



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 16910-16925
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong

Meyta Longkutoy¹, Edward Clan², Peiter J Latumaelissa³✉

Universitas Kristen Papua

Email: latumaelissajosep@gmail.com¹✉

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom cabang Kota Sorong, dengan fokus pada bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), dan empati (empathy). Menggunakan metode kuantitatif dan survei kuesioner pada 75 pelanggan, penelitian ini menguji hubungan tiap faktor melalui analisis regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara bukti fisik dan keandalan tidak signifikan secara parsial. Namun, secara simultan, ketiga faktor ini memberikan kontribusi 71,1% terhadap variasi kepuasan pelanggan, sisanya 28,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Rekomendasi penelitian ini mendorong PT. Telkom untuk meningkatkan perhatian terhadap aspek empati dalam pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, PT. Telkom, Tangible, Reliability, Empathy*

Abstract

This study examines the influence of service quality factors on customer satisfaction at PT. Telkom's Sorong City branch, focusing on tangible aspects, reliability, and empathy. Using a quantitative method and survey questionnaire distributed to 75 customers, the study evaluates each factor through multiple linear regression analysis. Findings indicate that empathy significantly affects customer satisfaction, whereas tangible aspects and reliability are not individually significant. However, collectively, these three factors account for 71.1% of the variation in customer satisfaction, with the remaining 28.9% influenced by other factors not covered in this study. The study recommends that PT. Telkom enhance its focus on empathy within customer interactions to improve overall satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, PT. Telkom, Tangible, Reliability, Empathy*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan bagian penting bagi keberadaan manusia karena manusia adalah makhluk sosial berdamai dan sering berinteraksi satu sama lain. Fondasi keberadaan manusia dan lingkungannya adalah komunikasi. Menanggapi tuntutan konsumen akan kemudahan dalam segala aspek kehidupan, perusahaan telekomunikasi telah menciptakan. Telepon rumah, yang merupakan peralatan. Salah satu bentuk komunikasi yang berkembang paling pesat adalah pesan audio, khususnya diskusi. Untuk berkomunikasi dengan pengguna lain, sebagian besar telepon menggunakan transmisi sinyal listrik melalui jaringan telepon.

Tentu saja, bisnis tidak dapat memisahkan upaya mengejar keuntungan dari komitmen mereka terhadap nilai pelanggan, yang didefinisikan sebagai ikatan sentimental yang terbentuk antara konsumen dan pembuat setelah mereka menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menyadari nilainya. Menurut Zeithaml, Nilai pelanggan adalah persepsi umum pelanggan tentang seberapa bermanfaat suatu produk berdasarkan apa yang mereka terima (Widyono Kristantyo, 2021). Perusahaan telekomunikasi, yang berada di Indonesia, harus memiliki keunggulan kompetitif dalam hal kualitas dan keunggulan produk dan jasa yang mereka jual, karena persaingan bisnis saat ini semakin kompetitif karena globalisasi ditawarkan.

Kualitas layanan ditentukan dalam lima dimensi, yaitu sebagai berikut: Bukti fisik nyata, seperti bangunan aktual, mesin, staf, dan saluran komunikasi. Kapasitas Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan sesuai janji secara cepat, akurat, dan memadai. Reaktivitas, yaitu kesiapan pekerja untuk membantu klien dan memberikan layanan tepat waktu. Jaminan tanpa risiko, bahaya, atau ketidakpastian, termasuk pengetahuan staf, kompetensi, kesopanan, dan ketergantungan., Kepedulian dan empati meliputi mampu membangun hubungan dengan mudah, berkomunikasi secara efektif, memperhatikan setiap individu konsumen, dan memahami kebutuhannya. Dalam penelitiannya, (Tijjeng, 2020) juga menunjukkan adanya dampak bersamaan terhadap kepuasan pelanggan. .

Untuk persaingan Jasa Telekomunikasi, PT. Telkom dengan Produk Indihome harus mampu bersaing dan menciptakan Produk Indihome yang bisa memenangkan pasar Telekomunikasi. PT. Telkom dapat memenangkan pasar Telekomunikasi, dengan mengurangi dan mendapatkan solusi atas beberapa persoalan yang ada seperti:

1. Masih belum maksimal pelayanan Indihome PT. Telkom Indonesia dalam menjangkau pelanggan;

2. Jaringan yang ada masih sangat minim dan masih terbatas bagi konsumen tertentu dan lokasi tertentu.

Masalah yang sudah di temukan oleh karena itu peneliti akan meneliti dengan judul: "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Telkom Cabang Kota Sorong".

Tujuan dari Pernyataan masalah di atas berfungsi sebagai berikut:

1. Untuk melihat variable tangible asset pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong;
2. Untuk menganalisis variable reliability berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong;
3. Untuk menganalisis variable empathy berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong.
4. Untuk menganalisis variable tangible asset, variable reliability, dan variabel empathy berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong

Tjiptono (2014:268) mengutip Wyckof (Lovelock, 1988) yang mengatakan Tingkat kesempurnaan dan pengendalian yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan.

Factor Tangible (Bukti Fisik)

Factor Tangible adalah salah satu elemen dalam Kualitas layanan diukur menggunakan model *servqual* dalam industri layanan. Factor Tangible ini juga merujuk pada aspek fisik dari pelayanan, seperti fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan staf, dan dokumentasi (Agustian et al., 2022). Ini mencakup segala sesuatu yang dapat dirasakan, dilihat, atau disentuh oleh pelanggan saat menggunakan layanan.

Bukti fisik berwujud menurut definisi (Anindya et al., 2017) adalah bukti aktual atau ciri-ciri yang berkaitan dengan personel, peralatan, penampilan fisik, dan materi komunikasi .

Bukti fisik diartikan oleh Menurut (Kismanto & Suryo Murtopo, 2023), perusahaan memiliki kemampuan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak ketiga. Tampilan dan kemampuan infrastruktur fisik perusahaan yang dapat digunakan .

Dimensi bukti fisik mencakup penampakan nyata dari fasilitas, peralatan, orang dan peralatan (Diana et al., 2023). Menurut Parasuraman (Hendrayanti, 2017), indikator bukti fisik adalah:

1. Peralatan modern, fasilitas menarik secara visual
2. Pegawai yang tampil rapi dan profesional
3. Materi terkait jasa yang menarik secara visual.

Factor Reliability

Factor reliability adalah ukuran seberapa konsisten atau dapat diandalkan suatu faktor atau konstruk dalam mengukur variabel yang dimaksudkan. Ini sering digunakan dalam konteks analisis faktor, yang merupakan teknik statistik untuk mengidentifikasi pola atau struktur di antara sejumlah besar variabel yang terkait (Hidayanti & Handayani, 2019).

Hal ini menyiratkan bahwa layanan diberikan tanpa batasan atau bias berdasarkan evaluasi tertentu. Semua klien menerima layanan apa pun pengecualian .

Terdapat (5) lima indikator reliabilitas:

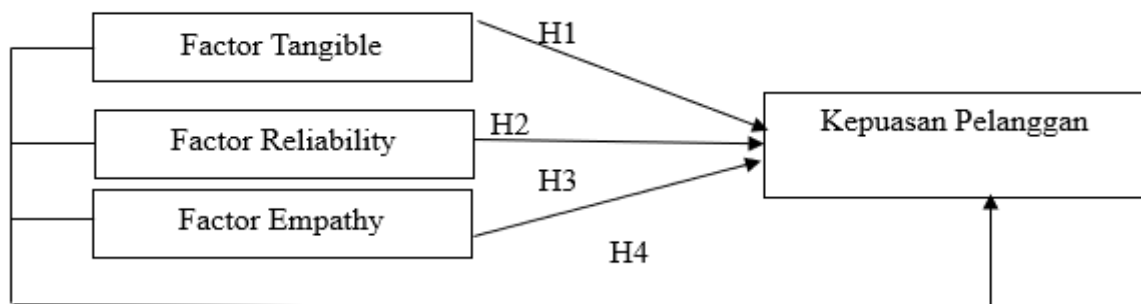
1. Anda pasti akan menepati janji Anda Jika Anda berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu.
2. Memiliki empati dan kemampuan meyakinkan klien jika terjadi suatu permasalahan;
3. Pelayanan diberikan dalam waktu yang ditentukan;
4. Pelayanan pertama kali diberikan secara akurat;
5. Sistem pencatatan yang tepat dan bebas kesalahan.

Faktor Empati merujuk pada kemampuan untuk mengalami dan memahami emosi, gagasan, dan perspektif orang lain. Hal ini menuntut kemampuan untuk berempati, menempatkan diri pada posisi mereka, dan bereaksi dengan penuh kasih sayang dan pengertian. Empati, seperti yang diungkapkan (Manajemen et al., 2024), didefinisikan sebagai kemampuan suatu organisasi untuk memahami kesulitan yang dihadapi pelanggannya dan bersedia mengambil tindakan demi kepentingan mereka. terbaik mereka, dan memberi mereka perhatian individual. dan bekerja sesuai kecepatan Anda sendiri nyaman. lima (lima) penanda empati:

1. Perhatian individu Perusahaan.
2. Jam kerja yang sesuai dan baik bagi klien;
3. Pekerja memberikan perhatian yang baik individual.
4. Bisnis yang baik mempertimbangkan kepentingan setiap klien.
5. Pekerja selalu menyadari keperluan unik klien.

Kepuasan pelanggan merujuk pada tingkat kebahagiaan, kepuasan, atau kepuasan yang dialami klien setelah mereka menggunakan barang atau jasa bisnis. Ini menunjukkan seberapa baik pengalaman klien untuk produk dan layanan yang klien beli memenuhi keinginan klien. Dalam bisnis, tidak mungkin mengabaikan pentingnya kesenangan klien (Nur & Fadili, 2021). Bisnis yang mengutamakan kebahagiaan klien mempunyai peluang lebih tinggi untuk bertahan pelanggan yang ada, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan reputasi mereka di pasar. Kepuasan pelanggan juga sering diukur secara teratur dengan berbagai metode, seperti kuesioner kepuasan pelanggan, evaluasi internet, dan cerita langsung dari klien. Singkatnya, kepuasan klien atau pelanggan adalah refleksi dari seberapa baik suatu perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan mereka. Menurut (Aditiya et al., 2022) "kepuasan pelanggan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dan jasa yang dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan atau pembeli". (Fahmi, 2021) menyatakan bahwa perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap suatu layanan dapat digunakan untuk mengetahui puas atau tidaknya seorang pelanggan terhadapnya.

Kerangka Berpikir



Gambar I. Kerangka Berpikir

Sumber : Data yang diolah

Hipotesis berikut dapat dikembangkan berdasarkan masalah yang disebutkan di atas.:

H0 : Kepuasan pelanggan di PT. Telkom Cabang Kota Sorong Papua Barat tidak dipengaruhi oleh aspek kualitas layanan yang nyata, andal, atau empatik.

H1 : Kepuasan pelanggan PT.Telkom Cabang Kota Sorong Papua Barat Daya dipengaruhi oleh komponen tangible kualitas layanan.

H2 : Terdapat pengaruh Faktor Reliability kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong Papua Barat Daya

H3 : Kepuasan pelanggan PT.Telkom Cabang Kota Sorong Papua Barat Daya dipengaruhi oleh faktor empati dalam kualitas pelayanan.

H4 : Faktor Tangible, Faktor Reliability, Faktor Empathy Kualitas Pelayanan Berkaitan Dengan Kepuasan Pelanggan PT.Telkom Cabang Kota Sorong Papua Barad Daya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif mencakup studi positif yang menganalisis data numerik. Selanjutnya, data ini dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Hasilnya diharapkan dalam penelitian analisis metodologi analisis regresi linier berganda dan deskriptif.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil lokasi yaitu pada kantor PT. Telkom Jl. Masjid Raya No. 03, HBM Kota Sorong. Waktu yang diambil penelitian kurang lebih 1 (satu) bulan. dengan harapan mampu mendapatkan data yang di butuhkan.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah total individu yang berbagi fitur tertentu . Populasi yang penulis gunakan yaitu pelanggan Indihome yang berjumlah 300 pelanggan.

Sempel ini menggunakan Metode Slovin atau rumus Slovin adalah rumus statistik yang digunakan untuk menghitung sampel acak dari populasi yang sangat besar. Rumus Slovin umumnya dituliskan yaitu:

n adalah sampel ukuran yang diinginkan,

N adalah populasi dengan ukuran yang besar,

e dalah margin of error atau tingkat kesalahan yang diizinkan (10%)

$$n = 300 / (1 + 300 (10\%)^2) = 300 / (1 + 3) = 75$$

penulis menetapkan besarnya ukuran sampel sebesar 75. Anggota suatu populasi yang mempunyai ciri-ciri yang sama dengan populasi tertentu disebut sampe .

Jenis dan Sumber Data

Sumber informasi primer dan sekunder adalah dua (dua) kategori data. Data sekunder adalah data yang di dapatkan melalui cara tidak langsung, sedangkan Data yang didapatkan secara langsung disebut data primer. dengan melakukan perjalanan ke lapangan langsung yaitu melalui jurnal, website, dan lain-lain . Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan merupakan sumber data yang digunakan. Penelitian kepustakaan merupakan suatu metode pengumpulan data dari buku-buku dan bahan-bahan lain yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan penelitian lapangan adalah pengamatan langsung terhadap sumber atau objek penelitian (Mulyadi, 2019).

Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berbasis kuesioner untuk pengukuran variabel. menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel. Pendapat dan sikap responden terhadap item kuesioner dinilai dengan Skala. Oleh karena itu, skala 1-5 digunakan untuk pengukuran variabel dalam penelitian ini, dan dijelaskan sebagai berikut:

| | |
|---------------------------|-----|
| Sangat setuju (SS) | = 5 |
| Setuju (S) | = 4 |
| Ragu-Ragu (CS) | = 3 |
| Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk dapat mengambil data yang dibutuhkan pada penelitian tersebut yang telah disesuaikan dengan Desain dan jenis penelitian yang digunakan tersebut .

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengajuan pertanyaan tertulis atau daring kepada responden mengenai variabel penelitian digunakan . Untuk itu peneliti akan menyebarkan kuesioner yang berkaitan dengan Variabel-Variabel tentang Kepuasan Pelanggan di Cabang PT.Telkom Kota Sorong Papua Barad Daya.

Observasi

Proses mengkaji suatu objek, fenomena, atau peristiwa secara metodis dan cermat untuk lebih memahaminya disebut observasi. Baik dalam lingkungan ilmiah, melakukan penelitian, atau melakukan observasi biasa, observasi adalah perhatian aktif dan pencatatan data terkait. Proses mengkaji suatu objek, fenomena, atau peristiwa secara metodis dan cermat untuk lebih memahaminya disebut observasi. Baik dalam lingkungan ilmiah, melakukan penelitian, atau melakukan observasi biasa, observasi adalah perhatian aktif dan pencatatan data terkait.

Teknik Analisis Data

Regresi linier berganda adalah metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Gunakan SPSS 20 untuk memverifikasi validitas dan reliabilitas kuesioner sebelum melakukan analisis regresi linier berganda.

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Istilah "validitas" mengacu pada tingkat keakuratan suatu tes atau alat ukur melaksanakan fungsi pengukuran yang dimaksudkan. Jika instrumen melaksanakan tugas pengukurannya secara tepat atau menghasilkan hasil pengukuran yang selaras dengan tujuan pengukuran., maka tes tersebut dianggap mempunyai validitas yang tinggi tersebut. Formula yang digunakan yaitu:

Keterangan:

- X = Skor item
- Y = Skor Total
- XY = Skor Pertanyaan
- N = Jumlah responden untuk diuji coba
- R = Korelasi product moment

Uji Reliabilitas

Koherensi suatu alat ukur untuk menilai fenomena yang sama dari peluang yang berbeda ditunjukkan dengan uji reliabilitas. Variabel yang digunakan sebagai instrumen penelitian dikatakan konsisten atau reliabel apabila nilai Cronbach's alpha (α) yang diperoleh setelah menggunakan SPSS lebih besar dari 60% (0,60); jika nilai Cronbach's alpha (α) kurang dari 60% (0,60), maka variabel tersebut dianggap tidak konsisten atau tidak dapat diandalkan. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimanfaatkan untuk memastikan apakah hubungan antara variabel independen ditemukan oleh model regresi. Aplikasi Analisis Multivariate SPSS

Karena SPSS bersifat dinamis (mudah memperbarui analisis dan memodifikasi data), mempunyai gaya penyajian yang bagus (dalam bentuk grafik dan tabel), dan mudah diintegrasikan dengan program lain (misalnya mengekspor dan mengimpor data ke dan dari Excel), popularitasnya semakin meningkat (Fauziah & Karhab, 2019).

Uji Heteroskedastisitas

Mencari tahu apakah varians residual dalam model regresi berfluktuasi tidak merata di seluruh pengamatan merupakan tujuan uji heteroskedastisitas lainnya . Interval pendugaan dan hipotesis berdasarkan distribusi t atau F tidak lagi dapat diandalkan ketika digunakan untuk menilai hasil regresi karena heteroskedastisitas (Widarjono, 2007)

Analisis Regresi Linier Berganda

Salah satu metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier. ini karena ada beberapa variable . Sebuah penelitian Untuk memastikan tidak adanya hal tersebut, analisis regresi linier berganda dilakukan. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong Papua Barat Daya Dengan memanfaatkan rumus tersebut, dilakukan analisis regresi linier berganda ini. Rumus regresi linier adalah sebagai berikut:

berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

| | | |
|-----------------|---|--------------------|
| Y | = | Kepuasan pelanggan |
| α | = | Konstanta |
| b_1, b_2, b_3 | = | Koefisien regresi |
| X1 | = | Faktor Tangible |
| X2 | = | Faktor Reliability |
| X3 | = | Faktor Empahty |

Uji T (Parsial)

Uji t membandingkan t hitung dengan t tabel pada tingkat keyakinan 95%, atau $\alpha = 0,05$, untuk menilai signifikansi koefisien regresi secara parsial. Uji koefisien korelasi dianggap signifikan jika nilai hitung lebih kecil dari t tabel; jika melebihi t tabel, maka dianggap tidak penting (Sari, 2008). Perangkat lunak SPSS, yaitu versi 20, digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda dan uji t untuk windows .

UJI f (SIMULTAN)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel dependen dipengaruhi oleh salah satu variabel independen dalam model atau oleh semua variabel independen yang digabungkan. Selain itu, tingkat signifikansi 5%, atau 0,05, digunakan dalam pengujian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan dipecahnya Perusahaan Telekomunikasi Negara dan Perusahaan Pos dan Giro Negara didirikan oleh Pada tahun 1965, pemerintah memisahkan jasa pos dan telekomunikasi dari PN Postel. Telkom melihat sejumlah perubahan selama keberadaannya sebelum go public pada tahun 1995 dan tercatat di bursa baru dan Bursa Efek Indonesia. Seiring dengan terciptanya aplikasi digital berbasis internet atau aplikasi over the top pada tahun 2000an. Telkom melakukan adaptasi dalam merespons disrupsi digital dengan berbagai cara, seperti memperluas lini produk dan menciptakan perusahaan yang fokus pada pelanggan. dan mengembang jaringan infrastruktur yang mendukung bisnis digital. Telkom berkomitmen untuk mengatasi pertumbuhan kompetitif yang disruptif dan tumbuh menjadi salah satu bisnis telekomunikasi digital terbesar di kawasan Asia Pasifik, seperti yang terlihat dari perubahan dan ekspansi yang kini terjadi.

Hasil Analisis Data

Uji validitas diperlukan untuk setiap penelitian yang menggunakan pendekatan kuesioner. Uji validitas membantu dalam menentukan

| Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| X1.1 | 0,586 | 0.1914 | Valid |
| X1.2 | 0,642 | 0.1914 | Valid |
| X1.3 | 0,585 | 0.1914 | Valid |

Sumber : Data yang di olah menggunakan aplikasi spss

Tabel Uji Validitas Variabel X1

| Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| X2.1 | 0,682 | 0.1914 | Valid |
| X2.2 | 0,682 | 0.1914 | Valid |
| X2.3 | 0,658 | 0.1914 | Valid |

Sumber : Data yang di olah menggunakan aplikasi spss

Tabel Uji Validitas Variabel X2

| Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| X3.1 | 0,564 | 0.1914 | Valid |
| X3.2 | 0,651 | 0.1914 | Valid |
| X3.3 | 0,562 | 0.1914 | Valid |

Sumber : Data yang di olah menggunakan aplikasi spss

Tabel Uji Validitas Variabel X3

| Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| Y1.1 | 0,560 | 0.1914 | Valid |
| Y1.2 | 0,603 | 0.1914 | Valid |
| Y1.3 | 0,587 | 0.1914 | Valid |

Sumber : Data yang di olah menggunakan aplikasi spss

Tabel Uji Validitas Variabel Y

Berdasarkan hasil output Dengan menggunakan korelasi antara setiap item atau skor pertanyaan dengan skor yang diperoleh dari jawaban responden, dilakukan uji validitas product moment atas kuisisioner.

Dimungkinkan untuk menentukan bahwa nilai r terhitung lebih tinggi daripada nilai r tabel dengan membandingkan keduanya. hal ini menunjukkan bahwa butir soal angket dinyatakan sah untuk dilakukan uji validitas momen produk untuk variable x1, x2, x3 dan y.

| Variabel | Ketentuan | Nilai Cronbach Alpha | Keterangan |
|----------|-----------|----------------------|------------|
| X1 | 0,60 | 0.695 | Reliabel |
| X2 | 0,60 | 0.726 | Reliabel |
| X3 | 0,60 | 0.677 | Reliabel |
| Y | 0,60 | 0,672 | Reliabel |

Sumber : Data yang di olah menggunakan aplikasi spss

Tabel Uji Reliability

Secara umum, uji reliabilitas atau keterpercayaan membantu menjamin tingkat keseragaman survei yang digunakan peneliti untuk menilai apakah survei tersebut dapat dipercaya atau tidak untuk mengukur variabel penelitian. Penentuan tersebut didasarkan pada temuan bahwa jika skor Cronbach's Alpha lebih sebesar 0,60 maka kuesioner tersebut dianggap memenuhi syarat reliabilitas atau konsistensi, begitu pula sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka kuesioner atau survei tersebut dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh hasil bahwa jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka berarti survei yang dilakukan peneliti dianggap reliabel atau konsisten.

Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini di pakai dalam penelitian agar dapat memastikan data terdistribusi secara teratur Kolmogorov Smirnov, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 75 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .66057949 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .184 |
| | Positive | .171 |
| | Negative | -.184 |
| Test Statistic | | .184 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .760 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis statistic untuk uji hipotesis dalam hal adalah analisis regresi, maka data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Dasar pengambilan Keputusan dalam uji normalitas kormogorov-smirnov, yakni jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian terdistribusi normal, begitu sebaliknya jika nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak terdistribusi normal.

Berdasarkan data output uji SPSS, data yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan terdistribusi normal karena nilai asymp. Sig > 0,05 (yakni sebesar 0,760)

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan hubungan antara variabel independen. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai VIF masing-masing variabel independen. Jika nilai VIF kurang dari 10, maka data dianggap bebas gejala multikolinearitas. Mengingat hasil uji SPSS, maka berikut ini hasil yang di peroleh :

| T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|------|-------------------------|-----|
| | | Tolerance | VIF |
| | | | |

| | | | |
|-------|------|------|-------|
| 1.899 | .062 | | |
| .515 | .608 | .253 | 3.954 |
| -.696 | .489 | .135 | 7.410 |
| 7.565 | .000 | .287 | 3.479 |

Berdasarkan hasil output SPSS, terlihat bahwa, masing-masing variable independent (variable bebas) mempunyai Jika skor VIF < 10, dapat dikatakan tidak ada tanda-tanda multikolinearitas dalam data.

Persamaan Regresi

$$Y = 1.645 + 0,065X_1 - 0.110X_2 + 0,898X_3$$

Uji Parsial

| Model | Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 1.645 | .866 | | 1.899 | .062 | | |
| 1 Tangible | .065 | .126 | .065 | .515 | .608 | .253 | 3.954 |
| Reability | -.110 | .159 | -.121 | -.696 | .489 | .135 | 7.410 |
| responsivense | .898 | .119 | .900 | 7.565 | .000 | .287 | 3.479 |

a. Dependent Variable: kepuasan

Uji t Salah satu jenis statistik inferensial parametrik adalah uji-t sampel independen (juga dikenal sebagai uji perbandingan atau perbedaan).. Dasar pengambilan Keputusan uji t sampel independen adalah sebagai berikut: H0 diterima dan Ha ditolak jika nilai sig lebih besar dari 0,05, sedangkan H0 ditolak dan Ha diterima jika nilai sig lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil output SPSS, berikut ini adalah uji hipotesis:

Karena tidak terdapat korelasi antara x1 dengan y (kepuasan konsumen), maka hipotesis 1 diterima dan hipotesis Ha ditolak.

H0 diakui, dan Ha ditolak, sebagaimana dinyatakan Hipotesis 2 bahwa x2 tidak berpengaruh pada y (kepuasan konsumen).

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa x3 berpengaruh terhadap y (kepuasan konsumen) menolak H0 dan menerima Ha.

Uji Simultan

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| Regression | 79.496 | 3 | 26.499 | 58.264 | .000 ^b |
| 1 Residual | 32.291 | 71 | .455 | | |
| Total | 111.787 | 74 | | | |

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), responsiveness, tangible, reability

Signifikansi variabel x berpengaruh terhadap variabel y, baik sendiri maupun kombinasi, merupakan dasar Uji F untuk regresi linier berganda. Nilai signifikansi dalam keluaran anova berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan. Hipotesis diterima jika nilai < 0,05, dan ditolak jika nilai sig > 0,05.

Hasil output mengidentifikasi bahwa variabel x1, x2, dan x3 berpengaruh terhadap variabel y (kepuasan pelanggan) dengan nilai signifikan < 0,05.

Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .843 ^a | .711 | .699 | .674 |

a. Predictors: (Constant), responsiveness, tangible, reability

b. Dependent Variable: kepuasan

Besarnya variabel bebas (X) pengaruh terhadap variabel terikat (Y) disebut koefisien determinasi (R kuadrat atau R kuadrat), atau R².

Tabel keluaran SPSS "Model Summary" menunjukkan bahwa koefisien determinasi, atau R square, adalah 0,711, atau 71,1%. Menurut diagram ini, variabel X1, X2, dan X3 secara kolektif memiliki pengaruh sebesar 71,1% terhadap variabel y. Akan tetapi, faktor lain selain variabel penelitian yang diteliti memiliki dampak terhadap 28,9% sisanya.

SIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa, sementara Hipotesis 1 menyatakan bahwa x1 tidak memiliki pengaruh terhadap y (kepuasan pelanggan), yang berarti bahwa H0 diterima dan Ha ditolak, Hipotesis 2 menyatakan bahwa x2 tidak memiliki pengaruh terhadap y (kepuasan pelanggan), yang berarti bahwa H0 diterima dan Ha ditolak. Selain itu, Hipotesis 3 menyatakan bahwa x3 memiliki dampak terhadap y (kepuasan pelanggan), yang berarti bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Selain itu,

temuan uji F menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 semuanya memiliki dampak simultan (kolektif) sebesar 71,1% terhadap variabel y. Namun, faktor-faktor selain variabel penelitian yang diteliti memiliki dampak pada 28,9% sisanya. PT. Telkom Sorong lewat produk Indihome perlu menyediakan layanan informasi dalam mendukung dan memberikan pelayanan yang efisien. Sehingga mempermudah pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa Indihome. PT. Telkom sebaiknya meningkatkan dan mempertahankan dengan cara melakukan kunjungan kepada para pelanggan, tujuan kunjungan untuk memberikan perhatian dan juga untuk mengetahui permasalahan parah pelanggan sehingga terciptanya komunikasi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, V., 2, Y. S., & 3, D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai. *JURNAL PENDIDIKAN DAN KONSELING*.
- Agustian, E., Saragi, S., & Andayani, N. (2022). Faktor Penentu Kepuasan pada Pelayanan Puskesmas Sebagai Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 65–72.
- Anindya, N. N. I., Ariana, N., & Putra, A. M. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Karyawan The Legian Bali Hotel. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 1(1), 1–8. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/488e25bd65521e1706c50ed955f173da.pdf#page=4
- Diana, S., Syahril, A., Anggreni, D., & Wari, F. E. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Journal of Telenursing (JOTING)*, 5(2), 3266–3272. <https://doi.org/10.31539/joting.v5i2.7710>
- Fahmi, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 565–572. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.565>
- Hendrayanti, E. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Pada Tenaga Kependidikan Unisma Bekasi. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.33558/optimal.v11i1.78>
- Hidayanti, A. T., & Handayani, J. (2019). ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PRESMA PADA PD BANK PERKREDITAN RAKYAT BLORA (Studi Kasus Pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora). *Keunis*, 7(2), 40. <https://doi.org/10.32497/keunis.v7i2.1584>

- Kismanto, J., & Suryo Murtopo, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Karanganyar. *Jurnal Kesehatan Kusuma Husada*, 14(1), 106–116. <https://doi.org/10.34035/jk.v14i1.928>
- Manajemen, J. I., Jimakebidi, D., Mei, V. N., Hadijah, H., Suryaningsih, D., & Timur, K. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fotocopy Givme Anugerah Tanah Periuk STIE Widya Praja Tanah Grogot dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen* . 1(2), 23–33.
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10151>
- Tijjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202>
- Widyo Kristantyo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>