

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
PT.TELKOM KOTA BENGKULU**

ALIMANSYAH, LIPNELDI DAN FERNANDA DIAN

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Indihome PT.Telkom Kota Bengkulu” Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Indihome PT.Telkom Kota Bengkulu yang dilakukan oleh PT.Telkom Kota Bengkulu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan metode survey dimana pengumpulan datanya menggunakan kuisisioner atau angket, wawancara, dan dokumentasi guna untuk memperoleh data-data yang diperlukan untuk mengkaji penelitian. Responden penelitian ini yaitu sebanyak 77 responden yaitu pelanggan Indihome. Hasil penelitian analisis tingkat kepuasan pelanggan PT.Telkom Kota Bengkulu ini menggunakan 3 indikator yaitu kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan kualitas produk. Hasil dari penelitian ini yaitu untuk indikator kualitas pelayanan, untuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Telkom sudah bisa dikatakan baik, karena pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah dapat membuat puas pelanggan. Indikator yang kedua yaitu aksesibilitas sebagian besar pelanggan mengatakan jaringan internet masih sering gangguan. Dan indikator yang ketiga yaitu kualitas produk, kualitas produk sudah dikatakan baik, karena PT.Telkom sudah memberikan yang ditawarkan sesuai dengan kenyataannya itu memang bagus. Dari beberapa temuan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan sudah baik karena sesuai dengan permintaan pelanggan, dan pelanggan sudah puas dalam pelayanan dan produk yang diberikan oleh PT.Telkom Kota Bengkulu.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Indihome, Kualitas Pelayanan, Kualitas produk

PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini, perkembangan teknologi di Indonesia berkembang secara drastis dan terus berevolusi hingga sekarang dan semakin mendunia. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dan penemuan yang sederhana hingga sangat rumit. Bahkan, kurang dari 10 tahun terakhir, teknologi handphone yang awalnya hanya sebuah alat komunikasi nirkabel berkembang menjadi alat komunikasi yang dapat mengambil foto, merekam video, mendengarkan musik, dan mengakses internet dalam hitungan detik. Perkembangan teknologi saat ini merupakan dasar untuk mengembangkan kehidupan berbangsa dan bernegara. Kemajuan suatu negara didasarkan atas seberapa jauh ilmu pengetahuan dan

teknologi yang dikuasai oleh negara tersebut. Hal ini sangat beralasan dikarenakan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan dasar dari setiap aspek kehidupan manusia. Bangsa Indonesia merupakan salah satu bangsa yang hidup dalam lingkungan global, maka mau tidak mau juga harus terlibat dalam maju mundurnya penguasaan teknologi dan ilmu pengetahuan, khususnya untuk kepentingan bangsa sendiri.

Teknologi sangat erat kaitannya dengan Internet, perkembangan internet itu sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang, berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Tahun 1998 hanya 500 ribu orang yang menggunakan internet, namun dimulai

pada tahun 2012 pengguna internet meroket menjadi 63 juta orang. Angka itu bahkan diprediksi akan terus meningkat menjadi 139 juta orang pada tahun 2015 keatas.

Bersamaan dengan perkembangan teknologi yang ikut mengalami pertumbuhan pesat, terutama dalam hal internet hampir seluruh penduduk Indonesia membutuhkan fasilitas internet, karena peran internet sangat besar mulai dari pertukaran data informasi sampai akses untuk komunikasi dengan banyak orang yang tinggal di berbagai belahan dunia. PT.Telekomunikasi Indonesia yang saat ini menjadi salah satu perusahaan yang mendominasi industri telekomunikasi di Indonesia, mempunyai berbagai macam produk untuk memanjakan masyarakat Indonesia untuk berkomunikasi. Maka dari itu PT.Telekomunikasi di Indonesia meluncurkan sebuah teknologi internet canggih yaitu IndiHome. Produk yang menjadi unggulan PT.Telkom IndiHome ini sendiri merupakan produk baru Telkom yang mulai diluncurkan pada awal tahun 2015 sebagai pengganti dari Speedy, karena seperti yang telah kita tahu bahwa manajemen Telkom telah menghapus Brand *Speedy* dan mengganti Brand baru yaitu IndiHome, yang tentunya dengan produk barunya ini PT.Telkom akan memberikan fasilitas serta kenyamanan dan kepuasan pelanggan lebih terjamin. Indi home inilah maka teknologi tanpa batas muncul. mulai dari kecepatan akses internet 100Mbps TV *cable* dan lainnya yang dikenal sebagai *Triple Play*, dan tidak puas hanya di *Triple Play* saja, telkom akan meluncurkan *Quadruple Play* yang akan mengembangkan 8 layanan sekaligus dalam satu paket atau *Octuple Play*.

Produk IndiHome memberikan kemudahan dalam mengakses internet dengan kecepatan akses yang dipercaya cukup membuat masyarakat Indonesia tertarik untuk menggunakannya.Masalah yang dihadapi PT.Telkom sekarang ini adalah semakin berkembangnya penyedia jasa

layanan internet yang semakin banyak dengan menawarkan harga-harga yang kompetitif dengan berbagai produk yang bervariasi.Dalam situasi seperti sekarang ini, PT.Telkom berusaha mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang lama. Menyadari peran penting pelanggan dalam kemajuan perusahaan maka salah satu usaha yang dilakukan oleh PT.Telkom mencari cara untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini disadari oleh PT. Telkom yang memberikan jasa pelayanan internet yang dituntut untuk secara terus menerus meningkatkan kualitas produk IndiHome.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Menurut Kotler (2009) dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, pelayanan, harga dan promosi 3 akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan lebih pada kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

Kualitas baik produk maupun pelayanan merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari sebuah perusahaan, mengingat kualitas berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.Setiap perusahaan yang memproduksi suatu produk mengharapkan produknya dapat memuaskan keinginan hati konsumen. Produk tidak akan berjalan lancar apabila keinginan pelanggan tidak dapat dipengaruhi, dalam arti pelanggan mempunyai keinginan dan kebutuhan yang

tidak tentu atau selalu berubah. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus: PT.Telkom Akses Kota Bengkulu)”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan beberapa latar belakang yang dipaparkan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah Tingkat Kepuasan Pelanggan Indihome PT.Telkom Kota Bengkulu ?”.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif Deskriptif dengan menggunakan angket atau kuisisioner. Menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi: 1989). Penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menggambarkan dengan cermat tentang fakta-fakta ataupun fenomena yang apa adanya dari lapangan terkait tentang tingkat kepuasan pelanggan Indihome PT.Telkom Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dalam bentuk survei.

Teknik Pengambilan Sampel dan Data

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Berdasarkan pendapat di atas yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT.Telkom pada ODC bagian kelurahan Penurunan, jumlah per ODC kapasitasnya adalah 144 dengan jumlah 768 pelanggan. Di dalam

penelitian ini sampel diperoleh dari penggunaan teknik tertentu. Dari beberapa teknik sampling yang ada berkenaan dengan penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik *systematic sampling*. Teknik Pengumpulan Data dengan angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008), namun apabila ada yang perlu ditanyakan lebih lanjut kepada responden maka akan dilakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

Teknik Analisis Data

Setelah data-data berhasil dikumpulkan selanjutnya data-data tersebut dianalisis untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada pokoknya teknis analisis data ada dua macam yaitu: teknik analisis data kualitatif dan teknik analisis data kuantitatif. Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Karena data-data yang diperoleh berupa kasus-kasus dan fenomena-fenomena dan argumen-argumen sehingga memerlukan pemikiran yang teliti dalam menyelesaikan masalah. Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Indihome, data yang diperoleh melalui angket kemudian diuji dengan menggunakan persentase. Uji persentase akan diuji dengan menggunakan Rumus : $P = x \cdot 100 \%$

Keterangan : P = persentase, F= jumlah yang diperoleh, N=jumlah responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dikelurahan Penurunan dan pengambilan sampel disetiap gang di kelurahan Penurunan. Waktu penyebaran kuisisioner tanggal 20 mei 2017. Peneliti mengajukan 77 kuisisioner terbuka yang berisikan 5

pertanyaan yang ditunjukkan secara responden secara acak. Berikut pertanyaan dalam angket sekaligus jawaban yang di dapat :

Kualitas Pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dari penjelasan diatas kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi :

a. Proses pemasangan (tepat, rapi, ramah).
Proses adalah serangkaian langkah sistematis, atau tahapan yang jelas dandapat ditempuh berulang kali, untuk mencapai hasil yang diinginkan. Jikaditempuh, setiap tahapan itu secara konsisten mengarah pada hasil yang diinginkan. Dari penelitian yang sudah dilakukan peneliti responden yang menjawab “ya“ mengenai proses pemasangan Indihome (tepat, rapi, dan ramah) sebanyak 56 responden, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 21 responden mengenai proses pemasangan Indihome bagi pelanggan baru ataupun pelanggan yang sudah berlangganan Indihome sejak lama.

b. Waktu pemasangan (cepat).
Waktu adalah seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan, atau keadaan berada atau berlangsung. Dari 77 responden mengatakan “ya” bahwa waktu pemasangan yang dilakukan oleh PT.Telkom dilakukan dengan cepat dalam pemasangan Indihome sebanyak 59 responden, bagi pelanggan baru khususnya. Dan responden menjawab “tidak” sebanyak 18 responden, untuk waktu pemasangan yang dilakukan oleh PT.Telkom tidak sesuai keinginan yaitu lamanya proses pemasangan Indihome. Jadi, setelah peneliti melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan Indihome, maka rata-rata responden yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan baik dan sudah memberikan kepuasan bagi

pelanggan sebanyak 58 responden, sedangkan responden yang belum puas dengan kualitas pelayanan Indihome sebanyak 19 responden.

Aksesibilitas.

Aksesibilitas merupakan salah satu variabel yang dapat dinyatakan apakah tingkat aksesibilitas itu tinggi atau rendah dapat dilihat dari banyaknya sistem jaringan yang tersedia pada daerah tersebut. Dari penelitian ini bisa dilihat bahwa :

a. Tidak ada gangguan pada sistem jaringan internet Indihome. Sebanyak 45 reponden menjawab “ya” mengenai pertanyaan tidak adanya gangguan pada jaringan internet Indihome). Sedangkan 32 responden yang menjawab “tidak” mengenai tidak adanya pada jaringan internet Indihome).

Kualitas produk.

Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Dari penjelasan diatas kualitas produk dapat dilihat dari segi :

a. Kualitas bentuk produk Indihome bagus. Dari pertanyaan berikut sebanyak 56 responden menjawab “ya” mengenai kualitas produk Indihome. Sedangkan 21 responden lainnya menjawab “tidak” mengenai kualitas produk Indihome tersebut.

b. Apakah ekspektasi dari pelanggan akan Indihome sudah terpenuhi semua baik kualitas dan pelayanan yang diberikan PT.Telkom Kota Bengkulu. Dari 77 responden ada 61 responden mengatakan “ya” bahwa ekspektasi atau bayangan yang di berikan oleh PT.Telkom Kota Bengkulu sudah terpenuhi sesuai kualitas dan pelayanan yang baik, dan ada juga 16 responden menjawab “tidak” bahwa ekspektasi sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang baik tidak sama dengan kenyataannya. Jadi , dapat disimpulkan bahwa kualitas produk indihome yang sudah diberikan kepada pelanggan sudah

sesuai dengan keinginan responden sebanyak 45 responden, sedangkan masih ada juga yang belum puas dengan kualitas produk indihome yang diberikan PT.Telkom sebanyak 32 responden.

PEMBAHASAN

Pada point sebelumnya peneliti telah menjelaskan hasil dari kuisioner yang telah disebutkan oleh 77 responden. Untuk lebih mengulas kembali landasan teori yang peneliti tulis berkenaan dengan judul yang peneliti ambil yaitu "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Indihome PT.Telkom Kota Bengkulu". Menurut Zeithaml dalam Kotler (2009) yaitu untuk memnuhi kriteria kepuasan pelanggan ada beberapa indikator (1) kualitas pelayanan, (2) Teori aksesibilitas, dan (3) Kualitas produk. Berdasarkan teori ini setelah melakukan penelitian dilapangan, jika satu indikator saja tidak terpenuhi maka untuk kategori kepuasan pelanggan sudah berkurang. Untuk lebih jelas akan dipaparkan satu persatu berdasarkan indikator yang sudah ditentukan. Indikator pertama yaitu kualitas pelayanan, kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Dalam hasil penelitian yang peneliti lakukan dimana dominan responden berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT.Telkom sudah baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan Indihome. Dalam wawancara yang sudah dipaparkan di hasil penelitian bahwa pelanggan indihome sudah merasa puas dengan pelayanan dalam hal waktu

pemasangan ataupun proses pemasangan Indihome. Karena dalam pelayanan yang diberikan oleh PT.Telkom sudah baik,rapi,tepat dalam proses pemasangan Indihome. Dalam waktu pemasangan pelayanan yang diberikan juga cepat,bila ada gangguan teknisi PT.Telkom langsung memperbaikinya,yang dikatakan oleh salah satu pelanggan "RH" yaitu "Kalau tentang waktu pemasangan Indihome cepat dan tidak lama dalam pemasangan Indihome". Namun ada juga beberapa pelanggan yang merasa dalam proses pemasangan Indihome kurang puas seperti yang dikatakan "SB" yaitu "Saya suka kesal, karena jika ada gangguan teknisnya lama datang kerumah untuk memperbaiki gangguan pada Indihome". Dalam wawancara yang dilakukan peneliti bahwa pelanggan Indihome, peneliti dapat mengambil sebuah pengetahuan tentang Indihome yang lebih baik lagi dalam proses ataupun waktu pemasangan dalam hal pelayanan Indihome.Namun peneliti tidak dapat membenarkan dari salah satu pendapat responden tersebut.Karena peneliti mendapat data juga SOP yang jelas tertulis di PT.Telkom ini. Jadi bila dikaitkan dengan teori dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka pelanggan Indihome sebagian besar sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Telkom.

Maka teori kepuasan pelanggan menurut Kepuasan menurut Kotler (2009) "merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya". Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan sudah baik dan terpenuhi bagi pelanggan Indihome.Indikator yang kedua yaitu teori aksesibilitas, Bintarto (1989) mengatakan salah satu variabel yang dapat dinyatakan apakah tingkat aksesibilitas itu tinggi atau rendah dapat dilihat dari banyaknya sistem

jaringan yang tersedia pada daerah tersebut.

Jika dilihat dari hasil penelitian pada indikator inilah yang masih banyak dari responden yang menemukan beberapa masalah seperti gangguan wifi, dan ketika itu gangguan pada jaringan internet. Tetapi pihak PT.Telkom tidak memberikan solusi. Akibat dari itu, inilah salah satu faktor yang membuat kurang puasnya pelanggan terhadap indihome yang diberikan oleh PT.Telkom.maka pada indikator ketiga ini tentang aksesibilitas atau jaringan internet, pelanggan indihome merasa tidak puas dengan aksesibilitasnya dikarenakan jaringannya yang sering gangguan. Maka jika dikaitkan dengan teori kepuasan pelanggan menurut Kotler (2009) “merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”. Pada pemaparan hasil penelitian diatas, pelanggan indihome merasa tidak puas dengan aksesibilitas pada Indihome.

Indikator yang ketiga yaitu kualitas produk, kualitas produk menurut (Zeithaml dalam Kotler, 2009). Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Pada hasil penelitian yang peneliti lakukan pada indikator ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh PT.Telkom kepada pelanggan Indihome. dari data yang telah peneliti dapatkan, bahwa dominan dari responden bahwa kualitas produk yang diberikan oleh PT.Telkom sudah baik,dikatakan baik dalam hal kualitas produk yang dijanjikan oleh PT.Telkom tentang Indihome yang lebih cepat, stabil dalam jaringannya,serta produk yang berkualitas dilihat dari seberapa banyak yang ingin menggunakan

produk Indihome. Pada kualitas produk Indihome dari sebagian besar responden mengatakan sudah baik dan sesuai dengan keinginan atau harapan pelanggan yang menggunakan Indihome.Namun disamping ini masih ada juga responden yang mengutarakan keluhannya terhadap kualitas produk yang diberikan seperti jaringan yang sering gangguan yang dikatakan oleh pelanggan yang sudah lama menggunakan Indihome. Maka dapat disimpulkan tentang Kualitas produk Indihome sudah baik karena pelanggan Indihome sebagian besar sudah merasa puas dengan Kualitas produk dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan indihome sudah baik walaupun masih ada beberapa persen yang merasa kurangnya yang telah diberikan oleh PT.Telkom.Namun bila dikaitkan dengan teori dapat disimpulkan bahwa PT.Telkom sudah memenuhi beberapa kriteria untuk kepuasan pelanggan.Walaupun pada Indikator ke 2 yaitu aksesibilitas yang masih kurang baik.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator *kualitas pelayanan* pada PT.Telkom Bengkulu, persepsi tersebut dilihat dari 77 responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan dalam proses pemasangan dan waktu pemasangan, responden yang sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan Indihome sebanyak 75% dan yang kurang puas dengan kualitas pelayanan Indihome sebanyak 25%. Maka bisa dikatakan bahwa sebagian besar reponden sudah merasa puas. Karena responden memiliki persepsi yang baik tentang pelayanan yang diberikan pada saat ingin menanyakan informasi tentang Indihome. serta pelayanan bagi pelanggan baru bagi yang ingin memakai jaringan

internet Indihome. Dan juga baik terhadap kelancaran prosedur pelayanan dan pelaksanaan pencatatan dirumah pelanggan.

2. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator *aksesibilitas* pada PT.Telkom Bengkulu persepsi tersebut dilihat dari 77 responden menyatakan bahwa 58% responden merasa puas dengan jaringan atau aksesibilitas pada Indihome, sedangkan 42% responden masih merasa kurang puas. Akan tetapi melalui penelusuran wawancara, pelanggan Indihome masih kurang puas dengan jaringan atau aksesibilitas yang diberikan PT.Telkom. Responden memiliki persepsi yang tidak baik dalam jaringan internet yang sering mengalami gangguan.

3. Responden memiliki persepsi baik terhadap indikator *kualitas produk* pada PT.Telkom Bengkulu persepsi tersebut dilihat dari 77 responden yang merasa puas dengan kualitas produk Indihome sebanyak 76%, sedangkan 24% responden lainnya merasa kurang puas atas kualitas produk indihome. Maka responden memiliki persepsi kualitas produk Indihome dengan kenyataannya sudah sesuai dengan apa yang ditawarkan sebelumnya. Oleh karena itu pelanggan merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan. Walaupun ada beberapa yang mempunyai persepsi bahwa kualitas produknya kurang baik.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas selanjutnya disampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya kinerja karyawan dan fasilitas yang diberikan PT.Telkom Bengkulu harus lebih ditingkatkan lagi supaya bisa menjadi lebih baik lagi.

2. Sebaiknya dalam aksesibilitas Indihome lebih ditingkatkan lagi, agar pelanggan Indihome merasa sangat puas dengan aksesibilitas Indihome.

3. Sebaiknya layanan konsumen lebih ditingkatkan supaya pelanggan merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

Bintarto, R.1989. *Interaksi desa/kota dan permasalahan*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Hadari Nawawi. 1993. *Metode Penelitian Sosial*. Gajah Mada University Press.Yogyakarta.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

Masri Singarimbun dan Sofian Efendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Rineka Cipta. Jakarta

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif , Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.

Sumber online

_____. 2017. Materi teori aksesibilitas, (Online), diakses 17 Januari 2017, Tersedia pada (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42432/4/Chapter%20II.pdf>).

_____. 2017. Materi ukuran kepuasan pelanggan, (Online), diakses 23 february 2017, Tersedia pada (<http://dedy londong.blogspot.co.uk/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html>).