

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG BAUBAU

Rudi Abdullah

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton

Email : Rudi_Tomia@Yahoo.Co.Id

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau. Dengan Hipotesis awal bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan. Dengan jumlah sampel sebanyak 39 Orang dengan menggunakan analisis regresi sederhana kemudian di deskriptifkan. Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi $Y = 5.833 + 0.686X$ Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan dimensi kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan terhadap kepuasan sebesar 68,6%. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dapat dilihat dari nilai signifikansi t pada analisis regresi sederhana yaitu $\text{sig } t = 0,00 < \alpha = 0,05$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,809 dapat diartikan bahwa korelasi hubungan antara variabel bebas kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) adalah positif.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Abstract

The purpose of this research is to know how the influence of service quality to satisfaction at PT Telekomunikasi Indonesia Branch Baubau. With the initial hypothesis that the quality of service affect the satisfaction. With a sample size of 39 people using a simple regression analysis and then descriptive. Based on analysis of research results and discussion in this study, it can be concluded that the quality of service is very influential on satisfaction at PT Telekomunikasi Indonesia Branch Baubau. This can be seen from the regression equation $Y = 5.833 + 0.686X$ This shows that if there is a change in service quality dimension of 1 unit, it will cause changes to the satisfaction of 68.6%. Quality of service influence on satisfaction can be seen from the significance value t on a simple regression analysis that $\text{sig } t = 0.00 < \alpha = 0.05$. The value of correlation coefficient (R) of 0.809 can be interpreted that the correlation relationship between service quality independent variable (X) to satisfaction (Y) is positive.

Keywords : Service Quality and Satisfaction

Pendahuluan

Pada era globalisasi ini persaingan sangatlah tajam baik itu di pasar domestik ataupun pasar internasional. Agar dapat berkembang atau paling tidak dapat bertahan perusahaan harus dapat menghasilkan produk barang maupun jasa dengan kualitas yang baik. Ada beberapa aktivitas dalam menciptakan kualitas yang baik, salah satu yang terpenting adalah pengendalian kualitas. Pengendalian kualitas penting dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan dan standar yang telah ditetapkan oleh badan yang berwenang.

Fenomena globalisasi juga berdampak terhadap perusahaan jasa. Perusahaan jasa pada era globalisasi ini bukan hanya mengemban misi sosial. Aspek bisnis dalam pengelolaan suatu Perusahaan jasa sudah menjadi suatu konsekuensi wajar pada era globalisasi. Karena itu Perusahaan jasa tidak perlu lagi mengesampingkan upaya untuk lebih mempromosikan diri. Prasarana dan fasilitas Perusahaan jasa serta kemajuan ilmu perlu dijelaskan kepada masyarakat, mengingat persaingan Perusahaan jasa semakin ketat. Pada masa mendatang, kunci utama kesuksesan Perusahaan jasa adalah terletak pada dua hal pokok yaitu pemanfaatan sumber daya khususnya sumber daya manusia secara efektif dan efisien, dan kepuasan pemakai jasa. Sejalan dengan perkembangan dan persaingan Perusahaan jasa yang ada, pada akhirnya kepuasan pelanggan saja tidak cukup. Hal ini karena kualitas pelayanan yang baik dari Perusahaan jasa akan menciptakan kepuasan pada pemakai jasa suatu perusahaan.

Adanya loyalitas dari pemakai jasa Perusahaan maka hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan apalagi konsumen mau menceritakan pengalamannya selama di Perusahaan jasa tersebut kepada pihak lain. Kepuasan merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara Perusahaan jasa dengan pelanggan. Konsumen yang memperoleh produk atau jasa yang sesuai atau melebihi harapan, cenderung akan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan. Sebuah proses pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi

pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purnabeli (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas). Dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang.

Pengukuran akan konsep kepuasan pelanggan telah menjadi alur kajian modern pada teori, konsep dan permodelan manajemen dan strategi pemasaran. Kepuasan sebagai pendekatan strategik perusahaan, khususnya pada basis strategi mutu pelayanan dan nilai pelanggan sering kali bagi sebagian perusahaan dijadikan sebagai alat atau media yang berperan menentukan atas kepuasan pelanggan. Mutu pelayanan dan nilai pelanggan, merupakan alternatif strategi yang terarah dan pilihan strategi yang tepat untuk mencapai kepuasan pelanggan dan mendukung penerapan *customer relationship*, sehingga tujuan perusahaan sendiri dapat tercapai yaitu membangun minat kepuasan pelanggan yang optimal. PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau merupakan salah satu perusahaan jasa yang ada di Baubau. Menjadi perusahaan jasa yang unggulan dalam bidang pelayanan merupakan visi dari PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau.

PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Dan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, konsumen merasa puas dan akan melakukan pelayanan yang baik terhadap kepuasan yang mereka dapatkan kepada keluarga, teman ataupun asosiasinya. Karena itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau bisa memberikan kepuasan bagi para konsumennya sehingga mereka akan merekomendasikan kepada rekan-rekannya. Dari fenomena diatas maka penulis tertarik untuk menyusun penelitian ini dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau". Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas,

maka pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini dirumuskan adalah Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau?. Berdasarkan rumusan pokok permasalahan, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau.

Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Kualitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan atau kalimat - kalimat seperti jawaban kuisioner.
- b. Data Kuantitatif yaitu data berupa angka - angka yang dinyatakan dalam berbagai satuan seperti jumlah karyawan pada PT. Telekomunikasi Indonesia cabang Baubau.

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari karyawan dan pimpinan perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia cabang Baubau.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui internet, buku yang berkaitan dengan penelitian.

Populasi Dan Sampel

Menurut Arikonto (2006 : 130) mengungkapkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah 39 responden yang terdiri dari pimpinan dan karyawan PT Telekomunikasi Indonesia cabang Baubau.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006 : 131). Karena anggota populasi bersifat *homogen* maka tehnik pengambilan sampelnya yaitu *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* yaitu Tehnik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2007 : 82).

Sampel dalam penelitian ini adalah 39 responden yang terdiri dari pimpinan dan karyawan PT Telekomunikasi Indonesia cabang Baubau.

Metode Pengumpulan Data

Didalam melengkapi hasil penelitian ini, maka penulis melakukan pengumpulan data dengan cara berikut :

1. *Survey* Pendahuluan, yaitu kegiatan langkah awal untuk mencari judul penelitian dan masalah yang bisa diangkat menjadi bahan penelitian dengan membaca Jurnal Riset Akuntansi Indonesia (JRAI), Seminar Nasional Akuntansi (SNA), maupun lewat karya tulis ilmiah lainnya. Setelah menentukan judul penelitian dan masalah yang diangkat dalam penelitian melalui jurnal, maka langkah selanjutnya adalah mencari objek penelitian yang tepat dan sesuai dengan judul penelitian.
2. Studi Kepustakaan, yaitu dengan suatu metode untuk mendapatkan informasi dari teori-teori dengan cara mempelajari serta mencatat dari buku-buku literature, majalah, jurnal, serta bahan-bahan informasi lainnya yang berhubungan dengan materi yang dibahas oleh penulis.
3. *Survey* Lapangan, yaitu suatu metode pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung ke tempat objek yang diteliti.
4. Kuesioner yaitu seperangkat pertanyaan yang disusun oleh peneliti untuk diisi oleh responden yang berbentuk pertanyaan tertulis.

Dalam penelitian ini digunakan *skala likert* lima point. *Skala likert* ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2007 : 86). Penentuan skala likert dapat di lihat sebagai berikut :

Skor 5 = Sangat Setuju, Sangat Sesuai, Sangat Baik, Sangat Ramah, Sangat Cepat.

Skor 4 = Setuju, Sesuai, Baik, Ramah, Cepat.

Skor 3 = Cukup Setuju, Cukup Sesuai, Tidak Baik, Tidak Ramah, Cukup Cepat.

Skor 2 = Tidak Setuju, Tidak Sesuai, Tidak Baik, Tidak Ramah, Tidak Cepat.

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju, Sangat Tidak Sesuai, Sangat Tidak Baik, Sangat Tidak Ramah, Sangat Tidak Cepat.

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah, pengolahan data dengan menggunakan sistem komputerisasi, yaitu sebagai berikut :

- 1) Tabulasi, yaitu tehnik pengolahan data dengan cara memasukan data - data yang di peroleh dari responden dengan bentuk tabel sesuai dengan kebutuhan penelitian.
- 2) Interpretasi data, yaitu menjelaskan data yang telah ditabulasi secara konseptual untuk selanjutnya dianalisis.

Karena penelitian ini menggunakan kuisisioner, maka perlu dilakukan *uji validitas* dan *uji reliabilitas*. *Uji validitas* menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang *valid* atau sah mempunyai *validitas* tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang *valid* berarti memiliki *validitas* rendah. Sebuah instrument dikatakan *valid* apabila dapat menggunakan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya *validitas* instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang *validitas* yang dimaksud. Apabila suatu data telah dinyatakan *valid*. Maka langkah selanjutnya adalah mengukur *reliabilitas* data tersebut.

Tehnik Pengolahan Data

Adapun tehnik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Editing, yaitu memeriksa kelengkapan jawaban responden, meneliti kekonsentrasian jawaban, dan menyeleksi keutuhan kuesioner sehingga data siap diproses.
2. Coding, yaitu mengkode atau memisahkan data berdasarkan klasifikasi variabel.
3. Tabulasi, yaitu mengidentifikasi, mencacah terhadap setiap item pertanyaan dalam bentuk distribusi frekuensi.

Metode Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan yang di kemukakan dalam penelitian ini di gunakan analisis *regresi* sederhana. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Menurut Sugiyono (2007 : 250), analisis *regresi* sederhana digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) *variabel dependen* bila satu atau *variabel independen* sebagai *factor predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X$$

Dimana :

Y = Kepuasan

α = Konstanta (Nilai *intercept*)

β = *Koefisien regresi* untuk X

X = Kualitas Pelayanan

ε = Estimasi tingkat kesalahan / *Error*

Dalam klasifikasi variabel di tentukan mana yang sebagai variabel bebas (*independent*) adalah Kualitas Pelayanan (X) dan mana yang sebagai variabel terikat (*dependent*) adalah Kepuasan (Y) sedangkan variabel lain di luar kedua variabel tersebut dilambangkan dengan (ε) yang merupakan variabel - variabel yang tidak di ukur. Untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y digunakan kaidah pengambilan keputusan yang di kemukakan oleh Sudjana (1996 : 367) sebagai berikut :

- a. Jika nilai $r > 0$ artinya telah terjadi hubungan linear yang positif yang berindikasikan bahwa makin besar nilai Kualitas Pelayanan (X), maka semakin besar pula Kepuasan (Y), atau sebaliknya .
- b. Jika nilai $r < 0$ berarti tidak ada hubungan sama antara variabel X dan variabel Y
- c. Jika nilai $r = 1$ atau $r = -1$ artinya telah terjadi hubungan *linier* sempurna yaitu berupa garis lurus , sedangkan untuk nilai r yang makin mengarah ke angka 0 maka garis makin tidak lurus.

Besarnya nilai yang di gunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kaidah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh Sugiyono (2007 : 231) sebagai berikut :

1. Nilai $r = 0,00 - 0,199$ pengaruh yang terjadi tidak kuat
2. Nilai $r = 0,20 - 0,399$ pengaruh yang terjadi kurang kuat
3. Nilai $r = 0,40 - 0,599$ pengaruh yang terjadi sedang
4. Nilai $r = 0,60 - 0,799$ pengaruh yang terjadi kuat
5. Nilai $r = 0,80 - 1,00$ pengaruh yang terjadi sangat kuat

Untuk menentukan kecenderungan rata - rata skor jawaban responden, di gunakan criteria interpretasi rata - rata skor kuisisioner dengan skala likert seperti yang dikemukakan oleh Riduwan (2007 : 89) Sebagai Berikut :

- a. Nilai rata - rata skor 1,00 – 1,99 = Buruk Sekali
- b. Nilai rata - rata skor 2,00 – 2,99 = Buruk
- c. Nilai rata - rata skor 3,00 – 3,99 = Cukup Baik
- d. Nilai rata - rata skor 4,00 – 4,99 = Baik
- e. Nilai rata - rata skor sama dengan 5,00 = Baik Sekali

Hasil Dan Pembahasan

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode statistik *product moment pearson* dengan kriteria jika r yang diperoleh $> 0,30$ pada, taraf kepercayaan 95 %, maka instrumen (kuisisioner) dinyatakan Valid. Hasil uji validitas instrumen dimaksud dapat dilihat pada tabel 4 . 1.

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Instrumen pada Tarif signifikansi $\alpha = 0,05$

Indikator	Nilai r	Ket
X1	.593	Valid
X2	.506	Valid
X3	.591	Valid
X4	.730	Valid
X5	.735	Valid
X6	.710	Valid
X7	.731	Valid

Y1	.553	Valid
Y2	.468	Valid
Y3	.584	Valid
Y4	.590	Valid
Y5	.567	Valid
Y6	.533	Valid
Y7	.577	Valid

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 19

Berdasarkan tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa semua item indikator yang mengukur masing - masing variabel indikator menghasilkan angka koefisien validitas yang lebih dari 0,3 ($r > 0,3$). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji reliabilitas instrumen pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh hasil seperti pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen pada Tarif signifikansi $\alpha = 0,05$

Indikator	Nilai r	Ket
X1	.662	Reliable
X2	.654	Reliable
X3	.719	Reliable
X4	.683	Reliable
X5	.711	Reliable
X6	.682	Reliable
X7	.718	Reliable
Y1	.788	Reliable
Y2	.780	Reliable
Y3	.716	Reliable
Y4	.622	Reliable
Y5	.644	Reliable
Y6	.653	Reliable
Y7	.771	Reliable

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 19

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut disimpulkan bahwa semua item indikator yang digunakan untuk mengukur masing - masing variabel indikatornya memiliki angka koefisien lebih besar dari 0,60. Karena itu, instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data dapat dinyatakan reliable pada taraf kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$

Dari hasil kuisioner, diperoleh total skor untuk Kualitas Pelayanan tampak pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6 : Variabel Independen (Kualitas Pelayanan (X))

Skor	Frekuensi	Presentase (%)	Total Skor (X.F)
15	4	10.26 %	60
16	3	7.69 %	48
17	6	15.38 %	102
18	4	10.26 %	72
19	8	20.51 %	152
20	5	12.82 %	100
21	4	10.26 %	84
21	5	12.82 %	105
$\Sigma f.X =$ Jumlah	39	100 %	723
$\Sigma fI.X =$ Jumlah Skor	5 x 39		195
Rata-rata Skor			3.707

Sumber : Data Primer (Diolah), 2015

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa total skor Kualitas Pelayanan di bahwa total skor untuk dimensi ini adalah sebesar 723 yang terdiri dari 5 item pertanyaan dari 39 responden yang berarti bahwa jika dirata-ratakan setiap responden dengan skor 3,707. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang ada pada adalah cukup baik.

Dari hasil kuisioner, diperoleh total skor untuk kepuasan, tampak pada tabel 4.7 berikut ini

Tabel 4.7 : Variabel Dependen (kepuasan (Y))

Skor	Frekuensi	Presentase (%)	Total Skor (X.F)
13	4	10.26 %	52
14	3	7.69 %	42
15	3	7.69 %	45
17	4	10.26 %	68
18	3	7.69 %	54
19	8	20.51 %	152
20	5	12.82 %	100
21	4	10.26 %	84
22	5	12.82 %	105
∑f.X= Jumlah	39	100 %	703
∑fL.X = Jumlah Skor	5 x 39		195
Rata-rata Skor			3.600

Sumber : Data Primer (Diolah), 2015

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa total skor kepuasan di bahwa total skor untuk dimensi ini adalah sebesar 703 yang terdiri dari 5 item pertanyaan dari 39 responden yang berarti bahwa jika dirata-ratakan setiap responden dengan skor 3,600. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang ada pada adalah cukup baik.

Penelitian tentang Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan diperoleh hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana yang diuji dengan program SPSS 19 disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (B)	Standar Error	T Hitung (Stat)	Signifika n t	R Korelas i
Y	0.686	2.314	2.521	0,000	0,809
Konstanta = 5.833					
Adjusted R Square = 0,632					

R Square = 0,654

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS 19 diperoleh, persamaan regresi linear sederhana, pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan adalah :

$$Y = 5.833 + 0.686X$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,809 dapat diartikan bahwa korelasi hubungan antara variabel bebas Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan (Y) adalah positif.
2. Nilai koefisien determinasi (R²) = 0,654 dapat diartikan bahwa 65,4% variasi dari peningkatan kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kepuasan (X) dan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengaruhnya kuat.
3. Estimasi tingkat error variabel bebas kepuasan = 2,314 menunjukkan angka relatif kecil yang berarti mode regresi semakin akurat untuk memprediksi kualitas pelayanan.

Hasil analisis inferensial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dapat dilihat dari nilai signifikansi t pada analisis regresi sederhana yaitu $\text{sig } t = 0,00 < \alpha = 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas pelayanan sangat diperlukan dalam rangka peningkatan kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dilihat pada koefisien regresinya sebesar 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan dimensi kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan terhadap kepuasan sebesar 68,6%. Berdasarkan uraian diatas, akan berlaku jika diasumsikan bahwa variabel bebas lainnya dalam

penelitian ini dianggap tetap. Kenyataan ini dapat berindikasi bahwa kualitas pelayanan akan menyebabkan kecenderungan upaya peningkatan kepuasan dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap.

Simpulan Dan Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi $Y = 5.833 + 0.686X$ Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan dimensi kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan terhadap kepuasan sebesar 68,6%. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dapat dilihat dari nilai signifikansi t pada analisis regresi sederhana yaitu $\text{sig } t = 0,00 < \alpha = 0,05$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,809 dapat diartikan bahwa korelasi hubungan antara variabel bebas kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) adalah positif.

Sehubungan dengan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Untuk mewujudkan kepuasan Perusahaan yang baik, maka perlu adanya implementasi kualitas pelayanan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau yang menunjang kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau sehingga, dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi Perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya.
2. Untuk melakukan kualitas pelayanan maka manajemen pada Perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau harus berupaya untuk mengaplikasikan prinsip - prinsip perusahaan dan standar yang berlaku sehingga dapat menunjang proses kualitas pelayanan pada perusahaan yang dilakukan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Baubau dimasa yang akan mendatang.

Daftar Pustaka

- Azwar, Azrul. 2001. "Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction" dalam *Usahawan*, No. 01, Tahun XXXII, Januari, Jakarta
- Assauri, Sofjan. 2003. "Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction" dalam *Usahawan*, No. 01, Tahun XXXII, Januari, Jakarta
- Bastian. 2008. Service Quality In Hospitals : More Favourable Than You Might Think, *International Journal of Marketing Service Quality* : Vol13, NO 3, pg 197.
- Davidow, Moshe 2003. Have You Heard The Word? The Effect Of Word Of Mouth On Perceived Justice, Kepuasan And Repurchase Intentions Following Komplain Handling. *Journal of and Complaining Behavior*.Vol.16 pg. 67
- Harrison, L. Jean and Walker, 2005. The Measurement Of Word Of Mouth Communication And An Investigation Of Service Quality And Customer Commitment As Potential Antecedents, *Journal of Service Research*, Vol. 4, No. 1, p. 60-75
- Kotler, P., and K. L. Keller. 2008. *Marketing Manegement*. Thirteenth Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler , P. dan Keller , K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas Jilid 1. Edisi Bahasa Inggris. Pearson Education, Inc. Upper Saddler River, New Jersey, 07458, Edisii Bahasa Indonesia, pada PT. INDEKS
- Killer and Kotter 2000. Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap, Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar. Tesis, Program Magister Manajemen Universitas Udayana, Denpasar.
- Lovelock, C,H and Wright, J. 2007. *Service Marketing : People, Technology, Strategy*, Sixth Edition, USA : Pearson Pretience Hall, Pearso Education International.
- Tjiptono, Fandy, 2002, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2007. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Reingen, P. H., and Walker, B. A. 2001. Cross-Unit Competition for a Market Charter: The Enduring Influence of Structure, *Journal of Marketing* 65.pp. 29 – 31.
- Yazid. 2009. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. (Studi Pada Pelanggan Warung Mina Peguyangan), Tesis, Program Magister Manajemen Universitas Udayana, Denpasar.
- Zeithaml at al. 2002. *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. United Stated of America : International Edition. Mc.Graw-Hill.