006 - 2010

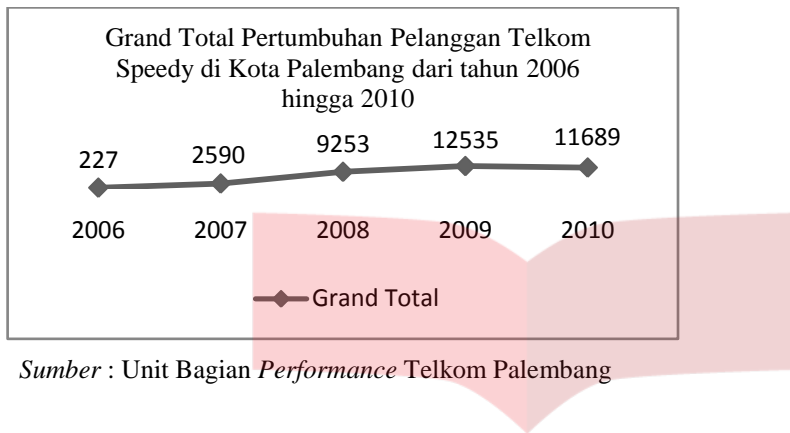
Count of NOTEL	BULAN												Grand Total
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
2006					1	3	55	39	49	27	52	51	277
2007	25	39	78	89	183	313	194	280	252	394	351	392	2590
2008	612	568	597	596	633	770	717	1124	848	855	1017	916	9253
2009	788	996	1119	722	882	969	906	976	892	1101	1423	1761	12535
2010	875	976	939	981	873	1103	1278	950	976	872	890	976	11689
Grand Total	5307	6163	6730	6750	5030	4284	4170	4569	3722	4498	4955	5911	62089

Sumber : Unit Bagian Performance Telkom Palembang

Dilihat dari tabel 1.2 bahwa dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2009, jumlah pelanggan Telkom *Speedy* selalu mengalami peningkatan yang signifikan yang ditunjukkan oleh besarnya *grand total* tiap tahunnya.

Gambar 1.2

Grafik Pertumbuhan Pelanggan Telkom *Speedy* di Kota Palembang



Sumber : Unit Bagian *Performance* Telkom Palembang

Dilihat dari grafik di atas bahwa dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2009, jumlah pelanggan Telkom *Speedy* selalu mengalami peningkatan yang baik. Namun, di tahun 2010 jumlah pelanggan Telkom *Speedy* mengalami penurunan. Dari jumlah pelanggan sebesar 12.535 pelanggan di tahun 2009, turun menjadi 11.689 pelanggan di tahun 2010.

Sedangkan untuk tingkat *churn* pelanggan Telkom *Speedy* dapat dilihat pada tabel berikut :

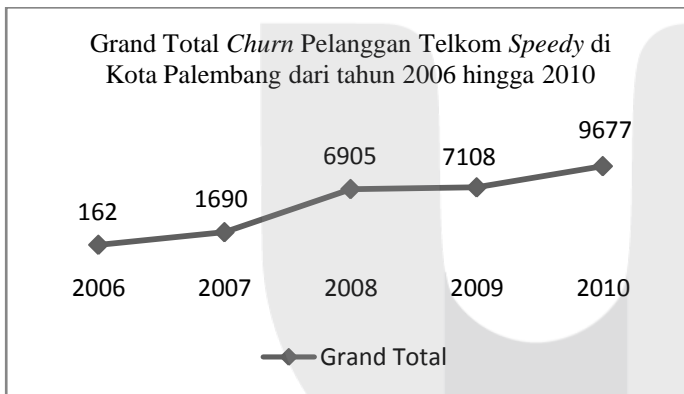
Tabel 1.3
Churn Pelanggan Telkom Speedy di Kota Palembang
Tahun 2006 - 2010

Count of jastel Number	BULAN												Grand Total
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
TAHUN													
2006							23	7	10	20	37	65	162
2007	137	66	71	35	105	84	166	187	205	210	250	174	1690
2008	235	310	342	416	420	553	638	393	901	738	815	1144	6905
2009	1143	515	212	548	490	367	685	627	530	502	515	974	7108
2010	874	927	965	947	859	940	839	726	769	785	567	479	9677
Grand Total	2605	1818	1761	2041	1874	1944	2549	1940	2415	2255	2342	2836	26380

Sumber : Unit Bagian Performance Telkom Palembang

Churn pelanggan Telkom Speedy merupakan suatu istilah tingkat pencabutan layanan Telkom Speedy yang diminta oleh pelanggan itu sendiri. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010, jumlah Churn pelanggan Telkom Speedy selalu mengalami peningkatan terlihat pada besarnya grand total tiap tahunnya.

Gambar 1.3
Grafik Churn Pelanggan Telkom Speedy di Kota Palembang



Sumber : Unit Bagian Performance Telkom Palembang

Kemudian dilihat dari grafik di atas bahwa, peningkatan churn pelanggan yang paling tinggi ada pada tahun 2010 yaitu sebesar 9.677



pelanggan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 7.108 pelanggan.

Selain itu, ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan Telkom *Speedy* di Kota Palembang juga bisa dilihat dari wujud kekecewaan pelanggan yang dituangkan dalam berbagai media internet:

Tabel 1.4
Keluhan Pelanggan Speedy di Kota Palembang
Periode Januari 2010 - Desember 2010

Σ Keluhan	Jenis Keluhan
10 orang	Koneksi sering putus
	Koneksi internet lambat
	Jaringan speedy mengalami gangguan

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

Untuk dapat memenangkan pelanggan dan mengalahkan para pesaing, pemasar harus bisa memuaskan pelanggan secara total. Hal ini menyangkut pada kasus gangguan Telkom *Speedy* yang terjadi di kota Palembang tahun 2010 yang menyebabkan tingginya angka pencabutan pemakaian oleh pelanggan dan menurunnya pertumbuhan pelanggan Telkom *Speedy*. Maka dari itu kepuasan pelanggan perlu diperhatikan oleh perusahaan dengan memberikan nilai kepuasan kepada para pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan para pelanggan secara konsisten. Sehingga dengan terbentuknya kepuasan pelanggan dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi akrab, yang pada akhirnya akan menciptakan suatu loyalitas pelanggan yang akan menguntungkan bagi perusahaan. Atas dasar inilah penulis menyadari

pentingnya kepuasan pelanggan untuk menciptakan loyalitas kepada perusahaan serta hal ini juga yang membuat penelitian ini layak untuk diteliti. Oleh karenanya penulis untuk membuat penelitian dengan judul “**Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Di Kota Palembang Tahun 2010**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah :

- 1) Bagaimana sikap pelanggan terhadap Telkom *Speedy* di kota Palembang tahun 2010?
- 2) Faktor-faktor kepuasan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* di kota Palembang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk :

- 1) Mengetahui pelanggan terhadap Telkom *Speedy* di kota Palembang tahun 2010.
- 2) Mengetahui faktor-faktor kepuasan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* di kota Palembang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* melalui penerapan dan pendekatan ilmu dan teori-teori yang telah didapatkan melalui proses perkuliahan

dengan membandingkan dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat melatih kemampuan analisis dan berpikir secara sistematis dan konseptual.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Telkom Speedy guna semakin meningkatkan kualitas Telkom *Speedy* di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II memuat tentang kajian pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

3. **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV menceritakan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab V ini berisi mengenai kesimpulan hasil analisis, saran bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang diharapkan bisa menjawab tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Faktor-faktor kepuasan yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* di kota Palembang tahun 2010 adalah "Tingkat kebersihan Plasa Telkom", dengan nilai presentase 74%.
2. Kepuasan Pelanggan Telkom *Speedy* memiliki nilai persentase rata-rata sebesar 67,75% dan termasuk ke dalam kriteria baik. sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan puas terhadap Telkom *Speedy*. Sedangkan untuk loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* memiliki nilai persentase rata-rata sebesar 67,35% dan termasuk kriteria baik menunjukkan bahwa secara umum pelanggan loyal terhadap Telkom *Speedy*.
3. Untuk analisa besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkom *Speedy*, penulis menggunakan analisis regresi linier dengan hasil $Y = -0,312 + 1,027X$. yaitu pengaruh variabel independen (kepuasan pelanggan) terhadap variabel dependen (loyalitas) dapat dilihat dari hasil Nilai R Square (R^2) sebesar 0,474, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel kepuasan

pelanggan terhadap loyalitas sebesar 47,4%, sedangkan sisanya 52,6% (100%-47,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini seperti kualitas pelayanan, faktor emosional, faktor situasi dan lain-lain.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka saran yang diajukan untuk perusahaan adalah sebagai berikut :

1. PT Telkom harus mengoptimalkan jaringan Telkom *Speedy*, sehingga tingkat gangguan saat melakukan *download* dan *upload* pada Telkom *Speedy* dapat dikurangi dengan cara memperbaiki infrastruktur jaringan, meningkatkan kualitas dengan melakukan pengecekan performansi jaringan secara rutin dan penambahan kapasitas *Kuota*. Di samping itu, berdasarkan hasil analisis Nilai Jenjang Item, dapat disimpulkan bahwa strategi yang harus dilakukan oleh PT Telkom untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan meningkatkan kepuasan pelanggan pada variabel-variabel yang masih dianggap kurang sesuai di mata pelanggan, antara lain :
 - a) Kecepatan Download Telkom *Speedy*.
 - b) Kecepatan Upload Telkom *Speedy*.
2. Berdasarkan hasil Crosstab yang diperoleh , PT Telkom harus lebih memberikan content yang diperuntukan berumur

18-30 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri/swasta karena pada segmen ini yang lebih di prioritaskan.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan

Karena adanya keterbatasan dalam pembahasan penelitian ini, maka diperlukan saran untuk studi lanjutan guna mempertajam pembahasan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini, penulis hanya menggunakan kepuasan pelanggan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas, untuk itu penulis merekomendasikan bagi studi selanjutnya agar melengkapi dengan menambahkan faktor kualitas pelayanan, faktor emosional, dan faktor situasi.
2. Karena penulis hanya membatasi penelitian di Kota Palembang, dianjurkan untuk meneliti pada populasi yang lebih luas, misalnya untuk cakupan regional atau nasional agar hasil penelitian dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Literatur :

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Aritonang R., Lerbin R. (2005). *Kepuasan Pelanggan : Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Azwar, S. (2007). *Sikap Manusia : Teori, dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, Eko. (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Meubel Jati Mutu Furniture Polokarto Sukoharjo*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Harun, Haidir. (2006). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.

- Kotler, P. and Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi ke-12)*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- (2010). *Principles of Management*. (13th ed). New Jersey : Prentice Hall.
- and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-13)*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, C. H. and Wright, L. K. (2005). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta : PT Indeks.
- (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Pratiwi, Dinar Ika. (2010). *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Puspasari, Dina. (2009). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Kijang Innova (Studi Kasus Pada PT. Nasmoco Majapahit Semarang)*. Tesis. Program Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro.
- Riduwan dan Kuncoro, E. A. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Edisi ke-4)*. Jilid 1. Jakarta : Salemba Empat.
- (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Edisi ke-4)*. Jilid 2. Jakarta : Salemba Empat.

- Sugiyono. (2006). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- .(2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- .(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : ANDI.
- Sumarni, Murti dan Wahyuni, Salamah. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : ANDI.
- Suwarno, Bambang. (2007). *Analisis Jalur*. Bandung : Alfabeta.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku karyawan*. Jakarta : PT. Rajawali pers.
- Usman, H. dan Setiady Akbar, R. P. (2006). *Pengantar Statistika (Edisi ke-2)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Zeithaml, V. A. et al. (2009). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston : McGraw Hill.

Website :

- Abang Abdullah, Dayang Nailul Munna and Rozario, Francine. (2009). Influence of Service and Product Quality towards Customer Satisfaction : A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry. *World Academy of Science, Engineering, and Technology* 53. [Online]. <http://www.waset.org/journals/waset/v53/v53-28.pdf> [22 Desember 2010]
- Akbar, Mohammad Muzahid and Parvez, Noorjahan. (2009). Impact Of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction On Customers Loyalty. *ABAC Journal*, Vol. 29 No. 1, pp. 24-38. [Online]. http://www.journal.au.edu/abac_journal/2009/jan09/article02_JanApr2009.pdf [20 Desember 2010]
- Direktorat Jendral Pos dan Telekomunikasi. (2010). *Data Statistik Bidang Pos dan Telekomunikasi Tahun 2010*. [Online]. <http://www.postel.go.id/webupdate/Dastik/29oktb.asp> [01 Desember 2010]
- Dwiwinarsih, Rina. (2009). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy di Depok. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. [Online]. <http://ebookgratisan.net/analisis-tingkat-kepuasan-konsumen-terhadap-pelayanan-bakmi-aisy> [20 Desember 2010]
- Erida. (2009). Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Insentif Terhadap Perilaku WOM (Word-Of-Mouth) Konsumen Jasa Angkutan Penumpang Bis Antar Kota Antar Propinsi Kelas Eksekutif di Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol.1No.1,pp.1-6. [Online]. <http://jurnalmpmfeunja.files.wordpress.com/2009/01/vol1no12009revisi.pdf> [20 Desember 2010]

- Facebook. (2010). *SEJUTA KOMPLAIN untuk FLEXI*. [Online]. <http://www.facebook.com/profile.php?id=1659461929#!/group.php?gid=159964040687890> [18 Desember 2010]
- Fauzi, Andrian. (2010). *BTS Flexi di Bandung Overload*. [Online]. <http://us.detikinet.com/read/2010/04/01/070401/1108171/328/bts-flexi-di-bandung-overload> [02 Desember 2010]
- Hudzaifah. (2010). *Jumlah Pelanggan Seluler Indonesia Naik 51%*. [Online]. <http://www.indoforum.org/archive/index.php/t-29189.html> [02 Desember 2010]
- Irfandi, Edo. (2009). *Taukah Anda Tentang TELKOM (BUMN) ??*. [Online]. <http://forddine.blogspot.com/2009/06/taukah-anda-tentang-telkom-bumn.html> [02 Desember 2010]
- Islam, Mohammed Sohel. (2010). The Analysis of Customer Loyalty in Bangladeshi Mobile Phone Operator Industry. *World Journal of Management*, Vol. 2 No. 2, pp. 130-145. [Online]. wbiaus.org/13.%20Sohel-FINAL.pdf [20 Desember 2010]
- Johannes, Raf, M., dan Lukman, M. (2009). Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol.1 No.1, pp.35-45. [Online]. <http://jurnalmpmfeunja.files.wordpress.com/2009/01/vol1no12009revisi.pdf> [20 Desember 2010]
- Komarudin, Arief. (2010). *Flexi Bukan Telepon Biasa*. [Online]. <http://suarapembaca.detik.com/read/2010/07/15/091118/805003/283/flexi-bukan-telepon-biasa> [01 Desember 2010]

- Noor, Achmad Rouzni. (2010). *Jumlah Operator Bisa Lebih Cepat Susut*. [Online]. <http://www.detikinet.com/read/2010/11/02/172316/1233562/328/jumlah-operator-bisa-lebih-cepat-susut> [02 November 2010]
- Ojo, Olu. (2010). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Telecommunication Industry : Evidence From Nigeria. *Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution*, Vol. 1 No. 1, pp. 88-100. [Online]. http://www.edusoft.ro/brand/RePEc/bra/journal/brand_1_ojo.pdf [20 Desember 2010]
- PT Telekomunikasi Indonesia. (2010). *Info Perusahaan*. [Online]. <http://www.telkom.co.id/info-perusahaan/index.html#top> [02 Desember 2010]
- (2010). *laporan-laporan*. [Online]. <http://www.telkom.co.id/hubungan-investor/laporan-laporan/> [02 Desember 2010]
- (2010). *Manajemen*. [Online]. <http://www.telkom.co.id/hubungan-investor/profil-perusahaan/manajemen/> [02 Desember 2010]
- (2010). *Profil Perusahaan*. [Online]. <http://www.telkom.co.id/hubungan-investor/profil-perusahaan/> [02 Desember 2010]
- (2010). *Visi dan Misi*. [Online]. <http://www.telkom.co.id/hubungan-investor/profil-perusahaan/visi-dan-misi/> [02 Desember 2010]
- Tedi. (2010). *Masalah Flexi Unlimited*. [Online]. <http://myzone.okezone.com/index.php/content/read/2010/06/15/8/2390/masalah-flexi-unlimited> [01 Desember 2010]

- Samuel, Hatane dan Foedjiawati. (2005). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7 No. 1, pp. 74-82. [Online]. <http://puslit.petra.ac.id/journals/pdf.php?PublishedID=MAN05070105> [20 Desember 2010]
- Sufyan, Muhammad. (2010). *Muhammad Mu'af (GM Commerce Flexi Regional 3 Jabar PT Telkom) : Berlari di kompetisi*. [Online]. <http://bisnis-jabar.com/tokoh/muhammad-mu%E2%80%99af-gm-commerce-flexi-regional-3-jabar-pt-telkom-berlari-di-kompetisi.html> [20 Desember 2010]
- Telkom Flexi. (2010). *Products*. [Online]. <http://www.telkomflexi.com/index.php/products.html> [01 Desember 2010]
- Usmawan, Fredy. (2010). *Masalah Flexi Unlimited*. [Online]. <http://myzone.okezone.com/index.php/content/read/2010/06/15/8/2390/masalah-flexi-unlimited> [01 Desember 2010]
- Wibisono, Kunto. (2010). *CDG Prediksi 500 Juta Pengguna CDMA di Seluruh Dunia*. [Online]. <http://www.antaraneews.com/view/?i=1214307934&c=TEK&s=> [01 Desember 2010]
- Wikipedia bahasa Indonesia. (2010). *Telekomunikasi Seluler di Indonesia*. [Online]. http://id.wikipedia.org/wiki/Telekomunikasi_seluler_di_Indonesia [17 September 2010]
- (2010). *Telkom Indonesia*. [Online]. http://id.wikipedia.org/wiki/Telkom_Indonesia [15 Desember 2010]