

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara

Meylan Rumengan¹
Ventje Tatimu²
Olivia F. C. Walangitan³

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado
Email : rummey75@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction of PT Telkom Telecommunications Business Area North Sulawesi and North Maluku. The method used in this study uses a quantitative descriptive method and the population of this study is all customers who use the services of PT Telkom, the data is collected through a questionnaire filled in by 100 respondents. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results of the study show that service quality and product quality have a significant effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Product Quality, and Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa dari PT Telkom, data di kumpulkan melalui kuesioner yang di isi sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Dengan persaingan yang semakin pesat membuat setiap perusahaan harus lebih berupayah menciptakan keunggulan kompetitif dan berinovasi dalam memasarkan produk maupun jasa agar dapat bersaing dalam dunia bisnis di era globalisasi saat ini.

Salah satu cara perusahaan agar mampu bertahan di era globalisasi ini yaitu dengan memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik agar para calon pelanggan

merasa tertarik dan para pelanggan merasa nyaman menggunakan produk maupun jasa dari perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting dalam perusahaan meningkatkan daya saing di era globalisasi saat ini, dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan menciptakan suatu kepuasan bagi para pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, para pelanggan juga akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan sesuai dengan selera mereka. Oleh karena itu perusahaan juga harus

mampu bersaing dengan memberikan kualitas produk yang baik sehingga akan dapat memberikan kepuasan pelanggan pada saat menggunakan produk tersebut.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi, komunikasi dan jaringan telekomunikasi Indonesia. Setiap masyarakat bisa menggunakan jasa layanan dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) baik dari kalangan atas maupun menengah kebawah, karena dengan seiring berkembangnya zaman yang semakin modern membuat manusia harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang begitu cepat. Perkembangan teknologi sangat berkaitan erat dengan internet yang merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki agar bisa mengakses apa saja yang kita butuhkan, seperti pada zaman sekarang ini dengan adanya internet manusia bisa terkoneksi dan berkomunikasi tanpa adanya batasan jarak serta dapat mengakses informasi, pengetahuan, alamat, kemudahan bisnis dan hiburan.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat diantaranya pelayanan pemasangan jasa telepon tetap kabel (fixed wireline), data/internet, serta jasa multimedia. Produk jasa internet yang dimiliki PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) yaitu Indihome Fiber, Telkomnet instan, Telkomnet

Astinet dan Speedy. Semua layanan dan produk tersebut sudah digunakan hampir seluruh masyarakat Indonesia termasuk di Sulawesi Utara. Selain itu, layanan inti lainnya adalah Interactive TV (Usee TV) dan Phone (Telepon Rumah). Saat ini jumlah pelanggan produk Indihome di daerah Sulawesi Utara sudah sekitar 12000 berlangganan (data pelanggan Telkom Witel Sulut Malut 2020). Oleh karena itu PT Telkom Witel Sulut Malut harus mampu memberikan pelayanan dan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta bisa membaca situasi atau perasaan dari pelanggan, sehingga pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang baik dan kualitas produk yang mereka harapkan. Jika pelayanan dan produk yang diberikan bisa memenuhi permintaan pelanggan atau sesuai dengan yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan serta produk didapatkan sehingga akan terus menggunakan jasa dan produk dari PT Telkom Witel Sulut Malut, tapi jika sebaliknya pelanggan merasa tidak mendapatkan pelayanan yang baik maka pelanggan tersebut pasti akan menceritakan kepada orang lain yang akan menggunakan jasa atau produk dari PT Telkom Witel Sulut Malut sebagai komplain atas ketidakpuasannya.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci sukses dari perusahaan karena semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka citra perusahaan pun akan semakin tinggi sehingga perusahaan akan berhasil di mata pelanggan

dan bisa mendapatkan kepercayaan dari pemerintah. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga terciptanya kepuasan pelanggan maka produk dan jasa dari perusahaan akan lebih dikenal oleh seluruh masyarakat dengan daya tarik kualitas pelayanan dan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Akan lebih baik lagi jika perusahaan mendengarkan saran atau pesan dari pelanggan agar bisa menjadi bahan evaluasi dari perusahaan kedepannya untuk lebih mengetahui kelemahan dan kelebihan dari perusahaan bukan hanya sampai pada menerima saran saja tetapi juga harus mencari solusi dari permasalahan yang terjadi.

Pentingnya kepuasan pelanggan terhadap perusahaan adalah salah satu cara agar perusahaan mampu bertahan di era globalisasi saat ini. Meningkatkan kepuasan pelanggan akan menghasilkan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan volume penjualan akan terus meningkat, maka dari itu perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lain baik yang sudah ada maupun yang baru memasuki pasar.

PT Telkom Witel Sulut Malut sebagai penyedia layanan jasa internet perlu mengetahui tingkat kepuasan pelanggannya, karena kepuasan pelanggan akan mempengaruhi perilaku pelanggan selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka ada kemungkinan besar pelanggan akan

menggunakan jasa atau produk dalam jangka waktu panjang. Pelanggan yang merasa tidak puas akan beralih ke perusahaan lain dan dapat merusak nama baik PT Telkom Witel Sulut Malut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Telkom Witel Sulut Malut?; (2) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Telkom Witel Sulut Malut?; (3) Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Telkom Witel Sulut Malut?

Dengan tujuan penelitian adalah : (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Witel Sulut Malut; (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Witel Sulut Malut; (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Witel Sulut Malut.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) merumuskan kualitas pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan

pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018) Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang bisa langsung dirasakan oleh pelanggan. Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu : (1) Reliability; (2) Tangibles; (3) Responsiveness; (4) Assurance; (5) Empati.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Sedangkan menurut Lesmana dan Ayu (2019) bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja serta lingkungan untuk memenuhi setiap konsumen.

Maka dari itu kualitas produk juga memiliki peran penting dalam suatu perusahaan jasa karena para pelanggan akan melihat produk yang digunakan sesuai dengan yang di harapkan atau tidak, jika tidak pelanggan akan menggunakan produk tersebut dan akan mencari yang sesuai dengan keinginan mereka atau sesuai ekspektasi mereka. Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012), terdiri dari : (1) Bentuk yaitu sebuah produk dapat meliputi ukuran, atau struktur; (2) Fitur yaitu melengkapi fungsi dasar produk; (3) Penyesuaian; (4) Kualitas kerja; (5) Spesifikasi yang dijanjikan; (6) Ketahanan; (7) Keandalan; (8) Kemudahan perbaikan; (9) penampilan dan rasa produk tersebut; (10) Desain.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan membandingkan pengalaman pelanggan dalam membeli produk atau jasa yang sesuai dengan harapan. Harapan tersebut diperoleh pelanggan pada saat pertama membeli produk atau jasa, komentar teman atau saran dari sahabat, serta janji dan informasi dari perusahaan dan pesaing. Tentu

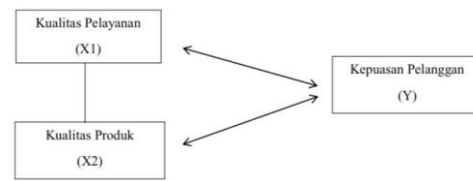
saja jika perusahaan ingin bersinar dalam kompetisi, perusahaan harus memperhatikan harapan dari pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Richard Oliver (dalam Zeithaml., dkk 2018) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan (dalam Sudaryono, 2016).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci utama bagi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan tidak menutup kemungkinan akan melakukan pemakaian ulang jasa dan produk pada PT TELKOM dan merekomendasikan ke orang lain. Hal itu berkaitan langsung dengan harapan yang dibutuhkan dari pelanggan PT TELKOM yakni kepuasan dalam pelayanan. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019) adalah: (1) Kesesuaian harapan,; (2)Minat berkunjung kembali; (3) Ketersediaan merekomendasikan.

Kerangka Berpikir



Gambar 1.

Kerangka Berpikir

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah: (1) Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Witel Sulut Malut.; (2) Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Witel Sulut Malut; (3) Ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Witel Sulut Malut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di lakukan di PT Telkom Witel Sulut Malut, dengan jangka waktu dari bulan Desember akhir sampai bulan Januari akhir. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan atau yang sedang menggunakan produk dan jasa dari PT Telkom Witel Sulut Malut. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik probability. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: kuesioner dan observasi lapangan. Data yang

diperoleh dari responden yang dinilai dari kuesioner menggunakan skala likert 1-5 dan ditabulasi menggunakan bantuan analisis statistic melalui program software SPSS *Statistic* versi 26.

Dengan teknik analisis data yang digunakan, yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis regresi, koefisien determinasi, uji T (parsial), dan uji F (simultan).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Dilihat dari hasil uji validitas (X1) setiap item instrumen mempunyai nilai r hitung rata-rata 0,783 lebih besar dari r tabel 0,195 dan mempunyai nilai signifikan kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen merupakan item yang valid.

Selanjutnya dari hasil uji validitas (X2) setiap item instrumen mempunyai nilai r hitung rata-rata 0,756 lebih besar dari r tabel 0,195 dan mempunyai nilai signifikan kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen merupakan item yang valid.

Kemudian dari hasil uji validitas (Y) setiap item instrumen mempunyai nilai r hitung rata-rata 0,816 lebih besar dari r tabel 0,195 dan mempunyai nilai signifikan kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa

semua item instrumen merupakan item yang valid.

Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Standart Koefisien	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	15	0,957	0,70	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	8	0,945	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	4	0,890	0,70	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ yang berarti setiap item pada variabel X1, X2, dan Y dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Statistic	Sig	Keterangan
0.142	0.028	Data berdistribusi normal

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26 (2023)

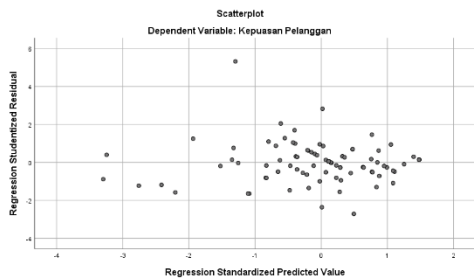
Uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai sig adalah 0.028 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,149	6,700	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,149	6,700	Tidak terjadi multikolinearitas

Uji Multikolinearitas diketahui nilai tolerance sebesar 0,149 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 6,700 lebih kecil dari 10.00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2

Grafik Scatterplot

Uji Heteroskedastisitas penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0, maka hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas.

Analisis Koefisien Kolerasi

Model Summary^b

Model	R				Std. Change Statistics				
	R	Sq	Adjust	Error of	R	F	d	d	Sig. F
Model	Change	ue	ed R	the	Square	Chan	f	f	Chan
del	R	e	Square	Estimate	Change	ge	1	2	ge
1	,879 ^a	,773	,769	1,54722	,773	165,377	2	9	,000

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26 (2023)

Uji koefisien kolerasi berganda diatas dapat dilihat bahwa nilai r adalah sebesar 0,879 sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dan

kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat.

Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,446	,923		,484	,630
	Kualitas Pelayanan	,118	,039	,381	3,046	,003
	Kualitas Produk	,262	,064	,515	4,118	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26 (2023)

$$Y = a + b1.x1 + b2.x2 + e$$

$$Y = 0,446 + 0.118 X1 + 0.262 X2 + e$$

Konstanta sebesar 0,446, artinya jika kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian (Y) nilainya adalah 0,446%

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,118 artinya jika variabel independent nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,118% . koefisien bernilai positif artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), semakin meningkat

kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Koefisien regresi pada variabel kualitas produk (X2) sebesar 0.262 artinya jika variabel independent nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.262. koefisien bernilai positif artinya kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 ^a	.773	1,547

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel diperoleh angka koefisien determinasi (adjusted R²) sebesar 0.769 atau 76.9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk X2 sebesar 0.773 atau 77.3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Angka tersebut termasuk dalam tingkat range antara 0.60 – 0.799 jika merujuk pada tabel Sugiyono (2013), maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara

variabel independent terhadap variabel dependen dalam penelitian ini termasuk kategori kuat.

Hasil Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.446	.923		.484	.630
	Kualitas Pelayanan	.118	.039	.381	3,046	.003
	Kualitas Produk	.262	.064	.515	4,118	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Pelanggan

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai t hitung dari X1 3,046 dan X2 4,118 lebih besar dari t tabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Atau dengan kata lain, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara. Dengan demikian Ho ditolak dan H1serta H2 diterima.

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	791,792	2	395,896	165,377	.000 ^b
	Residual	232,208	97	2,394		
	Total	1024,000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji F, diketahui nilai Fhitung sebesar 165,377 dimana nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($df_1 = 2, df_2 = 97, \alpha = 0.05$) sebesar 3.09 atau $165,377 > 3.09$. selain itu diketahui nilai sig. pada tabel ANOVA adalah 0.000 atau kurang dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting dalam perusahaan meningkatkan daya saing di era globalisasi saat ini, dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan menciptakan suatu kepuasan bagi para pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom dapat dilihat dari hasil uji T Parsial dengan arti H_1 diterima.. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk itu sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebuah kualitas produk dilambangkan sebagai jati diri dari perusahaan yang akan selalu melekat pada pelanggan, Jika produk yang jual sesuai dengan kebutuhan pelanggan maka akan menentukan bagaimana sebuah perusahaan dikenal dimata pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dan kualitas produk sama-sama mempunyai factor penting bagi perusahaan dalam mengembangkan atau mempertahankan nama baik di era globalisasi saat ini, maka dari itu semua perusahaan berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik dan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian ini juga, diketahui adanya pengaruh dan hubungan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara.

Hal ini juga sejalan dan didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Angely, G, Tampi, J. R., dan Mukuan, (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk.–Daihatsu Malalayang. Dengan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Keloay, G, Rumawas, W, dan Asaloei, S. (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. Dengan kesimpulan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara; (2) Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara; (3) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Telkom

Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara.

Refrensi

- Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey, Pearson Education Limited
- Tjiptono, Fandy. 2014 Pemasaran Jasa. Gramedia Cawang. Jakarta
- Raintung, R. N., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Glad Beauty Care Manado. *Productivity*, 2(2), 140-145.
- Ginting, F. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI).
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen Edisi 15 Global Edition* England: Pearson Education Limited
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7-12.
- Fadilah, N. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Food Truck di Yamaha Land Surabaya (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Angely, G, Tampi, J. R., dan Mukuan, D. D. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk.–Daihatsu Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis JAB*, 8(2), 51-59.

Keloay, G, Rumawas, W, dan Asaloei, S. 2019. Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS JAB*, 8(2), 26-33.