



## FAKTOR PENENTU KEPUASAN PELANGGAN GRAPARI TELKOMSEL DUMAI

### *DETERMINING FACTORS OF CUSTOMER SATISFACTION GRAPARI TELKOMSEL DUMAI*

<sup>1</sup> Fara Shaliza, <sup>2</sup> Dian Rosma Yanti, <sup>3</sup> Sopyan

<sup>1,2</sup> STIA Lancang Kuning Dumai, <sup>3</sup>STIE Mahaputra Riau  
*fadrija79@gmail.com*<sup>1</sup>, *dianrosmayanti0@gmail.com*<sup>2</sup>, *sofyan\_stiadmi@yahoo.co.id*<sup>3</sup>

---

#### Info Artikel

##### Article history:

Submite : 24 Agustus 2022

Revisi : 25 Agustus 2022

Diterima : 29 Agustus 2022

---

##### Keywords:

Customer

Customer Satisfaction

Consumer

---

##### Kata Kunci:

Pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Konsumen

---

##### Korespondensi Penulis:

Fara Shaliza

STIA Lancang Kuning Dumai

Email: *fadrija79@gmail.com*

---

#### ABSTRACT

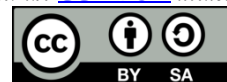
*As a telecommunications firm, GraPARI Telkomsel Dumai must be able to compete by increasing its quality, particularly in serving customer complaints so that they are happy with what is provided. Observations revealed a number of customer complaints. Based on this, the following post will go over customer satisfaction at GraPARI Telkomsel Dumai. To determine what variables must be addressed in order to achieve customer satisfaction, numerous influencing factors such as product quality, service quality, emotionality, pricing and cost, and the convenience of obtaining items or services should be examined. With 134 responders, the sample set using the Accidental Sampling technique. This study collected primary and secondary data using observations, questionnaires, and interviews. The descriptive statistics were used in the data analysis approach, with data processing employing Likert scale assessments. The study's results were fairly good, with a score range of 4,550. In this study, supporting factors in customer satisfaction are product quality and service quality.*

---

#### ABSTRAK

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi GraPARI Telkomsel Dumai harus mampu bersaing dengan meningkatkan kualitasnya terutama dalam melayani keluhan pelanggan agar mereka puas dengan apa yang diberikan. Observasi yang dilakukan ditemukan beberapa keluhan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut artikel ini akan mendiskusikan tentang bagaimana kepuasan pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan untuk melihat kepuasan pelanggan menggunakan konsep Irawan (2003) beberapa faktor yang mempengaruhi seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Sampel yang ditetapkan adalah pelanggan dengan teknik Accidental Sampling dengan jumlah responden 134 orang. Jenis data penelitian ini yaitu data primer dan sekunder yang diperoleh dari observasi, angket, wawancara. Teknik analisa data menggunakan statistik deskriptif dengan pengolahan data menggunakan pengukuran skala likert. Hasil penelitian cukup baik dengan rentang skor 4.550. Faktor pendukung dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*





## 1. PENDAHULUAN

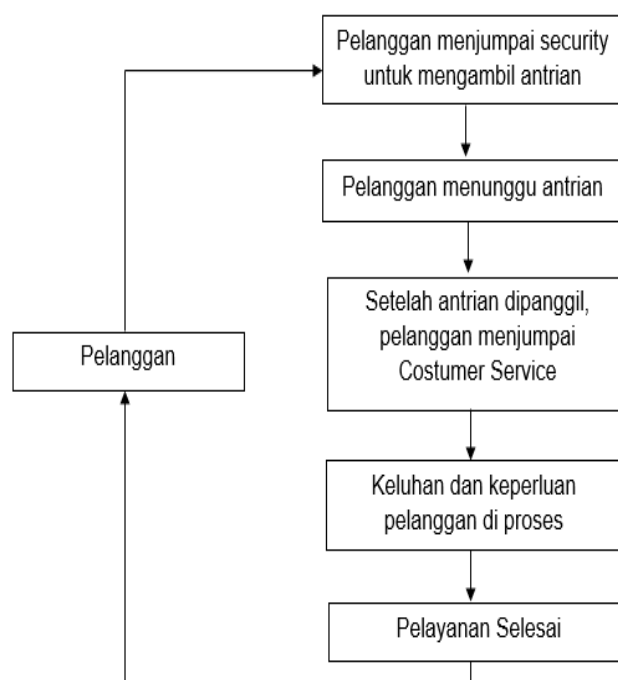
Perkembangan teknologi saat ini membawa manusia untuk dapat melakukan segala hal secara cepat (Afrizal & Wallang, 2021). Penggunaan *handphone* menjadi pilihan utama dalam menjalankan aktifitas manusia di era modern saat ini. Selain bisa digunakan untuk komunikasi jarak jauh, dapat dibawa kemana-mana, *handphone* juga memiliki banyak kegunaan lain (Sukrina et al., 2022). Pengguna *handphone* semakin hari semakin bertambah diiringinya banyaknya perusahaan provider yang menawarkan jasa *sim card* agar seluruh pengguna *handphone* dapat memaksimalkan fungsi *handphone* tersebut. Untuk itu, penyedia layanan hendaknya terus konsisten dalam memberikan pelayanannya yang baik sehingga kepuasan pelanggan tetap terwujud.

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan suka, bahagia dan senang dari individu karena membandingkan kinerja yang diterima dari suatu produk terhadap apa yang diharapkan (Pramudita et al., 2022). Kebahagiaan konsumen merupakan suasana batin yang dirasakan individu yang wujud dikarenakan membandingkan antara harapan konsumen dengan kenyataan yang dirasakan (Ichsan & Nasution, 2022). Jika persepsi pelanggan telah sesuai dengan yang diharapkan, dapat dikatakan kualitas layanan yang diberikan adalah baik dan begitu sebaliknya (Sambodo Rio Sasongko, 2021). Kotler dalam Fandy (2008); Yuhardi et al. (2022) juga memaparkan bahwa dalam melihat kepuasan terhadap pelayanan dapat diukur dari sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, *ghost shopping*, dan *lost customer analysis*.

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa telekomunikasi yaitu jasa telekomunikasi yang berbasis selular (Siregar & Lubis, 2022). Dengan berkembangnya pengguna di seluruh Indonesia, maka PT Telkomsel memiliki organisasi *SHOP* yang khusus melayani kebutuhan pelanggan diseluruh Indonesia yaitu GraPARI (Graha Pari Sraya). Graha Pari Sraya bermakna Graha berarti tempat atau rumah, Pari berarti para orang berkumpul dan Sraya adalah pelayanan berasal dari bahasa sansekerta. GraPARI Telkomsel Dumai dalam menyelenggarakan aktivitasnya memiliki surat izin tempat usaha (SITU) yang diterbitkan oleh Kantor Pelayanan Terpadu Kota Dumai dengan Nomor: SITU/KPT/114/2007 dan surat izin usaha perdagangan (SIUP) yang diterbitkan oleh Kantor Republik Indonesia Departemen Perdagangan dengan NOMOR: 7286/09-04/PB/VII/95.

Di dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya, GraPARI Telkomsel Dumai memiliki alur pelayanan. Informasi ini sangat penting, agar pelanggan dapat mengetahui kemana saja mereka akan diarahkan, alur tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini:

**Gambar 1.** Alur Pelayanan



Sumber: Hasil Observasi

Dalam aktifitasnya, GraPARI Telkomsel Dumai banyak sekali melayani keluhan-keluhan pelanggan yang seiring tahun semakin meningkat. Adapun keluhan yang sering diterima adalah jenis kegiatan keluhan kartu terblokir, keluhan pulsa terpotong, keluhan kartu tidak bisa digunakan, penukaran poin terbatas, keluhan kartu pasca bayar melebihi limit, keluhan komplain jaringan, keluhan kode PUK. Selain permasalahan keluhan tersebut, saat observasi penulis juga menemukan permasalahan dari pelanggan tentang petugas pelayanan yang kurang optimal dalam menjelaskan kepada pelanggan. Hal ini mengakibatkan adanya pelanggan yang tidak mengerti dengan apa yang dijelaskan oleh *customer service* di kantor GraPARI Telkomsel Dumai. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelanggan ternyata pelanggan juga sering merasakan bahwa penjelasan dari *Customer Service* yang menggunakan bahasa penyampaian dan penjelasan kepada pelanggan yang terlalu sulit untuk dipahami yaitu dengan



menggunakan bahasa asing, *eksklusif* dan formal, sehingga pelanggan tidak bisa memahami apa yang telah dijelaskan oleh *Customer Service* nya. Berdasarkan fenomena tersebut, artikel ini akan mendiskusikan berkaitan dengan faktor apa yang menjadi penentu dalam melihat kepuasan pelanggan di GraPARI Telkomsel Dumai.

## 2. METODE

Penelitian ini dilakukan di GraPARI Telkomsel Dumai. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menurut Irawan (2003: 21-23) tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga serta biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* (C.R. Kothari, 2004; Nasution et al., 2020). Untuk masyarakat jumlah responden yang ditetapkan 134 responden. Jenis data penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder (Afrizal et al., 2021). Teknik pengumpulan data yaitu observasi, angket, wawancara dan teknik analisa data menggunakan teknik statistik deskriptif dengan pengolahan data menggunakan pengukuran *skala likert* (Afrizal et al., 2019).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Demografi Responden

Dalam penelitian terhadap kepuasan pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai, penulis mengambil seluruh pelanggan sebagai objek penelitian termasuk pelanggan yang melakukan pengurusan. Untuk itu, dapat digambarkan perbedaan jenis kelamin responden penelitian. Untuk lebih jelasnya tentang perbedaan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.** Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	54	40,30
2.	Perempuan	80	59,70
	Jumlah	134	100

*Sumber Data: Hasil Olahan Data lapangan*

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa responden laki-laki sebanyak 54 orang (40,30%), sedangkan sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 80 orang (59,70%). Selain itu, perbedaan tingkat umur merupakan salah satu bahan pengetahuan dan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan menentukan sikap kondisi layak dalam merespon sesuai kapasitas kebijakan usia yang matang sesuai umur responden yang bertingkat dari usia 20-60 tahun. Untuk itu lebih jelasnya tentang perbedaan tingkat umur responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.** Responden Berdasarkan Tingkat Umur

No	Tingkat Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	20 – 30	45	33,58
2.	31 – 40	41	30,60
3.	41 – 50	31	23,13
4.	51 – 60	17	12,69
	Jumlah	134	100

*Sumber data: Hasil Olahan Data lapangan*

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang berumur antara 20-30 tahun berjumlah 45 orang (33,58%), kemudian responden yang berumur 31-40 sebanyak 41 orang (30,60%), selanjutnya responden yang berumur 41-50 sebanyak 31 orang (23,13%), dan yang berumur 51-60 sebanyak 17 orang (12,69%). Perbedaan tingkat pendidikan merupakan salah satu gambaran untuk bisa menilai kecakapan dan kemampuan dalam memahami kondisi proses penerima dan pemberi pelayanan dari pihak yang mengemban tanggung jawab. dengan adanya perbedaan tingkat pendidikan dapat memberikan gambaran dalam mencari jawaban dari penelitian penulis. Untuk lebih jelasnya perbedaan tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.** Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	S2	5	3,73
2	S1	41	30,60
3	D3	36	26,87
4	SMA	38	28,36
5	SLTP	11	8,20
6	SD	3	2,24
	Jumlah	134	100

*Sumber data: Hasil Olahan Data lapangan*



Berdasarkan tabel di atas, responden yang memiliki tingkat pendidikan S2 berjumlah 5 orang (3,73%), S1 berjumlah 41 orang (30,60%), selanjutnya yang memiliki tingkat pendidikan D3 berjumlah 36 orang (26,87%), yang memiliki tingkat pendidikan SMA berjumlah 38 orang (28,36%), yang memiliki tingkat pendidikan SLTP berjumlah 11 orang (8,20%), sedangkan yang memiliki tingkat pendidikan SD berjumlah 3 orang (2,24%).

Setelah mengetahui secara jelas mengenai Kepuasan Pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai dilihat melalui indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa dapat dikategorikan Cukup Baik. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel rekapitulasi berikut ini:

**Tabel 4.** Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Skor
1	Kualitas Produk	941
2	Kualitas Pelayanan	917
3	Emosional	898
4	Harga	906
5	Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa	888
Total Skor		4.550

*Sumber data: Hasil Olahan Data lapangan*

Kepuasan pelanggan dilihat dari lima indikator berada pada kategori Cukup Baik. Kenyataan ini terbukti kualitas produk dengan skor 941, kualitas pelayanan skor 917, emosional skor 898, harga skor 906, serta biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa skor 888, dimana total keseluruhan diperoleh skor 4.550. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada diagram berikut ini:

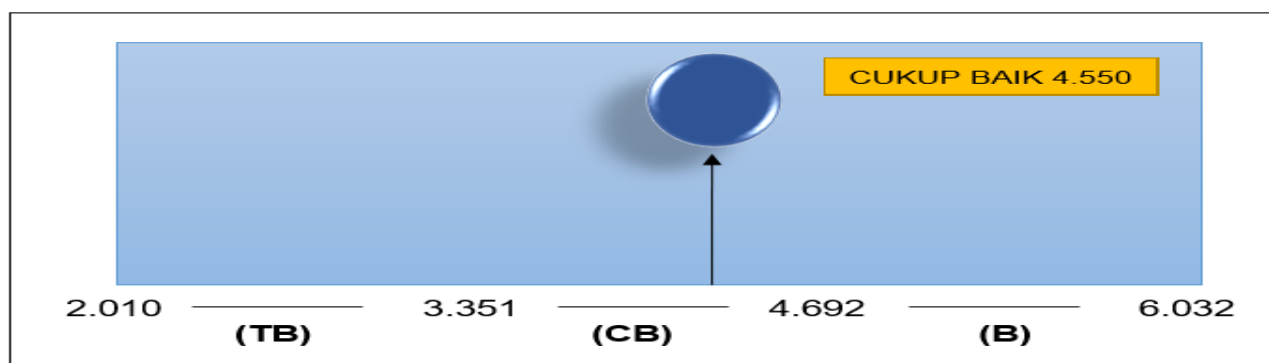
**Gambar 2.** Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan



*Sumber data: Hasil Olahan Data*

Berdasarkan kategori penilaian untuk variabel penelitian terhadap tanggapan responden tentang lima indikator kepuasan pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai dari indikator kualitas produk dengan skor 941, kualitas pelayanan dengan skor 917, emosional dengan skor 898, harga dengan skor 906 serta biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa dengan skor 888 maka dari keseluruhan indikator tersebut didapat skor 4.550 yang berada pada rentang skor 3.351-4.692. Hal ini diperlihatkan dengan jelas bahwa kepuasan pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai dalam kategori Cukup Baik.

**Gambar 3.** Kategori Penilaian





Kategori penilaian pada gambar 3, untuk variabel penelitian terhadap tanggapan responden tentang lima indikator Kepuasan Pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai didapat skor 4.550 yang berada pada rentang skor 3.351-4.692. Hal ini diperlihatkan dengan jelas bahwa kepuasan pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai dalam kategori Cukup Baik.

#### b. Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan

Pemberian pelayanan dari GraPARI Telkomsel Dumai merupakan salah satu tugas utama dalam melayani kebutuhan dan kepentingan pelanggan. Dalam pelaksanaannya ditemui beberapa faktor pendukung. Adapun faktor pendukung kepuasan pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai yaitu terdapat kualitas produk dimana terlihat adanya variasi atau keberagaman produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Karena variasi atau keberagaman produk dalam setiap penawaran sangat diperlukan, agar pelanggan tidak terpaku hanya pada satu produk melainkan banyak pilihan yang harus mereka pilih. Misalnya harga paket data dan paket telepon yang bervariasi, supaya pelanggan lebih mudah memilih mau menggunakan paket yang dia sukai.

Faktor selanjutnya adalah kualitas pelayanan dimana dapat dilihat dari tersedianya sarana dan prasarana yang memadai dalam proses pelayanan. Pihak GraPARI Telkomsel Dumai mampu memahami keadaan dan kondisi pelayanan dengan menggunakan dan melengkapi sarana dan prasarana yang ada sehingga proses pelayanan bisa berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan oleh pelanggan.

#### 4. KESIMPULAN

Kepuasan Pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai dapat dikategorikan Cukup Baik. Kenyataan ini terbukti dari penelitian terhadap 5 (Lima) indikator yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diteliti kepada 134 responden diperoleh skor 4.550 dimana berada pada kategori Cukup Baik. Faktor pendukung kepuasan pelanggan pada GraPARI Telkomsel Dumai adalah terdapat kualitas produk dan kualitas pelayanan. Disarankan kepada *Manager* GraPARI Telkomsel Dumai untuk mempertahankan faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hal ini penting agar timbulnya rasa puas dari pelanggan saat menggunakan produk Telkomsel dimana hal tersebut menjadi salah satu tanggungjawab utama dari GraPARI

Telkomsel Dumai agar nantinya Telkomsel menjadi provider yang benar-benar menjadi pilihan dihati pelanggannya.

#### 5. REFERENSI

- Afrizal, D., Al-Amaren, E. M., & Yusuf, I. M. (2021). the Participation of the Breeders : Regional Regulation of Dumai City Concerning Livestock and Pets. *Yustisia Jurnal Hukum*, 10(1), 84. <https://doi.org/10.20961/yustisia.v10i1.49001>
- Afrizal, D., Effendi, N., & Handayani, P. (2019). Upaya Pemberian Pelayanan Publik Di Upt Puskesmas Balai Makam Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Niara*, 12(1), 69–78.
- Afrizal, D., & Wallang, M. (2021). Attitude on intention to use e-government in Indonesia. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 22(1), 435–441. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v22.i1.pp435-441>
- C.R. Kothari. (2004). *Research Methodology: Methods and techniques* (2nd ed.). New Age International (P) Limited Publishers.
- Fandy, T. (2008). Strategi pemasaran. *Yogyakarta: Andy*.
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>
- Nasution, D. A. D., Ramadhan, P. R., Batubara, S. S., Syah, D. H., & Alpi, M. F. (2020). Identifikasi Strategi Keberhasilan Layanan E-Government. *Paedagoria : Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Kependidikan*, 11(2), 106–112.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan : Harga Dan Kualitas Produk ( Literature Review Manajemen Pemasaran ). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Siregar, T. S., & Lubis, A. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel Di Kecamatan Medan Baru. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 92–104.



<https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i1.988>

Sukrina, A., Denuarta, A., Fatha, N., Dewi, H., Hasibuan, N., Agama, I., Negeri, I., & Barat, S. (2022). Optimalisasi Penggunaan Handpone Dalam Pembelajaran Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 10–16.

Yuhardi, Y., Sari, T. V., & Afrizal, D. (2022). Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mayang Suri Hotel. *Ekonomika*, 6(1), 123–130.

<https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1003>