

## Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dalam membangun loyalitas pelanggan (studi kasus pelanggan multi media akses PT. Telkom)

Hari Sandi Atmaja, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109407&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Saat ini, iklim kompetisi merambah ke seluruh wilayah usaha atau bisnis apapun tidak terkecuali dunia telekomunikasi. Dunia telekomunikasi termasuk bidang yang mengalami pertumbuhan sangat cepat mengingat dunia ini adalah dunia teknologi yang perkembangannya tidak lagi dalam hitungan tahun tetapi bulan bahkan hitungan hari. Perusahaan baik jasa maupun barang senantiasa mengembangkan berbagai macam produk untuk mampu bersaing dan unggul dalam kompetisi. Dan setiap perusahaan pun mengerti bahwa tidak cukup hanya dengan mengembangkan produk untuk tetap unggul dalam persaingan, namun juga bagaimana menarik, melayani dan menjaga pelanggan yang sudah ada dengan memberikan kualitas layanan atau kualitas jasa yang memadai.

Kualitas jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan melahirkan loyalitas terhadap produk. Kualitas jasa mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan. Kualitas Jasa merupakan perbedaan antara persepsi dan ekspektasi. Kualitas jasa sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang Lama. Dan terkadang Kualitas jasa didefinisikan sebagai perbandingan antara ekspektasi dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang disediakan (Parasuraman, Zeithmal, dan Berry, 1985).

Ditengah kondisi persaingan usaha khususnya dunia telekomunikasi seperti saat ini, penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dalam membangun loyalitas pelanggan. Penulis melihat penting bagi perusahaan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan pelanggan yang menggunakan jasa layanan dan produk perusahaan merasakan kepuasan dan menyebabkannya loyal terhadap layanan dan produk kita.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil produk dan layanan Multi Media Akses (MMA) PT Telkom sebagai penyelenggara jasa layanan dan produk telekomunikasi di Indonesia dengan menggunakan standar kualitas jasa rekomendasi ITU-T yang merupakan hasil dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

Hasil yang diperoleh semakin membuktikan beberapa pendapat sebelumnya yang mengatakan terdapat hubungan antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap keinginan untuk membeli kembali. Sedangkan atribut Service Billing dan Value added Service dari hasil penelitian ini menjadi faktor kunci yang mempengaruhi pelanggan MMA untuk tetap berlangganan kepada PT Telkom.