

Analisa kepuasan pelanggan dan perbaikan layanan divisi multimedia PT Telkom dengan pendekatan correspondence analysis dan quadrant analysis

Rima Astari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=116291&lokasi=lokal>

Abstrak

Dunia bisnis baik jasa maupun manufaktur tak henti-hentinya berkompetisi untuk membuat pelanggannya tetap setia pada produknya dan tidak berpaling ke produk lain. Salah satu kiat yang diyakini oleh pemasar untuk meraih hal itu tak lain dengan menciptakan sistem pelayanan yang selalu mengarah kepada customer satisfaction (kepuasan pelanggan). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. [1].

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor (atribut) apa saja yang mempengaruhi pilihan pelanggan terhadap penggunaan layanan komunikasi data. Bagaimana profil persaingan yang terjadi diantara berbagai provider yang ada dipasaran pada saat ini sehingga dapat diketahui siapa pesaing utama dari PT Telkom Divisi Multimedia. Kajian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Correspondence Analysis [12].

Quadrant Analysis digunakan untuk mengetahui kinerja dari masing-masing atribut layanan untuk setiap provider dan juga dapat diketahui tingkat kepentingan suatu atribut dalam sebuah layanan [7]. Informasi ini digunakan untuk menentukan strategi apa yang perlu diambil guna meningkatkan kinerja produk, sehingga memiliki daya saing di pasar.

Dari hasil correspondence analysis didapat bahwa provider pesaing yang memiliki strategi dan persaingan yang paling dekat dengan PT Telkom adalah PT Aplikanusa Lintasarta, sedangkan dari hasil quadrant analysis didapat delapan dari 24 atribut yang masuk kedalam kuadran 2, dimana kinerjanya masih dibawah rata-rata sedangkan tingkat kepentingannya diatas rata-rata sehingga perlu dilakukan perbaikan.

<hr>

The world of business either service nor manufacture never stop to compete to make their customer keep loyal to their products and not turning to other product. One of the things that is believed by the marketer to achieve that is nothing else except to create a satisfying system that oriented in customer satisfaction.

Customer satisfaction is determine by the customer perception of the product or service performance in fulfilling the customer hope [1].

This research is to find the factors (attributes) which influence the customer choice of using the data communication services. Also to find how is the competitive profile that happen between each providers in the market nowadays so it can be define who is the main competitors of PT Telkom division Multimedia. This research is done using Correspondence Analysis technique [12].

Quadrant Analysis is use to know the performance between each satisfaction attribute for each provider and

also it can be use to know the level of importance of an attribute in a service [7]. This information is use to determine the strategy that need to be taken to improve the performance of the product, so it will have a competitive power in the market.

From the result of correspondence analysis, it can be conclude that competitor provider which has the closest in strategy and competing with PT Telkom is PT Aplikanusa Lintasarta, And from the result of quadrant analysis there are 8 from 24 atributes which enter in quadrant 2, where the performance still under average while the level of importance is above average so it needs to be improve.