

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Telkomsel di Kota Palangka Raya

¹Ahriyati, ²Puput Iswandiyah Raysharie, ³Luluk Tri Harinie, ⁴Bella Frista, ⁵Ahmad Maulana, ⁶Febby Agustian, ⁷Juntristo Agriva, ⁸Marjuliansi Bulan Putri, ⁹Muhaimin, ¹⁰Oktavia Riani, ¹¹Riany Pramawati, ¹²Samuel Novrian Thomassoyan, ¹³Vicky Krisdian Gestianto

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya, ³Management Departement FEB Universitas Palangka Raya, Indonesia

Email : ahriyati@mipa.upr.ac.id, raysharie@feb.upr.ac.id, bellafrista03@gmail.com

Abstract

Communication is one of the basic things in human life. Communication cannot be separated from human life, because it is a process of interaction between a person or group of people and their environment. In this case, good communication is very influential on the quality of service. The better the quality of service in the company, the higher the achievement of customer satisfaction. At the same time, poor service can undermine customer trust and satisfaction. . The purpose of this study was to determine the relationship between service quality and Telkomsel customer satisfaction in Palangka Raya City. Data collection was carried out by distributing 100 questionnaires to Telkomsel service users in Palangka Raya City who were selected by random sampling. Respondents were asked to provide value or satisfaction points for Telkomsel's service quality. The procedure used in this study is a simple regression procedure with cross section data type. The data obtained was processed using the Eviews 12 application. The results of the data analysis obtained the regression model $Y = 15.706 + 0.8041X$. From this study it can be concluded that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service quality, customer satisfaction, Telkomsel users, Palangka Raya.

Abstrak

Komunikasi ialah kebutuhan dasar manusia. Karena komunikasi merupakan cara individu dan komunitas membentuk dan dibentuk oleh lingkungannya, komunikasi merupakan hal mendasar bagi keberadaan manusia. Ketika datang untuk memberikan layanan yang sangat baik, komunikasi yang jelas dan efektif sangat penting. Semakin fokus perusahaan pada kualitas layanan, semakin besar keberhasilannya dalam memastikan kepuasan klien. Kepercayaan dan kebahagiaan pelanggan dapat dirusak oleh layanan di bawah standar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapat warga Kota Palangka Raya tentang pengalaman mereka memakai Telkomsel terkait dengan kualitas layanan yang mereka terima. Untuk memperoleh informasi tersebut, 100 kuesioner dikirimkan kepada pelanggan Telkomsel yang dipilih secara acak di Kota Palangka Raya. Peserta diminta untuk menilai tingkat layanan yang mereka terima dari Telkomsel dalam skala nilai atau kepuasan. Penelitian ini memakai metode regresi sederhana yang sesuai

Received Maret 09, 2023; Revised April 11, 2023; Accepted Mei 04, 2023

Ahriyati, ahriyati@mipa.upr.ac.id

untuk data cross-sectional. Program Eviews 12 dipakai untuk menganalisis data. Hasil persamaan $Y = 15,706 + 0,8041X$ diturunkan dari analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh langsung dan substansial terhadap tingkat kepuasan yang dialami pelanggan.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, pengguna Telkomsel, Palangka Raya.

LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Karena itu ialah cara manusia untuk terlibat dengan lingkungannya, komunikasi ialah bagian penting dari menjadi manusia. Komunikasi juga merupakan cara berbagi informasi. Komunikasi tidak hanya secara verbal, tetapi juga dapat memakai isyarat atau bentuk tulisan.

Bentuk perkembangan komunikasi yang kita lihat saat ini ialah komunikasi melalui telepon. Dengan bantuan telepon, dapat membantu untuk berkomunikasi dari jarak jauh. Telepon memerlukan kartu SIM untuk menerima sinyal. Alhasil dengan bantuan sinyal dapat membantu untuk berkomunikasi dengan perangkat telepon lain baik melalui telepon, SMS maupun internet. Ada banyak perusahaan atau operator seluler di Indonesia yang menawarkan kartu SIM, termasuk PT. Telkom Indonesia. PT Telkom Indonesia merupakan salah satu BUMN yang bergerak di bidang industri telekomunikasi. Lokasi, infrastruktur, dan koneksi semuanya tersedia di seluruh nusantara. PT Telkom Indonesia sangat kompetitif dan dapat dengan mudah mengalahkan para pesaingnya di sektor telekomunikasi yang padat.



Gambar 1. Operator Seluler Favorit Masyarakat Indonesia (2021-2022) APJII

Sumber : APJII

Dari gambar 1 terlihat bahwa PT Telkom Indonesia menjadi operator seluler dengan pengguna terbanyak dan favorit masyarakat pada tahun 2021-2022. Dapat dilihat terdapat lima operator seluler yaitu Telkomsel, XL Axiata, Indosat Ooredoo, 3 (Tiga) dan Smartfren. Jumlah pengguna masing-masing operator seluler yaitu pengguna Telkomsel ialah 41,94%, yang berarti persentase tertinggi di antara operator seluler lainnya. Kemudian pengguna XL Axiata dengan persentase 20,44%, pengguna Indosat Ooredoo 17,78%, pengguna 3 (Tri) 14,08 dan pengguna Smartfren 5,76%. Informasi ini berdasarkan survei yang dilaksanakan oleh APJII pada tanggal 11 Januari - 24 Februari 2022 secara multistage random sampling yang menghasilkan sampel sebanyak 7.568 responden.

PT Telkom Indonesia menyediakan berbagai layanan seluler melalui anak perusahaannya, yaitu Telkomsel. PT Telkom Indonesia menerapkan strategi bisnis dan operasional yang berpusat pada pelanggan dalam bisnisnya. Pastinya, hal ini dilaksanakan untuk memberikan layanan dengan kualitas terbaik. Semakin fokus perusahaan pada kualitas layanan, semakin besar keberhasilannya dalam memastikan kepuasan klien. Sehingga, penting untuk menyelidiki dan memahami bagaimana pelanggan Telkomsel dipengaruhi oleh kualitas layanan. Oleh karena itu kami melaksanakan riset ini pada pelanggan Telkomsel di Kota Palangka Raya; kami ingin tahu apa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mereka secara keseluruhan.

KAJIAN TEORITIS

1. Kualitas Pelayanan

Rinaldi (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu dalam menjaga kelangsungan setiap organisasi pemerintah atau perusahaan yang berupaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan. Menurut Arianto (2018), Kualitas layanan diukur dengan seberapa baik memenuhi tujuan yang dimaksudkan dan seberapa cepat menyelesaikan masalah yang mungkin timbul sebagai akibat dari layanan. Produk, layanan, orang, prosedur, dan lingkungan sekitarnya semuanya berkontribusi terhadap kualitas layanan, yang didefinisikan sebagai memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2004).

Kotler dan Keller (2016:284) mengidentifikasi lima indeks kualitas layanan: (1) keandalan, yang mengevaluasi konsistensi bisnis dalam memenuhi kebutuhan

kliennya; (2) responsiveness, untuk mengetahui seberapa cepat mereka merespon permintaan layanan dan keluhan konsumen; (3) assurance atau jaminan, yang mengukur kualitas layanan yang dapat diandalkan oleh penyedia layanan untuk pelanggan; (4) empathy atau empati ialah kepedulian yang tulus terhadap pelanggan yang berharap dapat memahami keinginan pelanggan; (5) tangibles atau berwujud ialah layanan yang diberikan kepada pelanggan dalam bentuk prasarana fisik.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah salah satu isu terpenting dalam pemasaran perusahaan atau organisasi mana pun (Aji, 2016). Kepuasan pelanggan, seperti yang didefinisikan oleh Kotler (2009), ialah "sejauh mana persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh organisasi memenuhi harapannya dan/atau memenuhi kebutuhannya." Kepuasan pelanggan berdampak pada kebiasaan belanja mereka (Assael, 1995).

Kepuasan diukur dengan seberapa baik harapan pelanggan terpenuhi. (Selnes, 1993) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan diukur tiga dimensi yaitu pengalaman, harapan, kepuasan secara keseluruhan. Menurut (Kotler, 2005), dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan indikator yang dipakai ialah pelayanan yang memberikan pengalaman yang baik.

METODE PENELITIAN

Data kuantitatif dari sumber primer dipakai dalam penelitian ini. Menurut Narimawati (2008:98), data primer ialah informasi yang telah dikumpulkan langsung dari subjek penelitian. Pengumpulan data dari sumber primer mencakup hal-hal seperti wawancara langsung atau online, survei, eksperimen, dan lainnya. Pada riset ini dipakai 100 responden sebagai sampel, dengan populasi yang diteliti yaitu masyarakat yang tinggal di kota Palangkaraya. Data ini dikumpulkan melalui metode kuesioner memakai platform Google Form. Kuesioner ini ditujukan untuk mengumpulkan data terkait dua jenis variabel dalam riset. Dalam analisis ini kepuasan pelanggan (indikator X) menjadi variabel bebas, sedangkan kualitas pelayanan yang diberikan (indikator Y) sebagai variabel terikat. Dalam penyelidikan ini, statistik deskriptif dan non-linear least-square (NLS) dan analisis regresi ARMA diterapkan. Tujuan analisis data deskriptif ialah

mempelajari sampel secara keseluruhan. Eviews 12 dipakai untuk analisis statistik.

Dalam penyelidikan ini, kami memakai model regresi sederhana. Teknik statistik untuk menggambarkan hubungan antara variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen ialah model regresi sederhana. Dalam pemodelan regresi sederhana, hubungan antar variabel bersifat linier, artinya setiap pergeseran nilai variabel bebas (X) segera diikuti dengan pergeseran nilai variabel terikat (Y). Analisis regresi sederhana dipakai dalam penelitian ini dikarenakan dapat mengukur dan mengetahui arah positif atau negatif dalam hubungan antar variabel.

Rumus persamaan umum regresi linear sederhana yaitu :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X$$

Di mana :

Y = variabel dependen (variabel terikat)

X = variabel independen (variabel bebas)

$\beta_0 + \beta_1$ = Koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden pengguna Telkomsel dengan menyebarkan kuesioner di Kota Palangka Raya, diperoleh gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1. Data Responden

Jumlah Responden	100
Kuesioner yang bisa dianalisis	100
Rusak	-
Jumlah	100

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa penyebaran kuesioner yang berjumlah 100 semuanya bisa dianalisis sebab tidak ada yang rusak ataupun kurang dalam pengisian.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden	Frekuensi
Laki-laki	40
Wanita	60
Jumlah	100

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui pengelompokan jenis kelamin yakni lelaki dan wanita. Bagi lelaki jumlahnya ada 40 responden sedangkan bagi wanita jumlahnya 60 responden.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status	Frekuensi
Pelajar/Mahasiswa	89
Bekerja	9
Tidak Bekerja	2
Jumlah	100

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari Tabel 3 dapat diketahui karakteristik responden dibagi menjadi tiga, yaitu pelajar/mahasiswa, bekerja, dan tidak bekerja. Untuk status pelajar/mahasiswa berjumlah 89 responden, status bekerja berjumlah 9 responden, dan untuk status tidak bekerja berjumlah 2 responden.

Tabel 4. Penilaian Kualitas Pelayanan

Kategori Penilaian Kualitas Pelayanan	Interval Nilai Skala 1-100	Frekuensi
Sangat Baik	81-100	44
Baik	66-80	48
Cukup	51-65	3
Kurang	0-50	5
Jumlah		100

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4 menunjukkan kategori penilaian kualitas pelayanan berdasarkan skala 1-100, terdapat 44 responden menilai sangat baik terhadap kualitas pelayanan Telkomsel, 48 responden mengevaluasi baik, 3 responden mengevaluasi cukup, sedangkan 5

responden berpendapat kurang. Maka dapat dilihat bahwa lebih banyak responden yang menilai baik terhadap kualitas pelayanan Telkomsel di Kota Palangka Raya

Tabel 5. Penilaian Kepuasan Pelanggan

Kategori Penilaian Kepuasan pelanggan	Interval Nilai Skala 1-100	Frekuensi
Sangat Puas	81-100	49
Puas	66-80	42
Cukup	51-65	5
Kurang	0-50	4
Jumlah		100

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan kategori penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan skala 1-100, terdapat 49 responden menilai sangat puas terhadap kualitas pelayanan Telkomsel, 42 responden menilai puas, 5 responden menilai cukup, dan 4 responden berpendapat kurang. Maka bisa terlihat yakni lebih banyak respondennya merasakan sangat puas terhadap kualitas pelayanan Telkomsel di Kota Palangka Raya.

Analisis Regresi Sederhana

Mengacu pada hasil menganalisis data yang dilaksanakan dengan Eviews versi 12, diperoleh hasil sebagai berikut:

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 04/11/23 Time: 17:30				
Sample: 1 100				
Included observations: 100				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	15.70603	4.754605	3.303330	0.0013
X	0.804118	0.058036	13.85552	0.0000
R-squared	0.662040	Mean dependent var	80.92000	
Adjusted R-squared	0.658592	S.D. dependent var	11.52045	
S.E. of regression	6.731416	Akaike info criterion	6.671245	
Sum squared resid	4440.572	Schwarz criterion	6.723349	
Log likelihood	-331.5623	Hannan-Quinn criter.	6.692333	
F-statistic	191.9756	Durbin-Watson stat	1.804433	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Hasil Olah Data Penulis (2023)

Mengacu pada hasil menganalisis regresi sederhana, persamaan regresi kepuasan pelanggan ialah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X$$

$$Y = 15,706 + 0,8041X$$

Interpretasi :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	15.70603	4.754605	3.303330	0.0013
X	0.804118	0.058036	13.85552	0.0000

Sumber : Hasil Olah Data Penulis (2023)

Untuk nilai konstanta a (C) dibagian koefisien sebanyak 15.70603, nilai ini disebut konstan atau intersep. Artinya, jika PT Telkom Indonesia tidak melaksanakan tindakan kepada variabel kualitas layanan berarti variabel kepuasan pelanggan terpenuhi senilai 15.706.

Dapat dilihat dari hasil analisis regresi Koefisien b yaitu pada variabel X bernilai sebanyak 0,804118, nilai yang dipakai guna pengukuran pengaruhnya variabel bebas kepada variabel terikatnya. Jika variabel kualitas pelayanan (X) dinaikkan satu satuan berarti bisa memberi peningkatan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 15,706. Karna nilai X bernilai positif, maka interpretasinya ialah menaikkan atau meningkatkan variabel Y.

Nilai standar error atau nilai kesalahan baku merupakan nilai standar deviasi dari rata-rata sampel. Semakin benar estimasi dalam model regresi, maka semakin baik model untuk dipakai. Syaratnya ialah standar error atau kesalahan baku harus semakin kecil atau mendekati nol. Dilihat dari variabel independen (X), nilai standar error sebanyak 0.058036 (mendekati nol). Alhasil dapat dikatakan bahwa semakin benar estimasi dalam model regresi.

Nilai t-Statistik dipakai untuk melihat nilai signifikansi dari koefisien regresi di pengujian hipotesis atau hipotesa, yang menggambarkan besaran pengaruhnya variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y). T-Statistik ialah hasil dari koefisien dibagi dengan standar error. Semakin besar nilai t-Statistik, maka peluang mendapatkan hasil signifikan juga semakin besar. Karena nilai t-Statistik sebanyak 13.85552 (semakin besar), maka variabel X ada pengaruhnya bersignifikan kepada variabel Y.

Untuk melihat nilai signifikansi probabilitas, yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas terhadap tingkatan alpha. Tingkat alpha yang dipakai pada riset berikut ialah 0,05 atau 5%. Tingkat alpha ialah tingkat kebenaran. Karena nilai probabilitas konstanta dan variabel X dibawah tingkatan alpha (0,05), dimana probabilitas konstanta senilai 0.0013 dan probabilitas dari variabel X senilai 0.0000, maka dapat diambil kesimpulan

data yang dipakai pada riset berikut sifatnya signifikan.

R-squared	0.662040	Mean dependent var	80.92000
Adjusted R-squared	0.658592	S.D. dependent var	11.52045
S.E. of regression	6.731416	Akaike info criterion	6.671245
Sum squared resid	4440.572	Schwarz criterion	6.723349
Log likelihood	-331.5623	Hannan-Quinn criter.	6.692333
F-statistic	191.9756	Durbin-Watson stat	1.804433
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil Olah Data Penulis (2023)

R-squared (R^2) ialah nilai yang menggambarkan saran hubungan atau proporsi dari variabel Y yang dapat dijelaskan dengan memakai variabel X. Nilai R-squared sebanyak 0.662040, dapat dijelaskan dengan variabel X senilai 66,20%. Kemudian sisanya yaitu 33,8% dapat diterangkan oleh varians variabel lainnya selain model. Bermakna variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan tidak hanya oleh variabel kualitas pelayanan saja, melainkan dapat dijelaskan oleh variabel lain seperti mutu produk pelayanan, penetapan harga produk, strategi pemasaran dan sebagainya. Syarat R-squared harus diatas 50% dan tidak boleh diatas 98%. Jika nilai R-squared semakin mendakati satu, maka nilai akan semakin baik. Alhasil dapat disimpulkan hubungan atau proporsi dari variasi variabel Y dapat dijelasakan oleh variasi variabel X.

Nilai F-Statistik ialah nilai yang dipakai untuk menguji hipotesa secara simultan (pada waktu bersamaan). Semakin besar F-Statistik, maka peluang mendapatkan hasil signifikan dan simultan semakin besar. Karena nilai F-statistik melebihi F-tabel, alhasil bisa menyimpulkan yaitu variabel X membawa pengaruh dengan cara signifikan dan simultan kepada variabel Y.

Nilai probabilitas (F-statistik) ialah 0,000000, yang ada di bawah level alpha 0,05. Dari sini bisa menyimpulkan yakni model regresi variabel X simultan dan bersignifikan kepada variabel Y.

Diskusi

Didasarkan atas hasil dari menganalisis regresi sederhana, bisa dinyatakan yakni kualitas layanan ada pengaruhnya positif bersignifikan kepada kepuasan konsumen Telkomsel di Kota Palangka Raya. Perihal itu bisa terlihat melalui hasil analisis koefisien dalam variabel X yang menunjukkan nilai positif, yang berarti variabel X atau kualitas pelayanan membawa pengaruh ke arah positif dalam meningkatkan dan menaikkan

variabel Y atau kepuasan pelanggan. Ketika layanan perusahaan atau organisasi lebih baik, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan itu. Perihal ini sejalan terhadap pernyataannya Kotler (2009), Kepuasan konsumen ialah kondisi bahagia ataupun kekecewaan yang diciptakan dari membandingkan hasil kerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap ekspektasi atau keinginan pelanggan. Jika agen-agen dari PT Telkom tidak memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan maka dapat menurunkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Berarti bisa ditetapkan kesimpulan yakni kualitas layanan berperan dalam memengaruhi kepuasan konsumen Telkomsel di Kota Palangka Raya.

Hasil riset berikut pun serupa terhadap riset sebelumnya yakni penelitian oleh Saleleng (2014) menemukan bahwasanya kualitas pelayanan ada pengaruhnya signifikan kepada kepuasan pelanggan Telkomsel di Kelurahan Bahu Sulawesi Utara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mengacu pada hasil menganalisis regresi sederhana yang menunjukkan terdapat hubungan positif diantara kualitas layanan Telkomsel terhadap kepuasan konsumen yang ada di kota Palangka Raya, maka dapat diambil kesimpulan yakni kualitas layanan ada pengaruhnya positif signifikan kepada kepuasan konsumen serta model regresi variabel kualitas layanan (X) bersifat simultan signifikan kepada variabel kepuasan pelanggan (Y).

Pihak PT. Telkom Indonesia harus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang diberi terhadap pelanggan atau pengguna Telkomsel. Melalui adanya mutu layanan yang bagus, alhasil tercipta rasa puas bagi pelanggan dan berdampak pada penggunaan produk yang berkepanjangan. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan perlu memahami dan mengetahui kelebihan dan kekurangan konsumen, alhasil konsumen bisa merasakan kepuasan terhadap pemberian layanan itu.

DAFTAR REFERENSI

- Aji, A.D. 2016. Peranan Internal Marketing Dalam Kaitannya Dengan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 15 (2), 22-31.
- Amelianny, Nanda. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Grapari Telkomsel Kota Lhokseumawe. *Jurnal Negotium*, 1 (1) : 13-22.
- Arianto, Nurmin. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Dalam Memakai Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1 (2), 83-101.
- Aryani, D., & Febrina, R. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17 (2), 3, 114-126.
- Assael, Henry. 1995. *Consumer Behavior And Marketing Action*. Keat Publishing Company. Boston.
- Dihni, Vika Azkiya. 2022. "5 Operator Seluler Favorit Masyarakat Indonesia Versi APJII", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/13/5-operator-seluler-favorit-masyarakat-indonesia-versi-apjii> , diakses pada 28 April 2023 pukul 08:42
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Jilid Dua*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. & Kevin, L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin, L. K. 2016. *Marketing Manajement*. Ise England : Person.
- Narimawati, Umi. 2008. *Metode Riset Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung : Agung Media
- Parasuraman A., Zeithaml, Valerie A., Berry, & Leonard L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, Vol 49.
- Pratiwi, N.I. 2017. Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*. 1 (2) : 202-224.

Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)

Vol.1, No.2 Mei 2023

e-ISSN: 2963-9654; p-ISSN: 2963-9638, Hal 160-171

Rinaldi, R. 2012. Analisis Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Administrasi Publik*. 2 (1) : 22-34.

Saleleng, N. C. M., Christoffel, K., & Merlyn, K. 2014. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2 (3) : 1057-1067.

Selnes, Fred. 1993. An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty. *European Journal of Marketing*, 27 (9).

Tjiptono, F. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke tiga. Yogyakarta : Andi Offset