

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pt.Telkom (Persero) Gunungsitoli

Johannes Calvin Waruwu¹, Aferiaman Telaumbanua², Yupiter Mendrofa³, Tiarni Duha⁴

Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Alamat johannescalvinwaruwu03@gmail.com¹, aferiaman.tel@gmail.com², yupiter.mend81@gmail.com³,
tiarniduha7@gmail.com⁴

ABSTRACT: Customer satisfaction is one of the important indicators in determining the success and sustainability of a company, especially in the telecommunications service sector, which is highly competitive. PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli, as an internet service provider, faces the challenge of a mismatch between customer expectations of fast and stable network quality and the reality of services that still experience disruptions. This study aims to analyze the factors that influence customer satisfaction, including service quality, price, network stability, and customer service. This study uses a qualitative approach with a descriptive design. Primary data was obtained through in-depth interviews with active customers of PT. Telkom Gunungsitoli who have been subscribing for at least six months, and was supported by key informants from within the company. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that service quality, especially in terms of responsiveness, friendliness, and professionalism of staff, is a major factor affecting customer satisfaction. Good network stability is also considered very important, although there are still complaints about connection disruptions. The price factor is considered relatively higher than other providers, but is considered commensurate with the benefits received. In addition, prompt customer service in responding to complaints contributes significantly to building user trust and loyalty. In conclusion, customer satisfaction with PT. Telkom Gunungsitoli is influenced by a combination of technical and non-technical qualities. The company needs to strengthen its network quality, improve customer service competencies, and pursue continuous innovation in order to maintain customer loyalty and increase competitiveness in the market.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Price, Network Stability, Customer Service

ABSTRAK: Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan keberhasilan dan keberlangsungan suatu perusahaan, terutama pada sektor jasa telekomunikasi yang memiliki tingkat persaingan tinggi. PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli sebagai penyedia layanan internet menghadapi tantangan berupa ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jaringan yang cepat dan stabil dengan realita layanan yang masih mengalami gangguan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, meliputi kualitas layanan, harga, stabilitas jaringan, serta pelayanan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelanggan aktif PT. Telkom Gunungsitoli yang telah berlangganan minimal enam bulan, serta didukung oleh informan kunci dari pihak internal perusahaan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, terutama dalam hal responsivitas, keramahan, dan profesionalisme petugas, menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Stabilitas jaringan yang baik juga dinilai sangat menentukan, meskipun masih terdapat keluhan terkait gangguan koneksi. Faktor harga dinilai relatif lebih tinggi dibandingkan penyedia lain, namun dianggap sepadan dengan manfaat yang diterima. Selain itu, pelayanan pelanggan yang cepat dalam menanggapi keluhan memberikan kontribusi signifikan terhadap terciptanya rasa percaya dan loyalitas pengguna. Kesimpulannya, kepuasan pelanggan PT. Telkom Gunungsitoli dipengaruhi oleh kombinasi kualitas teknis dan non-teknis. Perusahaan perlu memperkuat kualitas jaringan, meningkatkan kompetensi layanan pelanggan, serta melakukan inovasi berkelanjutan agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga, Stabilitas Jaringan, Pelayanan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung loyal dan berpotensi menjadi promotor bagi perusahaan, sedangkan pelanggan yang tidak puas dapat memberikan dampak negatif, termasuk menurunnya reputasi merek dan hilangnya pangsa pasar. Menurut Tunastini dalam Yulita Tri et al (2025) "Kepercayaan pelanggan adalah rasa percaya konsumen atas produk atau jasa yang berdampak positif sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri." Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan di berbagai sektor. Menurut Farizky et al dalam Amanda et al (2024) "kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas seseorang atas hasil perbandingan antara harapan dan perilakunya serta bagaimana mereka percaya produk untuk melakukan (hasil) dengan ekspektasi mereka."

Pada era globalisasi dan digitalisasi, harapan serta perilaku konsumen terus mengalami perubahan. Menurut American Marketing Association atau disingkat (AMA) dalam buku Sunyoto & Saksono (2022) mendefinisikan bahwa "perilaku konsumen (consumer behavior) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek dalam hidup mereka." Faktor-faktor yang sebelumnya dianggap cukup dalam menciptakan kepuasan pelanggan, seperti harga dan kualitas produk, kini tidak lagi menjadi satu-satunya determinan utama. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diharapkan. Aspek lain seperti layanan pelanggan, pengalaman berbelanja, serta kemudahan akses terhadap informasi dan produk menjadi faktor tambahan yang turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Konsumen tidak hanya mengevaluasi layanan dari sisi harga dan kualitas produk, tetapi juga menaruh perhatian besar pada aspek layanan pelanggan, kemudahan akses, serta kecepatan penanganan masalah. Dalam situasi ini, perusahaan yang gagal menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan pelanggan berisiko kehilangan loyalitas konsumen dan pangsa pasar. Hal ini semakin diperparah oleh tingkat persaingan yang tinggi antar penyedia layanan internet, di mana pelanggan memiliki banyak alternatif untuk berpindah ke penyedia lain yang dianggap lebih menguntungkan.

PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli menunjukkan adanya ketidak sesuaian antara ekspektasi pelanggan terhadap layanan internet yang cepat, stabil, dan responsif dengan kenyataan di lapangan. Masalah utama yang muncul meliputi gangguan jaringan, kecepatan internet yang tidak sesuai. Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perilaku konsumen yang makin kritis, Telkom masih mengalami kesulitan dalam memahami kebutuhan dan persepsi pelanggan secara menyeluruh. Akibatnya, strategi pelayanan yang diterapkan kurang efektif, dan aspek non-teknis seperti komunikasi serta kecepatan penanganan keluhan menjadi tantangan utama yang perlu segera dibenahi.

Menurut Raiyan dan Siregar dalam Hermawan (2024) "Kualitas pelayanan adalah pendekatan yang diambil perusahaan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap proses, produk, dan layanan yang dihasilkan". Namun, banyak perusahaan masih mengalami kesulitan dalam memahami secara mendalam bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan mereka.

PT.Telkom Indonesia (Persero) Tbk khususnya di wilayah Gunungsitoli sebagai penyedia jasa dan layanan jaringan internet, seperti Wi-Fi dan layanan pemasangannya, juga menghadapi berbagai tantangan dalam memastikan kepuasan pelanggan. Beberapa permasalahan yang sering muncul di antaranya adalah kesenjangan antara harapan dan kenyataan terkait kualitas jaringan internet yang sering mengalami gangguan atau ketidak stabilan. Menurut Mastura dan Rahayu dalam Liwandy et al (2025), "kepuasan pelanggan yakni sebuah evaluasi

yang diberikan oleh konsumen pada produk atau pelayanan yang diterima dalam kurun rentang waktu tertentu pelanggan memiliki ekspektasi tinggi terhadap koneksi yang cepat dan stabil, namun dalam beberapa kasus, keluhan mengenai kecepatan yang tidak sesuai dengan paket yang dibeli atau gangguan jaringan masih sering terjadi."

Selain itu, layanan pelanggan juga menjadi aspek krusial dalam kepuasan pelanggan. Respons yang lambat terhadap keluhan dan kurangnya solusi yang efektif dalam menangani masalah teknis sering kali menjadi faktor utama yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Menurut Apriliyanti et al dalam Nareswari dan Suryaningsih (2024), "Respon cepat merujuk pada tanggapan yang diberikan oleh pihak terkait terhadap permasalahan yang muncul dalam waktu singkat." Respon yang cepat tidak hanya mencerminkan profesionalisme, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan memberikan kesan bahwa kebutuhan mereka diprioritaskan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas terhadap layanan atau produk.

Persaingan dalam industri penyedia layanan internet juga semakin meningkat dengan hadirnya berbagai operator lain yang menawarkan layanan serupa dengan harga yang lebih kompetitif dan fitur tambahan yang menarik. Hal ini membuat pelanggan lebih mudah berpindah ke penyedia layanan lain jika mereka merasa tidak mendapatkan kualitas layanan yang memadai. menurut Tjiptono dalam Wahyu Arefianto (2025), "kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memastikan penyampaiannya dilakukan secara tepat agar sejalan dengan harapan pelanggan." Pelayanan yang berkualitas tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan saja, melainkan juga dapat meningkatkan loyalitas, reputasi, dan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, pelanggan kini semakin menuntut layanan yang lebih personal dan fleksibel, baik dalam hal pilihan paket internet, kemudahan pemasangan, maupun dukungan teknis yang responsif. Menurut Nurma Halika dan Kiran Kharisma dalam Nareswari dan Suryaningsih (2024) "Kualitas layanan ini memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen pada tingkat kepuasan, sehingga kepuasan tersebut akan memberikan dampak positif terhadap pelanggan".

Dalam konteks penelitian ini, fokus utama adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli, yang merupakan wilayah dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi dan kebutuhan akan layanan internet yang terus meningkat. Tantangan di wilayah ini mencakup kualitas jaringan yang belum merata, peningkatan kebutuhan akan layanan digital yang andal, serta ekspektasi pelanggan terhadap inovasi layanan yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif dipilih karena dapat menggali perspektif dan pengalaman pelanggan secara mendalam serta mengungkap aspek-aspek yang tidak dapat terkuantifikasi secara langsung. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori mengenai perilaku konsumen, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan posisi sebagai penyedia layanan internet terkemuka di Indonesia.

Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah memfokuskan hanya membahas tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi kepuasan Pelanggan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan internet pada PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan PT.Telkom (persero) Gunungsitoli?
3. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, harga, stabilitas jaringan, dan pelayanan pelanggan?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Menjelaskan persepsi pelanggan menilai layanan, harga, stabilitas jaringan, dan pelayanan pelanggan

Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun manfaat dari pada pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah wawasan dan memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri telekomunikasi, khususnya dalam layanan internet.
 - b. Memberikan kontribusi akademik dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam memahami perilaku konsumen dan strategi peningkatan kepuasan pelanggan.
 - c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, layanan telekomunikasi,
 - d. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, layanan telekomunikasi, serta strategi peningkatan kualitas layanan.
2. Manfaat Praktis
 1. Bagi peneliti: pelaksanaan penelitian ini menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Peneliti dapat memperoleh pengalaman langsung dalam menggali data, menganalisis temuan di lapangan, serta mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan sistematis terhadap fenomena yang terjadi dalam dunia usaha, terutama dalam industri telekomunikasi.
 2. Bagi kampus : penelitian ini menjadi kontribusi nyata dalam menambah khasanah literatur ilmiah yang dapat dijadikan referensi oleh mahasiswa atau akademisi lain yang tertarik meneliti topik serupa. Selain itu, penelitian ini juga menjadi wujud nyata peran kampus dalam menjembatani dunia akademik dengan sektor industri, serta memperkuat relevansi kurikulum pendidikan tinggi terhadap tantangan yang dihadapi masyarakat dan dunia usaha saat ini.
 3. Bagi PT.Telkom Indonesia khususnya wilayah Gunungsitoli: hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas layanan, merespons keluhan pelanggan dengan lebih cepat dan tepat, serta membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, pemahaman yang diperoleh melalui pendekatan kualitatif ini juga dapat membantu perusahaan dalam menyusun kebijakan layanan yang lebih personal, adaptif, dan sesuai

dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli dapat memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan internet yang unggul dan terpercaya di wilayahnya.

4. Bagi penelitian selanjutnya : Menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji kepuasan pelanggan, layanan telekomunikasi, serta strategi peningkatan kualitas layanan dengan konteks atau variabel yang lebih luas, seperti wilayah penelitian yang diperluas atau pendekatan kuantitatif yang menguatkan hasil statistik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Studi ini menerapkan metodologi kualitatif dengan karakteristik deskriptif. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada tujuan untuk mengeksplorasi secara komprehensif tentang pengalaman, pandangan, dan elemen-elemen yang berdampak pada tingkat kepuasan konsumen PT. Telkom (Persero) di area Gunungsitoli, di mana aspek-aspek tersebut tidak memungkinkan untuk dianalisis secara kuantitatif. Pendekatan deskriptif diterapkan untuk memetakan fenomena yang berlangsung berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari para responden dan berbagai sumber yang relevan. Menurut Sunyoto dan Saksono (2022) "Penelitian merupakan upaya ilmiah yang dilakukan secara terencana dan terstruktur untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji suatu pengetahuan, baik dalam bentuk teori maupun aplikasi praktis."

Metode penelitian di bagi menjadi 3 (tiga) jenis kegiatan yaitu :

1. Penelitian kualitatif Deskriptif merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memaparkan secara terperinci, nyata, dan tepat mengenai fakta, karakteristik, serta keterkaitan antar fenomena yang diteliti. Pendekatan ini menitikberatkan pada pemahaman secara mendalam terhadap suatu peristiwa, masalah, atau fenomena berdasarkan perspektif subjek penelitian, tanpa berfokus pada pengujian hipotesis atau pembuatan generalisasi.
2. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang mengandalkan data numerik dan metode statistik untuk menerangkan, mengevaluasi, atau memvalidasi suatu fenomena. Pendekatan ini menitikberatkan pada pengukuran variabel terukur, dengan tujuan agar temuan penelitian dapat diaplikasikan pada kelompok populasi yang lebih besar.
3. Metode penelitian campuran mengkombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif secara terpadu dalam sebuah kajian. Pendekatan ini bertujuan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang suatu fenomena dengan memanfaatkan kelebihan dari kedua metode tersebut.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka penulis menggunakan jenis penelitian Kualitatif deskriptif.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau karakteristik dari orang, objek, atau fenomena yang memiliki variasi nilai dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis dalam suatu penelitian. Menurut Sinambela dalam Wiratna Sujarweni (2022), "variabel penelitian ialah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah di tentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasi yang terkait serta ditarik kesimpulannya".

Bedasarkan pengertian diatas, maka yang menjadi variabel tunggal dalam penelitian ini ialah faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dengan indikator yakni: kualitas produk, kualitas layanan dan pelayanan pelanggan.

Sumber Data

Sumber data adalah asal atau tempat diperolehnya informasi yang digunakan dalam penelitian untuk memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data merupakan komponen penting dalam metodologi penelitian karena menentukan validitas dan keandalan hasil yang diperoleh. Sehingga berdasarkan sumber data dan masalah yang diteliti, maka peneliti menggunakan jenis data primer dan sekunder.

Menurut Sugiyono dalam Sihombing (2020) "Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data ini diperoleh melalui metode-metode seperti wawancara atau pengisian kuesioner, di mana sumber data memberikan informasi secara langsung kepada peneliti tanpa melalui perantara. Dengan kata lain, peneliti memperoleh data dari tangan pertama melalui interaksi langsung dengan responden atau subjek penelitian". Sedangkan "Data Sekunder yaitu peneliti tidak langsung menerima dari sumber data".

Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau sumber asli. Data ini diperoleh melalui metode seperti observasi, wawancara, survei, atau eksperimen, yang melibatkan kontak langsung antara peneliti dan informan atau subjek penelitian. Menurut Sugiyono dalam Handayani & Ririn (2020) "adalah sumber data yang datanya secara langsung diberikan kepada pengumpul data. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan data secara langsung".

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau sumber-sumber yang sudah ada. Data ini sudah dikumpulkan, diolah, dan disajikan oleh pihak lain untuk tujuan tertentu sebelum peneliti menggunakannya. Menurut Hardani dalam Handayani & Ririn (2020) menyatakan bahwa "data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik dari buku, berupa laporan atau pustaka. menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik dari buku, berupa laporan atau pustaka".

Selain data primer, sumber data data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder dapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan

Informan Penelitian

Informan penelitian adalah individu atau subjek yang memberikan informasi penting dan relevan terkait masalah yang sedang diteliti. Mereka memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam mengenai objek penelitian sehingga dapat memberikan data yang bermanfaat bagi peneliti Informan berperan sebagai sumber data utama

dalam penelitian, terutama dalam penelitian kualitatif, dan biasanya dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (teknik *purposive sampling*).

Jenis-jenis informan penelitian dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Informan Kunci: Informan kunci adalah individu yang dapat memberikan informasi secara menyeluruh dan mendalam mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Mereka tidak hanya memahami gambaran besar masalah, tetapi juga mengetahui informasi tentang informan utama serta aspek-aspek penting lain yang terkait dengan objek penelitian. Adapun yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini, ialah Johan Jonatha Putra Telaumbanua yang memiliki jabatan sebagai Team Leader (TL) Operasional PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
2. Informan Pendukung: Informan pendukung adalah orang yang memberikan informasi tambahan yang berfungsi sebagai pelengkap dalam analisis dan pembahasan penelitian kualitatif. Informasi yang mereka berikan terkadang berbeda atau tidak disampaikan oleh informan utama maupun informan kunci, sehingga membantu memperkaya data penelitian secara keseluruhan. Adapun juga yang menjadi informan pendukung dalam penelitian ini, yaitu Erna Sari Zega Sales Force di PT. Telkom (persero) Gunungsitoli
3. Informan Utama: Informan utama adalah individu yang terlibat dalam penelitian dan memberikan informasi yang relevan tentang situasi atau kondisi yang sedang diteliti, namun tidak memiliki peran khusus atau pengetahuan yang sangat mendalam seperti informan kunci atau informan utama. Informan utama biasanya adalah orang yang terlibat langsung dalam kegiatan yang menjadi objek penelitian dan dapat memberikan gambaran atau data tambahan yang mendukung penelitian. Yang menjadi informan utama dalam penelitian ini, ialah pelanggan telkom itu sendiri, adapun kriteria yang di gunakan peneliti dalam menentukan informan utama ini, antara lain:
 - a) Pelanggan aktif PT. Telkom Persero di Gunungsitoli.
 - b) Telah menggunakan layanan minimal 6 bulan.
 - c) Berusia minimal 18 tahun.
 - d) Bersedia berpartisipasi dalam penelitian.
 - e) Mampu berkomunikasi dengan baik dalam bahasa Indonesia.

Adapun informan utama dalam penelitian ini yaitu:

1. Ibu Nurmei Daeli umur 35 Tahun yang beralamat di Dasa Miga, salah satu Pelanggan tetap PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli yang telah berlanggan lebih dari lima tahun, bekerja di instansi pemerintahan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS)
2. Ibu Sincere Delania Waruwu umur 24 Tahun yang beralamat di Perumnas Fodo, Desa Fodo, Jln. Olora I, yang bekerja sebagai tenaga pengajar atau guru di salah satu sekolah yang ada di Gunungsitoli, yang telah berlanggan di PT. Telkom (persero) Gunungsitoli selama 2 Tahun.
3. Saudari Ratna Sari Hulu umur 22 tahun yang masih duduk di bangku kuliah atau mahasiswi, telah berlanggan 14 bulan di PT. Telkom (persero) Gunungsitoli yang beralamat di perumnas Fodo, Jln.Telukdalam No.270.
4. Saudara Hendra Budianto Gulo umur 29 Tahun yang telah berlanggan atau menggunakan layanan internet PT. Telkom (Pesero) Gunungsitoli 3 tahun, yang beralamat di Desa Faekhu, Jln. Nias Tengah
5. Ibu Prisca Waruwu Umur 30 Tahun, yang beralamat di Desa Faekhu, jln. Nias Tengah, bekerja sebagai Guru di sebuah sekolah yang ada di Gunungsitoli yang telah berlanggan atau menggunakan layanan internet PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli selama kurang lebih 2 tahun
6. Bapak Informasi Gea, umur 38 Tahun yang beralamat di Jln. Diponegoro, No.176 Gunungsitoli yang telah berlanggan atau menggunakan layanan internet PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli 3 tahun

Tabel 3. 1 Informan Penelitian

No	Nama	Status
1	Johan Jonatha P. Telaumbanua	Informan Kunci TL. Operasional PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
2	Erna Sari Zega	Informan Pendukung Sales PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
3	Nurmei Daeli	Informan Utama Pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
4	Sincere Delania Waruwu	Pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
5	Ratna Sari Hulu	Pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
6	Hendra Budianto Gulo	Pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
7	Prisca Waruwu	Pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli
8	Informasi Gea	Pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan, mengukur, dan mencatat data dalam proses penelitian. Instrumen penelitian berfungsi sebagai sarana yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan guna menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2021:293) "dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri". Adapun instrumen penelitian yang umum digunakan, yaitu :

1. **Peneliti**
 Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen kunci yang memainkan peran sentral. Tidak ada penelitian yang dapat berlangsung tanpa kehadiran peneliti sebagai penentu arah, pemilih topik, dan pengumpul informasi. Seorang peneliti bertanggung jawab menetapkan arah dan topik penelitian berdasarkan perspektif pribadinya. Selanjutnya, peneliti berperan mengumpulkan data, melakukan analisis, dan merumuskan kesimpulan sebagai output penelitian. Peneliti yang ideal adalah individu yang telah tervalidasi kompetensinya dalam bidang penelitian. Dengan kemampuan yang memadai, proses penelitian dapat berjalan dengan efektif hingga diperoleh hasil yang diharapkan.
2. **Panduan Wawancara**
 Instrumen kedua dalam penelitian kualitatif adalah panduan wawancara, yang merupakan dokumen tertulis berisi rincian proses wawancara yang akan dilaksanakan untuk pengumpulan data. Dokumen ini memuat informasi mengenai narasumber serta rangkaian pertanyaan yang akan diajukan. Panduan wawancara berfungsi sebagai acuan bagi peneliti selama proses penelitian dan tidak dibagikan kepada narasumber. Hal ini dilakukan agar narasumber hanya fokus menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti, sehingga dapat menjamin keaslian dan validitas informasi yang diberikan.

3. **Angket (kuesioner)**
Instrumen penelitian kualitatif juga bisa dalam bentuk angket penelitian atau kuesioner. Angket sendiri bisa dikatakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data penelitian yang paling jamak digunakan. Sebab mudah, sederhana, dan praktis. Lewat angket, peneliti bisa mendapatkan data tanpa perlu bertatap muka dengan narasumber. Sebab bisa dibagikan secara daring. Angket sendiri disusun dalam bentuk daftar pertanyaan lengkap dengan jawaban. Angket biasanya digunakan untuk pertanyaan yang memuat penilaian personal dari narasumber. Misalnya tingkat kepuasan, penilaian kualitas sebuah produk maupun program, dan sejenisnya.
4. **Alat Tulis**
Instrumen penelitian selanjutnya adalah alat tulis, mencakup buku atau kertas dan pena atau pensil. Fungsinya adalah menjadi media bagi peneliti untuk mencatat hal atau data penting selama melakukan pengamatan (observasi). Meskipun sekarang sudah era digital, namun tidak semua lokasi dimana data dikumpulkan mendukung peneliti membawa perangkat elektronik. Selain itu mencatat secara manual kadang terasa lebih mudah untuk dilakukan.
5. **Alat Rekam**
Instrumen penelitian kualitatif berikutnya adalah alat rekam, sesuai namanya alat ini digunakan untuk merekam kejadian maupun hasil wawancara. Biasanya dalam bentuk rekaman suara, bisa menggunakan fitur rekaman di smartphone. Paling praktis memang rekaman suara, sebab perangkat bisa diletakan dimana saja tanpa perlu melakukan pengaturan. Namun, alat perekam juga bisa dalam bentuk video.
6. **Dokumen**
Terakhir adalah dokumen yang juga bisa disebut dengan istilah literatur. Jadi, dalam penelitian kualitatif ada proses pengumpulan data dengan cara studi literatur. Artinya peneliti membaca sejumlah dokumen untuk mendapatkan data terkait objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap krusial dalam proses penelitian yang menentukan kualitas hasil yang diperoleh. Menurut "Pakpaha et al dalam Siti Romdona (2024). "Teknik pengumpulan data berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh informasi dari lapangan yang nantinya diolah untuk memverifikasi hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian"

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yakni:

1. **Observasi**
Metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen pertimbangan kemudian format yang di susun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan. Dari peneliti berpengalaman diperoleh sebuah petunjuk bahwa mencatat data observasi bukanlah sekedar mencatat, tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian kepada skala bertingkat.
2. **Wawancara**
Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam dan jumlah informannya sedikit atau kecil.

Menurut Sugiyono dalam Wijoyo (2020) "wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksi makna dalam suatu topik tertentu".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelanggan aktif yang telah menggunakan layanan internet PT. Telkom Gunungsitoli minimal enam bulan, serta didukung oleh informan kunci dari pihak internal perusahaan. Analisis data dilakukan secara sistematis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan dalam metode penelitian.

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data, ditemukan bahwa kepuasan pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas layanan, stabilitas jaringan, harga layanan, serta pelayanan pelanggan. Keempat faktor ini saling berkaitan dan membentuk persepsi pelanggan secara menyeluruh terhadap layanan yang diberikan.

Pengalaman Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Internet PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli

Pengalaman pelanggan merupakan aspek penting dalam menilai tingkat kepuasan terhadap suatu layanan. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa mereka memilih PT. Telkom Gunungsitoli karena reputasi perusahaan yang telah lama dikenal, jangkauan jaringan yang luas, serta persepsi awal bahwa Telkom merupakan penyedia layanan internet yang stabil dan terpercaya.

Namun demikian, pengalaman pelanggan dalam penggunaan layanan menunjukkan adanya dinamika yang beragam. Beberapa informan menyampaikan bahwa pada kondisi tertentu layanan internet berjalan dengan baik, terutama pada jam-jam normal penggunaan. Akan tetapi, pada waktu-waktu tertentu seperti jam sibuk atau saat terjadi gangguan teknis, pelanggan sering mengalami penurunan kecepatan dan ketidakstabilan jaringan. Hal ini memunculkan perasaan kecewa, terutama bagi pelanggan yang menggunakan internet untuk keperluan pekerjaan, pendidikan, maupun aktivitas bisnis.

Pengalaman pelanggan juga dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan merespons permasalahan yang dihadapi. Pelanggan yang mendapatkan penanganan cepat dan solusi yang jelas cenderung memiliki persepsi yang lebih positif, meskipun sempat mengalami gangguan layanan. Sebaliknya, keterlambatan respons atau kurangnya informasi terkait penyebab gangguan memperkuat persepsi negatif dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan pendekatan kualitatif yang menekankan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, tetapi juga oleh proses interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan.

Kualitas Layanan sebagai Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan muncul sebagai faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT. Telkom Gunungsitoli. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan menilai kualitas layanan dari beberapa aspek, antara lain profesionalisme petugas, keramahan dalam berkomunikasi, kejelasan informasi, serta kemampuan petugas dalam menyelesaikan permasalahan teknis.

Sebagian besar informan menyatakan bahwa petugas PT. Telkom Gunungsitoli umumnya bersikap sopan dan ramah dalam melayani pelanggan, baik pada saat pemasangan layanan maupun ketika menangani keluhan. Sikap profesional dan kemampuan petugas dalam menjelaskan prosedur layanan dinilai memberikan rasa nyaman dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Namun, terdapat pula keluhan terkait ketidakkonsistenan kualitas layanan, terutama dalam hal kecepatan penanganan gangguan. Beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa meskipun laporan gangguan telah disampaikan, proses perbaikan memerlukan waktu yang cukup lama. Kondisi ini menimbulkan ketidakpuasan, terutama bagi pelanggan yang sangat bergantung pada koneksi internet untuk aktivitas sehari-hari.

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak hanya diukur dari sikap petugas, tetapi juga dari efektivitas dan kecepatan penyelesaian masalah. Dalam konteks penelitian ini, kualitas layanan yang baik berperan penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan dan berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan mereka.

Stabilitas Jaringan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan

Stabilitas jaringan merupakan faktor teknis yang sangat menentukan kepuasan pelanggan layanan internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan memiliki ekspektasi tinggi terhadap kestabilan jaringan, terutama mengingat harga layanan yang relatif lebih tinggi dibandingkan beberapa penyedia lain.

Sebagian informan menyatakan bahwa jaringan PT. Telkom Gunungsitoli cukup stabil pada kondisi normal dan memiliki jangkauan yang luas. Namun, gangguan jaringan yang terjadi secara berkala, seperti koneksi terputus atau penurunan kecepatan secara tiba-tiba, menjadi sumber utama ketidakpuasan pelanggan. Gangguan tersebut dirasakan sangat mengganggu, terutama bagi pelanggan yang bekerja secara daring atau menjalankan usaha berbasis internet.

Meskipun demikian, beberapa pelanggan tetap mempertahankan penggunaan layanan Telkom karena menilai bahwa secara umum kualitas jaringan masih lebih baik dibandingkan penyedia lain di wilayah Gunungsitoli. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak bersifat hitam-putih, melainkan merupakan hasil pertimbangan antara kelebihan dan kekurangan layanan yang diterima.

Stabilitas jaringan yang baik memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan, sementara gangguan yang berulang dapat mengikis tingkat kepuasan dan mendorong pelanggan untuk mempertimbangkan alternatif lain.

Persepsi Pelanggan terhadap Harga Layanan

Harga layanan menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, meskipun bukan satu-satunya penentu. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelanggan menilai bahwa harga layanan internet PT. Telkom Gunungsitoli relatif lebih tinggi dibandingkan beberapa penyedia lain. Namun, persepsi terhadap harga ini sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan stabilitas jaringan yang dirasakan.

Pelanggan yang merasa mendapatkan layanan yang sepadan dengan harga yang dibayarkan cenderung menerima dan memaklumi biaya tersebut. Mereka menilai bahwa harga yang lebih tinggi dapat diterima apabila diimbangi dengan kualitas jaringan yang stabil, pelayanan yang baik, serta respons yang cepat terhadap keluhan.

Sebaliknya, pelanggan yang sering mengalami gangguan jaringan atau keterlambatan penanganan keluhan cenderung menilai harga layanan sebagai tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga bersifat subjektif dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, harga tidak berdiri sendiri, melainkan berinteraksi dengan faktor kualitas layanan dan stabilitas jaringan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Pelayanan Pelanggan dan Pembentukan Loyalitas

Pelayanan pelanggan merupakan aspek non-teknis yang memiliki peran strategis dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam menangani keluhan menjadi perhatian utama pelanggan PT. Telkom Gunungsitoli.

Pelanggan yang memperoleh respons cepat dan solusi yang jelas merasa dihargai dan diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini menciptakan rasa percaya dan meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan PT. Telkom meskipun terdapat kekurangan pada aspek tertentu.

Sebaliknya, pelayanan pelanggan yang lambat atau kurang komunikatif menimbulkan rasa frustrasi dan kekecewaan. Dalam beberapa kasus, pelanggan menyatakan bahwa kurangnya informasi terkait penyebab gangguan dan estimasi waktu perbaikan memperburuk persepsi mereka terhadap perusahaan.

Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan pelanggan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyelesaian masalah, tetapi juga sebagai media komunikasi yang membentuk hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Sintesis Temuan Penelitian

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknis dan non-teknis. Kualitas layanan, stabilitas jaringan, harga, dan pelayanan pelanggan saling berinteraksi dalam membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan.

Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk memahami kepuasan pelanggan secara lebih mendalam, tidak hanya dari sisi apa yang dirasakan, tetapi juga bagaimana dan mengapa persepsi tersebut terbentuk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan upaya terpadu yang mencakup peningkatan kualitas jaringan, penguatan kompetensi sumber daya manusia, serta perbaikan sistem pelayanan pelanggan.

KESIMPULAN (Font: Agency Fb, 12 Pt +Bold)

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Pengalaman pelanggan menggunakan layanan internet PT. Telkom di Gunungsitoli umumnya sangat positif, terutama dengan produk IndiHome. Pelanggan puas karena kecepatan dan kestabilan internet sesuai janji paket. Meskipun ada kendala teknis seperti gangguan kabel atau cuaca buruk, respon cepat dari tim teknis dan pelayanan ramah dari petugas membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman.
- 2) Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:
 - a) Kualitas layanan dan pelayanan pelanggan: Petugas yang ramah, cepat, dan profesional membuat pelanggan percaya dan setia.
 - b) Harga dan kestabilan jaringan: Walaupun harga sedikit lebih tinggi, pelanggan merasa harga tersebut sepadan karena jaringan stabil dan andal, sangat penting untuk kebutuhan sehari-hari mereka.

- 3) Persepsi pelanggan terhadap PT. Telkom di Gunungsitoli adalah layanan internet berkualitas tinggi dengan harga wajar sesuai nilai layanan. Kualitas jaringan yang stabil dan cepat, serta pelayanan yang responsif dan jelas, membuat pelanggan percaya dan nyaman. Meskipun tarif lebih tinggi, pelanggan memilih karena kualitas dan keistimewaan yang didapat, sehingga PT. Telkom dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli, maka rekomendasi yang dapat diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. PT. Telkom perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas jaringan agar tetap cepat dan stabil sesuai janji paket. Tim layanan pelanggan dan teknisi harus selalu responsif dan ramah dalam menangani keluhan agar pelanggan merasa dihargai.
2. PT Telkom (Persero) Gunungsitoli sebaiknya fokus meningkatkan kualitas layanan melalui pelatihan petugas yang ramah, cepat, dan profesional serta menjaga kestabilan jaringan secara konsisten, sekaligus mengkomunikasikan nilai tambah layanan tersebut agar pelanggan merasa harga yang dibayar sepadan dengan manfaat yang diperoleh.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas wilayah dan menambah jumlah responden agar hasil lebih mewakili. Gunakan metode kuantitatif untuk hasil statistik yang kuat dan tambahkan variabel baru seperti inovasi digital dan kemudahan pembayaran. Metode kualitatif atau campuran juga disarankan untuk pemahaman lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226.
- Arefianto, W., Hannum Arija, H., & Junianingrum, S. (2025). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG NASI GORENG BANG TOFAN DESA BALOK KABUPATEN KENDAL. In *Jurnal Manajemen UNKAHA (JUMA)* (Vol. 2, Issue 1).
- Arini, Y. tri, Kusuma, kumara adji, & Hariasih, M. (2025). PELANGGAN PADA INDOMARET FRESH RAYA JATI. *Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 9(1), 1160–1180.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Fadilah, A., & Suherman, S. (2022). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 4(2), 107–120. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v4i2.55>
- Handayani & Ririn. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Haykal, A. P., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online Azzahrah. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 104–116.

-
- Hermawan, D. (2024). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Kota Palopo. 4(1), 62–78.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles Of Marketing. In pearson Education Limitid ., edisi 18. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In Pearson Education Limited edition 15. <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Laksono, A. T., Orgianus, Y., & Rukmana, A. N. (2020). Perancangan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Model Kano dan Service Quality (ServQual) pada Balai Besar Logam dan Mesin. Prosiding Teknik Industri , 6(1), 138–147.
- Liwandy, A., Putu, N., & Rahayu, W. (2025). YUME : Journal of Management Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Laundry Koin Di Bandar Lampung. 8(1), 331–339.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Jurnal Economina, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Novianty, H., Narulita, S., Hapsara, D., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurrohman, & Islam, D. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital). In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents (Vol. 135, Issue 4). [https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2748/23-01-124-EB00K-Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran %28Analisis dan Strategi di Era Digital%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2748/23-01-124-EB00K-Prinsip%20Dasar%20Manajemen%20Pemasaran%20Analisis%20dan%20Strategi%20di%20Era%20Digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rahmah, C. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HONDA IDK 2 MEDAN. Jurnal Manajemen Tools, 12(2), 30–44.
- Romdana, S., Junista, silvia senja, & Gunawan, A. (2024). Teknik Pengumpulan Data. Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik, 3(1), 39–47.
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. Journal Of Social Science Research, 3(2), 1–15.
- Shafitri, W., Kamase, J., Suriyanti, & Dewi, R. (2023). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop dan Offline Store. Center of Economic Students Journal, 6(2), 127–140. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i2.578>
- Sihombing, R. (2020). Metode Penelitian. Metode Penelitian Kualitatif, 17, 43.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah, 212.
- Suriadi, Sulistyo Budi Utomo, Rendro Laksmo, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Wijoyo, H. (2020). Analisis Minat Belajar Mahasiswa STMIK Dharmapala Riau Dimasa Pandemi Coronavirus Disease (Covid-19). Jurnal Pendidikan : Riset Dan Konseptual, 4(3), 396–404. https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v4i3.2
- Wiratna Sujarweni (2022). (2022). Tabel 3.1 Skala Likert.
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). In Jurnal Ilmu Pendidikan (Vol. 7, Issue 2).