



**PENGARUH DIMENSI PELAYANAN PRIMA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA UNIT PELAYANAN
PT. TELKOM TBK KANDATEL SUMATERA BARAT**

SKRIPSI SI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi


Program Studi Manajemen

Oleh

NISA NINDIA

06 152 061

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNFVERSITAS ANDALAS
PADANG
2011**

	No. Alumni Universitas :	Nisa Nindia	No. Alumni Fakultas :
	a) Tempat / Tanggal Lahir : Padang/ 11 Juli 1989 b) Nama Orang Tua : Rusdi Ambo (Alm) dan Magdalena c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No.IP : 06152061 f) Tanggal Lulus : 17 Januari 2011 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,2 i) Lama Studi : 4 tahun 5 bulan j) Alamat Orang Tua : Komplek Taruko Blok A/6 Gunung Pangihun, Padang.		

PENGARUH DIMENSI PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UNIT PELAYANAN PT. TELKOM TBK KANDATEL SUMATERA BARAT

*Skripsi S1 Oleh : Nisa Nindia
Pembimbing : Dr. Yulia Hendri Yenni, SE, MT, Akt*

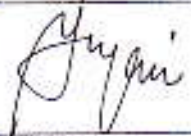
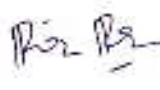
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan prima merupakan layanan terbaik yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga perusahaan mampu memberikan *kepuasan yang optimal*. Sedangkan *kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang dirasakan setelah membandingkan kesesuaian antara harapan dengan apa yang ia terima*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan telepon rumah PT. Telkom Tbk area Padang. Sedangkan sampel diambil dari populasi menggunakan metode convenience sampling. Metode riset untuk pengujian hipotesis menggunakan pola hubungan pengaruh, mengoperasionalkan variabel, dengan instrumen kuesioner sebanyak 100 responden. Setelah data terkumpul, kemudian diolah dengan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 15.0. Dari hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan dimensi pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Tbk Kandatel Sumatera Barat. Secara parsial hanya dimensi kemampuan, tindakan, sikap, dan ketepatan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Keywords: Pelayanan Prima, Kepuasan pelanggan.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 17 Januari 2011

Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	¹ 	²	³ 
Nama Terang	Dr. Yulia Hendri Yenni, SE. MT, Akt	Dr. Vera Pujani, SE. MM.Tech	Rida Rahim, SE, ME

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si
Nip. 197102211997011001


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :		Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas :		Nama	Tanda Tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk jasa dewasa ini berakibat pada pertumbuhan sektor jasa yang berlangsung pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya variasi jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, yang kemudian berakibat pada persaingan yang semakin ketat antar perusahaan (Tjiptono,2008). Oleh karena itu, perusahaan jasa dituntut untuk mampu menghasilkan produk jasa yang berkualitas baik dari segi produk, maupun layanan yang diberikan guna memenangkan persaingan.

Banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya, menyebabkan persaingan dalam hal memberikan pelayanan yang terbaik pun semakin kompetitif. Hal ini tentunya berimbas kepada unit-unit pelayanan yang kini dituntut agar dapat memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggannya. Pada umumnya perusahaan dengan unit layanan yang memiliki kemampuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan secara optimal akan mampu untuk memenangkan persaingan dalam bisnis jasa dewasa ini. Menurut Tjiptono (2008:3) "faktor layanan telah bertumbuh pesat sebagai diferensiator dan kunci keunggulan". Jadi, pelayanan prima yang diberikan oleh unit pelayanan perusahaan tersebut dapat dijadikan untuk menciptakan nilai tambah dalam memenangkan persaingan.

Pada saat ini masyarakat sebagai konsumen menjadi semakin peduli terhadap kualitas jasa yang ditawarkan. Kualitas barang dan jasa yang baik serta fasilitas yang memadai akan semakin lengkap bila ditambah dengan memberikan pelayanan secara prima kepada pelanggan. Suatu kualitas pelayanan juga harus dihubungkan dengan harapan dan keinginan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan, jadi unit pelayanan perusahaan seharusnya memiliki kemampuan untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan pelanggan, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk maupun dalam berinovasi terhadap produk yang dihasilkan. Karena, pelangganlah yang berhak untuk menilai kualitas suatu produk dengan membandingkan apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima (Barata,2003).

Kepuasan menurut Kotler (2002) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan tergantung kepada kesesuaian antara harapan yang ada dibenak pelanggan dengan kinerja yang mereka terima, apa bila kinerja yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan puas dengan pelayanan tersebut.

Salah satu cara yang dilakukan oleh banyak perusahaan belakangan ini dalam mewujudkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang optimal atau disebut juga dengan pelayanan prima. Definisi pelayanan prima menurut Barata (2003:27) yaitu "kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan".

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu perusahaan penyelenggara informasi dan telekomunikasi yang terbesar di Indonesia. Dalam kegiatan usahanya PT. Telkom Tbk menetapkan standar pelayanan yang diberikan kepada pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dari pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom Tbk kandatel Sumatera Barat area Padang, pelanggan dapat menilai prima tidaknya pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai dimensi pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Tbk kandatel Sumatera Barat area Padang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dimensi pelayanan prima yang terdiri dari variabel kemampuan (*ability*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accounttability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), ketepatan (*accuracy*) dan kenyamanan (*freshness*) mempunyai pengaruh signifikan secara bersama-sama (*simultan*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Tbk kandatel Sumatera Barat area Padang.
2. Secara masing-masing, dimensi penampilan, perhatian, tanggung jawab dan kenyamanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Tbk kandatel Sumatera Barat. Sedangkan dimensi kemampuan, tindakan, sikap, dan ketepatan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Tbk kandatel Sumatera Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- irata, Atep Adya, 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima, Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Jakarta: PT. Elex edia Komputindo.
- lando. *Analisis Pegaruh Pelayanan Prima (service excellence) terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada SPBU Pertamina 34-12708)*, Jurnal, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- asan, Iqbal, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- en Swastika, 2005, *Pengaruh Pelayanan Prima Front Liner Terhadap Kepuasan Nasabah (studi pada PT. Bank Mandiri Cabang Malang Wahid Hasyim di Malang)*, Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- otler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*: PT. Macanan Jaya cemerlang.
- ukuh, silvester. *Pengaruh variabel Pelayanan Prima terhadap Ieputusan Konsumen (studi kasus pada Bank Negara Indonesia cabang jalan Margonda Raya)*, Jurnal, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya, Malang.
- urniawan, Immanuel Dwi, 2006. *Analisa pengaruh Pelayanan Prima (service excellence) terhadap Kepuasan pelanggan (studi pada kantor cabang Perum Pegadaian yang berada di Kota Malang)*, Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya.
- riyatno, Dwi. 2008. *Mandiri belajar SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- ekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba.