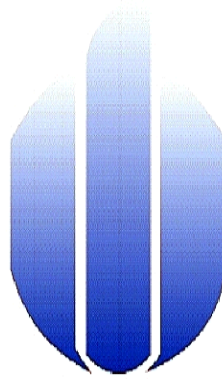


**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KONEKSI GPRS FLAT XPLOR DARI
PT. EXELCOMINDO PRATAMA (XL)**

Tugas Akhir

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri
Pada Fakultas Teknologi Industri



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Nama : Hanu Dwimaruto
Nim : 01600 – 010

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2007**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan teknologi yang pesat belakangan ini masyarakat Indonesia sangat membutuhkan akses internet yang murah, cepat, dan tanpa batas, karena Indonesia merupakan salah satu Negara yang masih mahal dalam soal biaya berlangganan internet. Ditambah lagi dengan keterpurukan masyarakat terhadap dunia teknologi yang dalam prakteknya masih sangat jauh tertinggal dengan Negara- Negara tetangga yang sudah memiliki akses internet murah bahkan ada yang gratis bagi masyarakatnya.

1.2. Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan yang muncul tentang akses koneksi gprs dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Kecepatan koneksi yang didapat oleh pelanggan sangat minim dan tidak stabil, apalagi pihak XL tidak menghiraukan atau mengabaikan ketidakstabilan koneksinya yaitu sering idle, sehingga mengganggu kerja pelanggan.
2. Pelayanan dari pihak XL pun cenderung menyulitkan, apalagi jika pelanggan merasa terganggu dengan koneksi gprs nya dan memberitahukan kepada pihak XL, tetapi tanggapan dan kinerjanya sangat lambat.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan analisa ini adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap koneksi gprs flat xplor dari PT.Exelcomindo pratama yang dilihat dari beberapa sub kuesioner yaitu tentang akses koneksi gprs, tentang pelayanan costumer service 818, tentang masalah idle download dan upload, tentang masalah untuk pairing dengan PC yang digunakan.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun berdasarkan suatu sistematika penulisan yang secara garis besar dapat digambarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisannya.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan konsep-konsep, teori-teori dan rumusan yang menunjang dalam pemecahan masalah. Serta penjelasan mengenai Jaringan - jaringan selular.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan inti-inti penelitian yang dilakukan dari tugas akhir ini

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Mengenai sejarah singkat perusahaan dan pengumpulan data dari responden dan pengolahan data-data tersebut dalam beberapa subkuesioner.

BAB V ANALISA DATA

Penganalisaan data yang telah diolah menjadi lebih spesifik lagi dan dalam bentuk persen dari setiap subkuesioner.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan menurut hasil perhitungan menyeluruh dari setiap subkuesioner yang telah diolah dan dianalisa,

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Sebenarnya konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara baik, maka perlu dipahami sebenarnya ada berbagai macam, antara lain :

Day (Tse dan Wilton 1988 : 204) Mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Fandy Tjiptono 1996 : 146).

Menurut (Engel, Et, Al. 1990 : 545), Mengucapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang tidak memenuhi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono 1996 : 146).

Menurut (Wilkie 1990 : 622) Mendefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. (Fandy Tjiptono 1996 : 146).

Dan menurut kotler (1994) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya. (Fandy Tjiptono 1996 : 147).

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu

pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran.

Dari beberapa definisi tersebut di atas, dapat dilihat adanya kesamaan antara definisi yang satu dengan yang lainnya, yaitu menyangkut komponen-komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah membeli produk atau jasa yang dibeli.

Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, pelanggan dapat memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum, jika kinerja dibawah harapan, pelanggan pastinya akan kecewa, dan jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas bahkan sangat puas.

Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, yaitu :

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi konsumen – konsumen yang lain.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan yang bersangkutan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata para pelanggannya.
6. Keuntungan yang diperoleh dapat meningkat.

Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Fandy Tjiptono

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi atau perusahaan yang berorientasikan pada pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan memberikan kotak saran, email dan lain-lain.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggannya. Pelanggan mungkin merasa bahwa keluhan mereka tidak berarti dan tidak akan ada penyelesaian.

2.2 Harapan dan Kepuasan Pelanggan

Banyak perusahaan yang gagal memuaskan kebutuhan pelanggan karena persepsi mereka atas keinginan konsumen jauh dari kenyataan. Hal ini bukan disebabkan karena perusahaan tidak peduli dengan kebutuhan konsumen, tetapi ada hal lain yang diperlukan.

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa factor, di antaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji – janji perusahaan dan para pesaing.

Faktor – faktor tersebutlah yang menyebabkan harapan seseorang biasa – biasa saja atau sangat kompleks. Tidak semua harapan pelanggan dapat terpenuhi.

2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan di Bidang Jasa

Pengertian Jasa

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa produksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Sukses suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola tiga aspek berikut :

1. Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan.
2. Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut.
3. Kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada karyawan.

Model kesatuan dari tiga aspek tersebut dikenal sebagai segitiga jasa, dimana sisi segitiga mewakili setiap aspek.

Kegagalan disuatu sisi menyebabkan segitiga roboh. Artinya, industri jasa tersebut gagal. Dengan demikian, pembahasan industri jasa meliputi perusahaan, karyawan serta pelanggan.

2.4 Kualitas Jasa

Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut : kualitas teknik (outcome), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri. Dan kualitas pelayanan (proses), yaitu kualitas cara penyampaian jasa tersebut.

Karena jasa tidak kasat mata serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, pelanggan berusaha

menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas teknik dan kualitas pelayanan.

Ada 10 kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu :

1. Keandalan (*reliability*)
2. Ketanggapan (*responsiveness*)
3. Kemampuan (*competence*)
4. Mudah diperoleh (*access*)
5. Keramahan (*courtesy*)
6. Komunikasi (*communication*)
7. Dapat dipercaya (*credibility*)
8. Keamanan (*security*)
9. Memahami pelanggan (*understanding*)
10. Bukti nyata (*tangibles*)

Kesepuluh dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut (Philip Kotler: 561) :

1. Ketanggapan, yaitu : kemampuan untuk menolong pelanggan dan kesediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
2. Keandalan, yaitu : Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Empati, yaitu : rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.
4. Jaminan, yaitu : pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
5. Bukti langsung, yaitu meliputi, fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tidak mengharuskan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dulu untuk memberikan penilaian.

- Nilai

Nilai didefinisikan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, yang berdasarkan pada persepsi pelanggan atas apa yang telah diterima oleh pelanggan dan yang telah diberikan oleh produk tersebut.

Yang dibutuhkan oleh pelanggan adalah pelayanan serta manfaat dari produk tersebut. Selain uang, pelanggan mengeluarkan waktu dan tenaga guna mendapatkan suatu produk. Kriteria nilai bagi pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :

$$\text{Nilai bagi pelanggan} = \frac{\text{Kualitas}}{\text{Biaya}} \times \frac{\text{Layanan}}{\text{Waktu}}$$

Walaupun suatu jasa berkualitas serta memuaskan pelanggan, namun belum tentu suatu produk bernilai bagi pelanggan itu. Semakin bernilai suatu produk, semakin bertambahlah kebutuhan pelanggan yang dapat dipenuhi oleh produk tersebut.

- Daya Saing

Suatu produk jasa maupun barang harus memiliki daya saing agar dapat menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa pelanggan.

Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut dibutuhkan oleh pelanggan. Keunggulan suatu produk jasa terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan produk jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Dengan demikian, suatu produk mempunyai daya saing bila keunikan serta kualitas pelayanannya disesuaikan dengan manfaat serta pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Manfaat suatu produk tergantung pada seberapa jauh produk tersebut memenuhi nilai-nilai yang dibutuhkan oleh pelanggan.

- Persepsi Pelanggan

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat indranya menjadi suatu makna. Meskipun demikian, makna dari proses persepsi tersebut juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan. Persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa berpengaruh

terhadap : Tingkat kepentingan pelanggan, kepuasan pelanggan dan nilai.

Faktor – faktor Kepuasan dan KetidakPuasan menurut Herzberg sebagai berikut : Faktor yang mengarah pada kepuasan meliputi presentasi, pengenalan, sifat itu sendiri yang hakiki, tanggung jawab, dan perkembangan. Sedangkan faktor yang mengarah pada ketidakpuasan meliputi kebijaksanaan dan administrasi perusahaan, supervisor teknis, gaji / upah, hubungan antar pribadi dengan supervisor, dan kondisi pekerjaan.

2.6 Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pendekatan ini, konsumen diminta memberikan penilaian atas masing-masing indikator produk jasa yang mereka nikmati (pada umumnya menggunakan skala Likert), yaitu dengan cara memberikan rating dari 1 (sangat tidak puas) sampai 5 (sangat puas). Selanjutnya, konsumen juga diminta memberikan penilaian atas produk atau jasa tersebut secara keseluruhan.

Skala Likert merupakan salah satu varian pendekatan semantic differential. Bentuknya lebih langsung dan responden diminta untuk memilih jawaban seperti : angka (5) untuk menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas, angka (4) puas, angka (3) netral, angka (2) tidak puas dan angka (1) sangat tidak puas.

Nilai yang diperoleh dari skala Likert ini dapat diperbandingkan dengan dua cara, yaitu: dibandingkan dengan nilai rata-rata atau dibandingkan secara keseluruhan. Skala Likert umumnya bersifat ordinal, sehingga apabila kita langsung menghitung rata-ratanya, interpretasi yang dihasilkan akan keliru. Untuk mengatasi skala ordinal pada skala Likert digunakan teknik suksesif, yaitu mentransfer nilai yang diperoleh dari skala Likert ke dalam bentuk interval, setelah itu menghitung nilai rata-ratanya. Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja perusahaan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan oleh perusahaan.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan huruf Y, dimana : X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

dimana : Tki =Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kepuasan perusahaan

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kepuasan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana \bar{X} = Skor rata-rata tingkat kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan

Konsep ini sebenarnya berasal dari konsep SERVQUAL. Intinya, sebagaimana dirasakan oleh para sarana, tingkat kepentingan pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi. Namun pada prakteknya, mengukur kepentingan pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah. Maka diagram kartesius ini (diagram tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan) merupakan suatu bangunan

yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titi-titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana

\bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada 10

faktor atau atribut. Seluruhnya ada K faktor dimana $K = 10$ Rumus selanjutnya adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K X_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K Y_i}{K}$$

Dimana K = Banyak nya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (dalam contoh soal ini $K = 10$)

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada gambar dibawah ini:

2.2 Diagram Kartesius

Keterangan :

Kuadran A :Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang ia harapkan.

Kuadran B : Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi.

Kuadran C : Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa.

Kuadran D : Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan.

2.7 Analisis Korelasi

Untuk memahami penerapan analisis korelasi, mari kita lihat suatu contoh hubungan antara dua variabel X dan Y .

1. X = Tingkat kepuasan pelanggan tentang pemahaman mutu pelayanan yang di terima/rasakan dari suatu perusahaan berkenaan dengan keberadaan (availability).
2. Y = Tingkat kepuasan menyeluruh dari pelanggan tentang pelayanan.

Pemahaman mutu tentang keberadaan diartikan sebagai, seberapa jauh pelanggan memahami perusahaan yang mampu menyediakan pelayanan pada saat pelanggan memerlukan. Misalnya nasabah suatu bank menghendaki agar kredit yang sudah disetujui jumlahnya segera dicairkan dalam tempo kurang dari satu minggu.

Kepuasan menyeluruh dengan pelayanan diartikan sebagai seberapa jauh pelanggan pada umumnya puas dengan cara pelanggan diperlukan oleh para karyawan perusahaan. Ukuran dikembangkan untuk mengakses dua variabel pada suatu skala lima butir, seperti 5, 4, 3, 2, 1 untuk perasaan sangat puas, puas, netral, tidak puas, sangat tidak puas. Nilai/skor yang

lebih tinggi berarti mewakili perasaan yang lebih puas.

Suatu persentase grafis yang disebut “scatter plot” atau “scatter diagram” menunjukkan hubungan dari dua variabel X dan Y ini. Hubungan X dan Y dapat dilihat Gambar 2.2. Seperti diharapkan, ada hubungan positif antara variabel X dan Y, hal ini ditandai dengan kenaikan nilai X yang diikuti oleh kenaikan nilai Y. Pelanggan yang memahami bahwa perusahaan dapat memberikan pelayanan pada saat diperlukan dengan cepat karena petugas selalu bersedia di tempat, akan tetapi TINGKAT kepuasan yang tinggi.

Hubungan dapat diringkas dengan menggunakan suatu garis lurus yang disebut suatu garis regresi, yang menunjukkan derajat hubungan antara X dan Y. Hubungan ini dapat dijelaskan dengan suatu persamaan ;

$$Y = a + bX + e = \text{rata-rata } Y + e, \text{ kalau } X = \text{rata-rata } X = a + bX$$

$$= Y \text{ topi} = \text{ramalan } Y$$

Dimana :

- a. = Bilangan konstanta sebagai titik potong
- b. = Koefisien regresi, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y kalau naik 1 unit
- e. = Kesalahan pengganggu yaitu kesalahan yang disebabkan adanya pengaruh dari faktor lain, selain X, akan tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

x. = Variable Independen atau yang mempengaruhi.

y. = Variabel dependen atau yang dipengaruhi.

$$r = \frac{\text{Jumlah Pelanggan}(\sum XiYi) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\text{Jumlah pelanggan}(\sum Xi^2) \sum Xi - \sqrt{\text{Jumlah pelanggan}(\sum Yi^2) - \sum Yi}}}$$

Dimana r = Korelasi

Nilai a merupakan nilai a kalau $X = 0$. b juga diartikan sebagai mewakili perubahan yang terjadi pada Y untuk perubahan dari X sebesar 1 unit. Nilai a dan b menggambarkan garis regresi linier.

Metode kuadrat kecil (least square method) ialah metode untuk menghitung a dan b sebagai perkiraan A dan B dalam persamaan $Y = A + BX + E$, sedemikian rupa sehingga $\sum e_i^2 = \sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2 = \text{minimum}$. Dengan menggunakan kalkulus :

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$b = \frac{n \sum XiYi - \sum Xi \sum Yi}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

2.6 Jaringan

1. AMPS dan NMT

Generasi Pertama telepon bergerak, yang mulai tersedia secara komersial di Amerika Serikat sejak Juli 1978, menggunakan sinyal analog. Cara kerjanya sebenarnya mirip radio FM/AM. Teknologi Analog ini mencakup antara lain, Advanced Mobile Phone Service (AMPS), Total Access Communication System (TACS), dan Nordic Mobile Telephone (NMT). Sebagian dari Anda mungkin masih mengingat bentuk telepon selular yang di tenteng kemana-mana.

Tetapi para insinyur juga mengetahui bahwa teknologi digital juga memiliki sejumlah keunggulan dibanding teknologi analog, termasuk kualitas suara yang lebih baik. Maka teknologi digital pun dikembangkan untuk mengganti teknologi analog. Ada dua jenis teknologi digital yang akhirnya diterima di seluruh dunia, yaitu Global System for Mobile Communication (GSM) dan Code Division Multiple Access (CDMA). Jika dari anda kebetulan bertanya-tanya mengapa huruf “C” dari kata “Communication” tidak dimasukkan kedalam “GSM” itu adalah karena nama asli kelompok yang bertanggung jawab untuk mengembangkan standar digital ini adalah “Groupe Speciale Mobile”.

2. CDMA dan GSM

Kedua Teknologi digital ini GSM dan CDMA menggunakan metode akses yang berbeda. GSM adalah standar yang diciptakan oleh sebuah kelompok yang melibatkan 26 perusahaan telepon bergerak di Eropa Barat, sedangkan CDMA dikembangkan sendiri oleh sebuah perusahaan Amerika Serikat bernama Qualcomm. Begitu standar GSM disahkan, jaringan GSM segera dibangun di berbagai Negara termasuk di Indonesia. Saat ini, menurut GSM Association, sudah dua milyar orang di seluruh dunia menggunakan telepon selular GSM. Jumlah ini hamper sepertiga dari total populasi Dunia.

Karena GSM menggantikan AMPS, teknologi ini dijuluki sebagai “Generasi Kedua”, walaupun tidak pernah secara resmi disebut demikian.

Seperti disinggung di atas, perkembangan teknologi tidak pernah berhenti. Seiring dengan populernya internet dan email, wireless application protocol (WAP) lalu diperkenalkan untuk memungkinkan pemakai telepon selular mengakses internet. Sayangnya kecepatan WAP sangatlah terbatas, padahal pelanggan juga menginginkan akses ke data di samping komunikasi suara dan teks. Untuk mengatasinya, sebuah standar baru lalu diperkenalkan, yaitu General Packet Radio

Service (GPRS).

3. GPRS

GPRS sering disebut “ Generasi Kedua Setengah”, atau 2.5G, karena untuk pertama kalinya teknologi ini menambahkan packet – switching dalam jaringan GSM yang circuit switching. Packet switch bekerja seperti internet, dimana data dikirimkan dalam paket-paket yang terpisah. GPRS dianggap teknologi interim dalam dalam transisi ke 3G.

Setelah GPRS, sebuah teknologi yang dinamakan Enhanced Data rates for GSM Evolution (EDGE) mulai ditawarkan oleh operator jaringan selular. EDGE memberikan kecepatan pengiriman data yang tiga kali lebih baik dari GPRS. Namun, EDGE juga belum dianggap 3G.

3G berbasis teknologi W-CDMA baru mendapatkan momentum di tahun 2004, hingga saat ini, lebih dari 105 jaringan 3G telah beroperasi secara komersial di 50 negara. Tetanga-tetangga kita Malaysia dan Singapura sudah memilikinya. Tidak lama lagi XL juga akan menyediakannya untuk Anda di Indonesia.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi langkah-langkah penelitian yang dilakukan dalam penyusunan tugas akhir ini, serta penjelasan-penjelasan dari awal pengerjaan hingga selesai dengan mengambil inti-inti pokoknya.

3.1 Identifikasi Masalah

Pokok permasalahan yang muncul tentang akses koneksi gprs dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

3. Kecepatan koneksi yang didapat oleh pelanggan sangat minim dan tidak stabil, apalagi pihak XL tidak menghiraukan atau mengabaikan ketidakstabilan koneksinya yaitu sering idle, sehingga mengganggu kerja pelanggan.
4. Pelayanan dari pihak XL pun cenderung menyulitkan, apalagi jika pelanggan merasa terganggu dengan koneksi gprs nya dan memberitahukan kepada pihak XL, tetapi tanggapan dan kinerjanya sangat lambat.

3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan analisa ini adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap koneksi gprs flat xplor dari PT.Exelcomindo pratama yang dilihat dari beberapa sub kuesioner yaitu tentang akses koneksi gprs, tentang pelayanan costumer service 818, tentang masalah idle download dan upload, tentang masalah untuk pairing dengan PC yang digunakan.

3.3 Studi Pustaka

Dilakukan untuk memperoleh teori-teori yang mendukung untuk menganalisis data yang telah diperoleh dan menyelesaikan permasalahan yang timbul sebagai acuan untuk menentukan tahapan pemecahan masalah.

3.4 Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model likert dan membagikan kuesioner-kuesioner kepada pelanggan xplor, pengisian form kuesioner ini terbagi menjadi dua yaitu secara langsung dan tidak langsung.

1. Secara langsung yaitu membagikan kuesioner secara tatap muka dan wawancara langsung lalu diisi kuesioner tersebut menurut keinginannya yang sebelumnya telah dijelaskan cara pengisiannya.
2. Secara tidak langsung yaitu melalui internet mulai dari forum-forum, chat, dan juga email.

Tentunya pengumpulan data atau pengisian kuesioner ini tidak sembarang orang dapat mengisinya tetapi hanya bagi pelanggan gprs flat xplor saja.

3.5 Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert,

1. Skala Likert merupakan salah satu varian pendekatan semantic differential. Bentuknya lebih langsung dan responden diminta untuk memilih jawaban seperti : angka (5) untuk menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas, angka (4) puas, angka (3) netral, angka (2) tidak puas dan angka (1) sangat tidak puas.
2. Nilai yang diperoleh dari skala Likert ini dapat diperbandingkan dengan dua cara, yaitu: dibandingkan dengan nilai rata-rata atau dibandingkan secara keseluruhan.
3. Pembuatan perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan terhadap perhitungan hasil rata-rata kusioner menyeluruh.
4. Pembuatan diagram kartesius tingkat kepuasan dan kepentingan.
5. Perhitungan korelasi antara hubungan kepuasan dan kepentingan.
6. Perhitungan Koefisien Determinasi (KD) untuk menghitung berapa persen tingkat kepuasan dan berapa persen sisanya yang menjadi faktor lain.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4. Gambaran Umum Perusahaan

4.1 Sejarah Dan Perkembangan PT Exelcomindo Pratama,Tbk

PT EXCELCOMINDO PRATAMA Tbk. (XL) memperoleh lisensi GSM 900 pada bulan September 1995. beroperasi secara komersial pada 8 Oktober 1996, menyediakan pelayanan jaringan GSM selular di Indonesia dengan menggunakan teknologi GSM 900 yang selanjutnya dilengkapi dengan teknologi 1800. Sejak itu, XL adalah perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon mobile di Indonesia.

XL merupakan kerja sama dari kolaborasi beberapa perusahaan lokal dan perusahaan-perusahaan asing, yang semuanya merupakan perusahaan ternama yang telah memiliki pengalaman lebih dalam industri telekomunikasi. Demikianlah, XL memperoleh sinerginya dari keahlian para pemegang saham dan keahlian khusus mereka.

Bisnis kami terdiri dari penyediaan suara, data, dan pelayanan tambahan selular lainnya. Kami mengoperasikan jaringan mengikuti lisensi GSM dari Menteri Komunikasi dan Informasi telah mengalokasikan dua spektrum band yang mengoperasikan jaringan GSM 900 dan GSM 1900.

Pada akhir Desember 2005 kami telah mendistribusikan 130 XL Center, sementara pada November 2005 jumlah XL Kita telah bertambah menjadi 22.006 yang tersebar di wilayah Indonesia. Beberapa pengecer juga turut serta menjual perdana dan voucher isi ulang kami. Pelanggan prabayar kami dapat memperoleh isi ulang elektronik pada setiap XL center dan outlet, mesin ATM pada bank-bank besar dan melalui call center kami. Kami juga menyediakan leased line dan pelayanan korporat yang termasuk Internet Service Provider (ISP) dan pelayanan Voice over Internet Protocol (VoIP).

Visi dan Misi

Visi

Menjadi penyedia jasa teknologi informasi dan komunikasi terpilih di seluruh Indonesia, baik bagi pelanggan individu

maupun kalangan bisnis.

Misi

Memberikan yang terbaik bagi pelanggan, baik dalam hal produk, layanan, teknologi dan value for money.

4.2 Pemegang Saham

(sejak 12 Juni 2006)

Indocel Holding Sdn. Bhd. (59,67%)

Perusahaan yang sebelumnya bernama Nynex Indocel Holding Sdn. Bhd. ini dimiliki 100% oleh TM International (L) Limited (“TMIL”) sejak pengakuisisian 23,1% saham PT Excelcomindo Pratama pada tanggal 11 Januari 2005. TM International (L) Limited termasuk salah satu penanam modal regional terkemuka pada perusahaan-perusahaan seluler di Sri Lanka, Bangladesh, Thailand, Kamboja, Malawi, Guinea dan Ghana. Perusahaan ini memiliki track record sebagai perusahaan yang memberi nilai tambah pada investasinya dan pendekatan yang terpusat pada pengembangan kemampuan tim manajemen lokal dan bekerjasama dengan tim lokal tersebut untuk mencapai posisi pasar dan profitabilitas yang tinggi.

Perusahaan ini juga merupakan anak perusahaan Telekom Malaysia Berhad (TM) yang khusus menangani investasi internasional. TM adalah salah satu perusahaan tercatat di bursa saham yang terbesar dan perusahaan telekomunikasi terkemuka dengan layanan telekomunikasi yang lengkap, yang menawarkan beragam solusi komunikasi untuk voice telephony, selular, layanan data, dan aplikasi multimedia. Berkembang secara terus-menerus, TM telah mendiversifikasi portfolio layanan dan produk dengan menyediakan fasilitas transmisi penyiaran, audio dan videoconferencing, jaringan yang dibuat sesuai pesanan, dan jasa konsultan.

Khazanah Nasional Berhad (16,81%)

Khazanah Nasional, yang didirikan pada 3 September 1993, adalah organisasi investasi milik pemerintah Malaysia, yang ditujukan untuk mengelola semua aset komersial yang dimiliki oleh pemerintah serta untuk menjalankan sejumlah investasi strategis.

Khazanah saat ini memiliki saham disejumlah perusahaan yang bergerak diberbagai bidang, seperti industri otomotif, semikonduktor, manajemen Bandar Udara, perkapalan, perbankan, industri baja, penyedia energi, industri penyiaran, infrastruktur, investment holding, pengembangan, dan pengelolaan pelabuhan, properti, elektronik, telekomunikasi, riset teknologi serta modal ventura.

PT Telekomindo Primabhakti (15,97%)

Telekomindo adalah sebuah perseroan terbatas yang didirikan di Indonesia pada tahun 1990. Telekomindo merupakan

anak perusahaan Rajawali Corporation, yang dipimpin oleh Peter Sondakh. Rajawali Corporation adalah salah satu perusahaan swasta terbesar di Indonesia yang memiliki bisnis telekomunikasi, hotel, kebutuhan konsumen, dan ritel.

AIF (Indonesia) Limited (7,38%)

AIF (Indonesia) Limited didirikan pada tahun 1995 di British Virgin Island, dan berada dibawah manajemen AIF Capital Limited, salah satu perusahaan pendanaan swasta terbesar di Asia yang bermarkas di Hong Kong.

Karyawan dan Publik (0,16%)

4.3 Jaringan dan Infrastruktur

Kapasitas dan Cakupan Geografis

Pada tahun 1997, kami membangun jaringan microcell secara kontinyu di kawasan bisnis Segitiga Emas Jakarta, meliputi Jl. Gatot Subroto, Jl. Rasuna Said dan Jl. Jend. Sudirman. Jaringan yang memanfaatkan kabel optik dan microcell ini, dirancang untuk transmisi layanan suara dan data berkualitas tinggi. Saat ini jaringan kami menyediakan kapasitas yang besar yang kami yakin memungkinkan kita untuk terus mengembangkan bisnis telekomunikasi selular kami di Jakarta tanpa membutuhkan investasi modal yang signifikan untuk tahun-tahun berikutnya dan akan mengizinkan kami menyediakan layanan leased line dan juga layanan ISP kepada pelanggan korporat.

Jaringan serat optik kami terdiri dari jaringan utama (backbone) sepanjang sisi kanan dan sisi kiri jalan kereta api dari Jawa Barat ke Surabaya, Jawa Timur, dan juga mencakup kota-kota besar lainnya di Jawa. Untuk menambah kapasitas kami bagi kelebihan dan mengatasi lalu lintas dalam kota yang padat di Jawa bagian Tengah atau Selatan, kami telah membangun empat jaringan yang berhubungan dengan jaringan utama (backbone). Serat optik utama di Jawa terdiri dari 72.144 dan 216 serat inti yang menggunakan synchronous digital hierarchy (SDH) untuk menghubungkan masing-masing poin sepanjang backbone dan kabel cincin. Dengan serat utama optik dan kapasitas microwave kami yang besar, kami dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan tanpa ketergantungan kepada jaringan yang dioperasikan oleh operator. Pada tanggal 30 September 2003, kami telah mendirikan sekitar 4.400 kilometer kabel jaringan optik.

Kami juga memanfaatkan sistem komunikasi berbasis satelit VSAT (Very Small Aperture Terminal) yang salah satu keunggulannya adalah kecepatan pembangunannya. Keunggulan inilah yang digunakan XL untuk mempercepat penetrasi pengembangan jaringan seluler XL ke seluruh Indonesia sementara jaringan utama (backbone) terestrialnya belum tersedia saat itu.

Saat ini kami mempunyai kabel bawah laut dengan kapasitas 2,5 gigabytes per detik dari Senggigi Lombok ke Sumbawa, Selatan Makassar dan dari Palu Sulawesi ke Sangata Kalimantan di Utara. Kabel bawah laut ini

menghubungkan jaringan Kalimantan dan Sulawesi ke jaringan utama optik Jawa kami, menambah kemampuan koneksi ke jaringan kami dan meminimalkan ketergantungan kami kepada kelompok lain.

Kami melakukan perbaikan penting pada jaringan dari tahun 2001 hingga 2003, memperpanjang cakupan wilayah-wilayah baru seperti Sumatera, Batam, Bintan, Kalimantan dan Sulawesi. Kami memilih wilayah-wilayah baru tersebut berdasarkan tingkat penetrasi yang rendah bagi pelanggan baru.

Jaringan dan Infrastruktur

Jaringan kami berbasis pada standar GSM 900. Kami juga menggunakan spektrum GSM 1800 untuk menambah kapasitas jaringan GSM di kota-kota yang berpopulasi padat seperti Jakarta, Bandung, Bali, dan Surabaya. Standar GSM 1800 digunakan sebagai lapisan atas GSM 900 yang sudah ada dan mengizinkan kita untuk menyediakan layanan suara dan data, khususnya bagi daerah yang berpopulasi padat. Berdasarkan teknologi yang digunakan sekarang, kami percaya bahwa bandwidth GSM 900 dan GSM 1800 kami cukup mendukung jumlah peningkatan pelanggan kami untuk tahun-tahun selanjutnya.

Dari tahap awal berjalannya jaringan kami, kami melokasikan base transceiver station (BTS) kepada semua jaringan agar lebih efisien. Pola jaringan kami juga memungkinkan kami untuk menggunakan dengan lebih baik bandwidth yang sudah ada tanpa harus mengorbankan kualitas jaringan. Kami juga menjelajahi frekuensi baru dengan menggunakan kembali teknik-teknik baru untuk menambah kapasitas jaringan kami dan telah melaksanakan fitur jaringan radio yang bervariasi untuk menjaga kualitas transmisi suara.

Prinsip-prinsip komponen jaringan kami adalah:

Base Transceiver Stations

Peralatan koneksi telepon mobile dengan system GSM

Base Stations Controllers

Peralatan untuk mengatur sumber radio seperti Base transceiver station

Mobile Switching Centers

Pusat pengontrol base station controller dan rute sambungan telepon

Home Location Registers

Pendaftaran profil masing-masing pelanggan dan pembaruan secara terus-menerus pada lokasi pelanggan dari jaringan kami.

4.4 Sejarah Penting

Berikut adalah sejarah penting dalam bisnis telekomunikasi kami:

1995

September 1995: Menerima lisensi alokasi spektrum GSM 900 dari Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi.

November 1995: XL diresmikan sebagai Perusahaan Telekomunikasi swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan jaringan telepon selular

1996 Oktober 1996: Memperoleh lisensi operasi GSM 900 dan meluncurkan layanan secara komersial GSM selular network yang berkonsentrasi pada wilayah Jakarta dan Bandung

November 1996: Memperluas cakupan wilayah jaringan sampai ke Surabaya

1997 1997: Menghubungkan jaringan terpadu microcell di kawasan business Segitiga Emas Jakarta

1998

April 1998: Meluncurkan logo proXL dan layanan prabayar

1999

Mei 1999: Membentuk Customer Relation Officer untuk melayani pelanggan premium paska bayar

Juni 1999: Meluncurkan jalur distribusi non tradisional

2000

Memperkenalkan Wireless Application Protocol (WAP)

September 2000: Memperluas jaringan ke Sumatra

Oktober 2000: Memperluas jaringan ke Batam

2001

2001: Wireless Application Protocol (WAP) telah digunakan

Januari 2001: Menerima alokasi spectrum GSM 1800

April 2001: Menyelesaikan serat optic utama (backbone)

Oktober 2001: Berhasil meraih 1.000.000 pelanggan

Oktober 2001: Meluncurkan M-Banking, M-Fun, dan website korporat www.excelcom.co.id

2002 2002: Menghadirkan divisi layanan korporat XLnet, kemudian menjadi Business Solutions

Juli 2002: Memperpanjang cakupan wilayah hingga Kalimantan dan Sumatera

Agustus 2002: Meluncurkan Life In Hand

Agustus 2002: Meluncurkan layanan e-Reload

November 2002: Memperpanjang cakupan wilayah hingga Sulawesi

November 2002: Menyempurnakan proses transfer dari pra-bayar menjadi Convergence Billing System

November 2002: Memulai bisnis penyewaan sambungan dan Internet Protocol (IP).

November 2002: Mengembangkan jaringan distribusi antara lain Dealer Eksklusif, XL-Shop, XL- Kita, dan e-Reload (electronic reload system)

2003

Februari 2003: Meresmikan XL Palembang

Februari 2003: Memulai Pembangunan Fase I - Instalasi Kabel Bawah Laut XL

Februari 2003: Telah mengembangkan jaringan selular nirkabel diseluruh wilayah Indonesia

April 2003: Meresmikan XL Lampung

Mei 2003: Meresmikan XL Pekanbaru

Mei 2003: Meluncurkan operasi XL Jambi

Mei 2003: Menerapkan Tarif Regional

Juni 2003: Meluncurkan Paket Hemat 'Hemat Bicara - SMS'

Juni 2003: Menyelesaikan transfer data Prabayar pelanggan ke system tagihan integrasi yang baru

September 2003: Meluncurkan layanan GPRS - MMS

Oktober 2003: Meluncurkan Perdana Bening 58.000 dengan slogan 'Bening Sepanjang Nusantara'

Oktober 2003: Menerbitkan obligasi rupiah sebesar Rp. 1.25 triliun.

2004

Januari 2004: Menerbitkan obligasi dolar sebesar US\$ 350 juta.

Januari 2004: Melakukan program inovatif dan program pengembangan yang berfokus pada pelanggan

Maret 2004: Kampanye XL Serba Ringan

Juni 2004: Program pembaharuan merk dagang XL (re-branding)

Agustus 2004: Peluncuran kartu XL jempol dan bebas

Oktober 2004: peluncuran kartu XL Xplor

Desember 2004: Mengaktifkan program SMS5000 untuk program Peduli Aceh

2005

Februari 2005: Menggalang dana untuk Aceh Tetap Sekolah melalui pertandingan sepak bola antara pemain sepak bola legendaris dunia dengan pemain sepak bola Indonesia

Maret 2005: menon-aktifkan SMS 5000, dengan dana terkumpul sebesar Rp. 1.217 milyar.

April 2005: Peluncuran kartu bebas X

Mei 2005: Peresmian XL Center yang ke-100 di Palu, Sulawesi Tengah.

Juni 2005: Peluncuran Ring Back Tone – Nada Tungguku.

Juli 2005: Grup band Peterpan resmi sebagai duta bebas dari XL.

5 September 2005: XL melakukan penawaran umum perdana saham-sahamnya melalui Initial Public Offering (IPO).

29 September 2005: Pencatatan saham PT Excelcomindo Pratama di Bursa Efek Jakarta menandai dimulainya perdagangan saham XL ke publik.

Oktober 2005: XL melakukan uji coba layanan 3G dengan video conference multiparty pertama di Indonesia yang melibatkan Jakarta, Bandung, Bali, dan Malaysia.

Oktober 2005: XL menjadi anak perusahaan dari TM

4.5 Jajaran Manajemen

Jajaran Direktur :

Presiden Direktur

- (untuk sementara lowong)

Direktur

- Rudiantara

- Jaffa Sany bin Md Ariffin

- Joris de Fretes

- Hilmi bin Mohd Yunus

- Muhammad Buldansyah

- Md Nasir Ahmad

- P. Nicanor V. Santiago III

Jajaran Komisaris :

Presiden Komisaris

- YBhg Tan Sri Dato' Ir. Muhammad Radzi Haji Mansor

Komisaris

- Yusof Annuar Yaacob
- Peter Chambers
- YB Datuk Nur Jazlan bin Tan Sri Mohamed
- Rosli bin Man
- Bazlan bin Osman
- Abdul Farid Alias

Komisaris Independen :

- Jend. (Purn.) Wismoyo Arismunandar
- Ir. Tjahjono Soerjodibroto, MBA
- YBhg Dato' Mohamad Norza bin Haji Zakaria

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



Adalah tanggung jawab kita bersama untuk selalu peduli pada sesama, pada masalah-masalah sosial yang terjadi di sekeliling kita, serta pada mereka yang membutuhkan bantuan dan uluran tangan kita. XL sebagai salah satu perusahaan yang terus mengembangkan cakupan jaringannya di Indonesia turut peduli pada hal-hal demikian.

Dalam payung Corporate Social Responsibility (XL care), XL menjalankan berbagai aktivitas sosial yang dilakukan atas inisiatif perusahaan atau melalui kerjasama dengan pihak lain. Tanpa kita sadari, bantuan sekecil apapun yang kita berikan akan memberikan makna yang begitu besar bagi mereka.

4.6 Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini dibagi menjadi dua yaitu secara langsung atau dialog langsung dengan pelanggan dan secara langsung pelanggan tersebut mengisi kuesioner yang diberikan, sedangkan yang kedua dengan mengirimkan email kepada para pelanggan Xplor dan juga melalui forum – forum Internet di Indonesia, serta melalui fasilitas Yahoo Messenger

(YM).

Kuesioner disusun dengan metode penskalaan/format tipe Likert, Karena hal ini memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan. Format tipe Likert ini mempunyai prosedur penskalaan di mana pada ujung sebelah kiri (dengan angka rendah) menggambarkan suatu jawaban yang negatif sedangkan ujung kanan (dengan angka besar) menggambarkan yang positif.

Kuesioner ini ditujukan atau diberikan kepada pelanggan akses data (internet) xl corporate atau xplor, dimana kuesioner ini dibagi menjadi 4 poin atau halaman, yaitu masing – masing tentang : Akses Koneksi GPRS, Pelayanan Customer Service (CS) 818, Masalah idle, download dan upload, serta Perangkat untuk pairing dengan PC (Personal Computer) yang digunakan.

Tabel 4.1. Contoh Format Jawaban Tipe Likert

| | | | | |
|------------------------------|------------------------|---------------|------------------|-------------------------|
| SangatTidakPenting (1) | Tidak Penting (2) | Netral (3) | Penting (4) | SangatPenting (5) |
| SangatTidak Baik/Puas (1) | Tidak Baik/Puas (2) | Netral (3) | Baik/Puas (4) | Sangat Baik/Puas (5) |

4.7 Pengolahan Data

| No | PERNYATAAN | KEPUASAN | | | | | | KEPENTINGAN | | | | | | Tingkat |
|----|--|----------|----|---|----|-----|-------|-------------|----|---|----|-----|-------|----------------|
| | | SB | B | N | TB | STB | BOBOT | SP | P | N | TP | STP | BOBOT | Kesesuaian (%) |
| 1 | Apakah koneksi internet xplor sangat membantu dalam usaha Anda | 11 | 35 | - | 4 | - | 203 | 19 | 29 | - | 2 | - | 215 | 94.41 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|----|----|----|----|-----|----|----|----|---|---|-----|--------|
| 2 | Bagaimana menurut Anda tentang idle dari koneksi gprs xplor | - | 5 | - | 24 | 21 | 89 | 28 | 18 | 1 | 1 | 2 | 219 | 40.63 |
| 3 | Pada jam – jam sibuk koneksi sering lambat bagaimana menurut Anda | - | 3 | 1 | 23 | 23 | 84 | 31 | 19 | - | - | - | 231 | 36.36 |
| 4 | Apakah pihak XL telah maksimal memberikan pelayanan gprs nya | 2 | 19 | 6 | 18 | 5 | 145 | 13 | 26 | 6 | 3 | 1 | 194 | 74.74 |
| 5 | Apakah mahal menurut Anda tagihan gprs xplor corporate tiap bulannya | 1 | 39 | 3 | 7 | - | 184 | 4 | 39 | 2 | 5 | - | 192 | 95.83 |
| 6 | Apakah wajar koneksi terputus sewaktu download | 1 | - | 1 | 16 | 32 | 72 | 40 | 7 | 3 | - | - | 437 | 16.47 |
| 7 | Speed koneksi dekat dengan BTS mempengaruhi | 8 | 22 | 16 | 3 | 1 | 177 | 14 | 10 | 15 | 8 | 3 | 174 | 101.72 |

Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Dalam Akses Koneksi GPRS

Perhitungan nilai bobot sebagai berikut contoh untuk tabel di atas pada koneksi internet xplor sangat membantu dalam usaha Anda = $11 \times (5) + 35 \times (4) + 4 \times (2) = 55 + 140 + 8 = 203$. Sedangkan untuk nilai Bobot kepentingan pelanggan terhadap koneksi internet xplor sangat membantu dalam usaha Anda = $19 \times (5) + 29 \times (4) + 2 \times (2) = 95 + 116 + 4 = 215$

Perhitungan Untuk tingkat kesesuaian (%) adalah :

$$= \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

Untuk Apakah koneksi internet xplor sangat membantu dalam usaha Anda, memiliki tingkat kesesuaian sebesar

$$= \frac{203}{215} \times 100 \% = 94.41 \%$$

Tabel 4.3 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Akses Koneksi GPRS Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

| NO | PERNYATAAN | Penilaian Kepuasan (X) | Penilaian Kepentingan (Y) | X | Y |
|----|--|------------------------|---------------------------|-------------|-------------|
| 1 | Apakah koneksi internet xplor sangat membantu dalam usaha Anda | 203 | 215 | 4.06 | 4.3 |
| 2 | Bagaimana menurut Anda tentang idle dari koneksi gprs xplor | 89 | 219 | 1.78 | 4.38 |
| 3 | Pada jam – jam sibuk koneksi sering lambat bagaimana menurut Anda | 84 | 231 | 1.68 | 4.62 |
| 4 | Apakah pihak XL telah maksimal memberikan pelayanan gprs nya | 145 | 194 | 2.9 | 3.88 |
| 5 | Apakah mahal menurut Anda tagihan gprs xplor corporate tiap bulannya | 184 | 192 | 3.68 | 3.84 |
| 6 | Apakah wajar koneksi terputus sewaktu download | 72 | 437 | 1.44 | 8.74 |
| 7 | Speed koneksi dekat dengan BTS mempengaruhi | 177 | 174 | 3.54 | 3.48 |
| | Rata-rata (X, Y) | | | 2.72 | 4.74 |

Bobot Nilai untuk tingkat kepuasan yang sudah didapat pada tabel 4.2 di atas, di jadikan penilaian kepuasan (X) dan untuk bobot kepentingan dijadikan penilaian kepentingan (Y). Selanjutnya dilakukan perhitungan rata – rata dari X dan Y tersebut, dengan cara :

Diketahui : Jumlah Responden (n) = 50

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{203}{50} = 4.06 \quad \bar{Y} = \frac{215}{50} = 4.3$$

Dimana \bar{X} = Skor rata-rata tingkat kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Kemudian, setelah dilakukan perhitungan tersebut, maka dilakukan rata-rata dari nilai X dan Y tersebut, dengan cara :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^K X_i}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^K Y_i}{K}$$

$$\bar{\bar{X}} = \frac{19.04}{7} = 2.72 \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{33.18}{7} = 4.74$$

K adalah atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, K = 7 atribut/faktor.

Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Dalam Pelayanan Customer Service (CS) 818 Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

| No | PERNYATAAN | KEPUASAN | | | | | | KEPENTINGAN | | | | | Tingkat Kesesuaian (%) | |
|----|--------------------------------------|----------|----|---|----|-----|-------|-------------|----|---|----|-----|------------------------|-------|
| | | SB | B | N | TB | STB | BOBOT | SP | P | N | TP | STP | | BOBOT |
| 1 | Bagaimana pelayanan 818 menurut anda | 10 | 33 | 4 | 3 | - | 200 | 16 | 33 | - | 1 | - | 214 | 93.45 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|----|----|---|----|---|-----|----|----|---|---|---|-----|--------|
| 2 | CS cepat tanggap melayani anda ketika anda membutuhkan | 9 | 24 | 2 | 15 | - | 177 | 19 | 31 | - | - | - | 219 | 80.82 |
| 3 | CS bersedia mendengarkan keluhan-keluhan anda | 13 | 27 | - | 10 | - | 193 | 14 | 34 | - | 1 | 1 | 209 | 92.34 |
| 4 | Anda memperoleh perlakuan baik, sopan dan tidak berlebihan dari pelayanan CS | 10 | 31 | 3 | 5 | - | 193 | 13 | 35 | 1 | 1 | - | 180 | 107.22 |
| 5 | Mutu pelayanan CS | 10 | 27 | 2 | 11 | - | 186 | 17 | 31 | 1 | 1 | - | 214 | 86.91 |

Tabel 4.5 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Pelayanan Customer Service (CS) 818 Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

| NO | PERNYATAAN | Penilaian Kepuasan (X) | Penilaian Kepentingan (Y) | X | Y |
|----|--|------------------------|---------------------------|------|------|
| 1 | Bagaimana pelayanan 818 menurut anda | 200 | 214 | 4 | 4.28 |
| 2 | CS cepat tanggap melayani anda ketika anda membutuhkan | 177 | 219 | 3.54 | 4.38 |
| 3 | CS bersedia mendengarkan keluhan-keluhan anda | 193 | 209 | 3.86 | 4.18 |
| 4 | Anda memperoleh perlakuan baik, sopan dan tidak berlebihan dari pelayanan CS | 193 | 180 | 3.86 | 3.6 |

| | | | | | |
|---|------------------------|-----|-----|-------------|-------------|
| 5 | Mutu pelayanan CS | 186 | 214 | 3.72 | 4.28 |
| | Rata-rata (X,Y) | | | 3.79 | 4.14 |

Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Dalam Masalah idle, download, dan upload Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

| No | PERNYATAAN | KEPUASAN | | | | | | BOBOT | KEPENTINGAN | | | | | BOBOT | Tingkat |
|----|---|----------|----|---|----|-----|-----|-------|-------------|---|----|-----|----------------|-------|---------|
| | | SB | B | N | TB | STB | SP | | P | N | TP | STP | Kesesuaian (%) | | |
| 1 | Tidak ada masalah dengan download / upload di atas 5 MB | - | 24 | 2 | 24 | 7 | 157 | 20 | 29 | - | 1 | - | 218 | 72.01 | |
| 2 | Tidak ada masalah dengan download / upload diatas 10 MB | - | 4 | - | 22 | 24 | 84 | 17 | 26 | - | 7 | - | 203 | 41.37 | |
| 3 | Idle dalam 1 Jam koneksi lebih dari 2 kali | - | 4 | - | 33 | 13 | 95 | 22 | 27 | - | 1 | - | 220 | 43.18 | |
| 4 | Idle dalam 1 Jam koneksi lebih dari 4 – 5 kali | - | 3 | - | 21 | 26 | 80 | 29 | 20 | - | 1 | 1 | 228 | 35.08 | |
| 5 | Solusi diatas dengan disconnecting | 29 | 16 | 2 | - | 3 | 218 | 27 | 22 | - | - | 1 | 224 | 97.32 | |

Tabel 4.7 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Masalah idle, download, dan upload Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

| NO | PERNYATAAN | Penilaian Kepuasan (X) | Penilaian Kepentingan (Y) | X | Y |
|-----------|---|-------------------------------|----------------------------------|-------------|-------------|
| 1 | Tidak ada masalah dengan download / upload di atas 5 MB | 157 | 218 | 3.14 | 4.36 |
| 2 | Tidak ada masalah dengan download / upload diatas 10 MB | 84 | 203 | 1.68 | 4.06 |
| 3 | Idle dalam 1 Jam koneksi lebih dari 2 kali | 95 | 220 | 1.9 | 4.4 |
| 4 | Idle dalam 1 Jam koneksi lebih dari 4 – 5 kali | 80 | 228 | 1.6 | 4.56 |
| 5 | Solusi diatas dengan disconnecting | 218 | 224 | 4.36 | 4.48 |
| | Rata-rata (X,Y) | | | 2.53 | 4.37 |

Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Dalam Perangkat untuk pairing dengan PC yang digunakan Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

| No | PERNYATAAN | KEPUASAN | | | | | | KEPENTINGAN | | | | | | Tingkat |
|----|---|----------|----|----|----|-----|-------|-------------|----|----|----|-----|-------|----------------|
| | | SB | B | N | TB | STB | BOBOT | SP | P | N | TP | STP | BOBOT | Kesesuaian (%) |
| 1 | HP dengan Bluetooth akan stabil koneksinya | 5 | 26 | 12 | 7 | - | 160 | 5 | 25 | 10 | 10 | - | 175 | 91.42 |
| 2 | HP dengan Infrared akan stabil koneksinya | 1 | 17 | 10 | 19 | 3 | 144 | 4 | 24 | 10 | 8 | 4 | 166 | 86.74 |
| 3 | HP dengan USB akan stabil koneksinya | 21 | 22 | 5 | 2 | - | 212 | 25 | 19 | 5 | - | 1 | 217 | 97.69 |
| 4 | Menggunakan Modem GSM akan stabil koneksinya | 14 | 18 | 15 | 3 | - | 193 | 10 | 18 | 14 | 6 | 2 | 178 | 108.42 |
| 5 | Apakah semua perangkat di atas berpengaruh terhadap koneksi | 15 | 33 | 2 | - | - | 213 | 12 | 35 | 2 | 1 | - | 208 | 102.4 |

Tabel 4.9 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Perangkat untuk pairing dengan PC yang digunakan, Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

| NO | PERNYATAAN | Penilaian Kepuasan (X) | Penilaian Kepentingan (Y) | X | Y |
|----|--|------------------------|---------------------------|-----|-----|
| 1 | HP dengan Bluetooth akan stabil koneksinya | 160 | 175 | 3.2 | 3.5 |

| | | | | | |
|---|---|-----|-----|-------------|-------------|
| 2 | HP dengan Infrared akan stabil koneksinya | 144 | 166 | 2.88 | 3.32 |
| 3 | HP dengan USB akan stabil koneksinya | 212 | 217 | 4.24 | 4.34 |
| 4 | Menggunakan Modem GSM akan stabil koneksinya | 193 | 178 | 3.86 | 3.56 |
| 5 | Apakah semua perangkat di atas berpengaruh terhadap koneksi | 213 | 208 | 4.26 | 4.16 |
| | Rata-rata (X,Y) | | | 3.68 | 3.77 |

DIAGRAM KARTESIUS TINGKAT KEPUASAN – KEPENTINGAN

:
(
:
:
:
:
:
:
:
:
:

Gambar 4.1 Diagram Kartesius Dalam Akses Koneksi GPRS Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

1. Pada kuadran A diagram kartesius Akses Koneksi GPRS (Gambar 4.1) terlihat kepentingan sangat menonjol tinggi (1.44, 8.74) yaitu pada kewajaran koneksi lost atau terputus pada saat download, ini merupakan hal yang sangat penting bagi pelanggan, tetapi pihak perusahaan tidak pernah atau mungkin disengaja memotong kuota yang ada dari akses internetnya agar bandwidth tidak terlalu tinggi,
2. Pada kuadran B tidak ada yang artinya pada akses koneksi gprs ini tidak ada kepuasan yang tinggi dan juga tidak ada kepentingan yang tinggi
3. kuadran C adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa, (1.68, 4.62) pada Jam-jam sibuk koneksi sering lambat, juga pada

(1.78, 4.38) yaitu idle atau terputusnya koneksi dari koneksi internet.

4. Pada kuadran D adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Yaitu pada (2.9, 3.88) Apakah pihak XL telah maksimal memberikan pelayanan GPRS nya, (3.54, 3.48) Kecepatan atau speed dekat dengan BTS (base transmission service) mempengaruhi, (3.68, 3.84) Mahal atau tidaknya tagihan gprs flat Xplor perbulannya, dan (4.06, 4.3) Apakah koneksi Internet Xplor sangat membantu dalam usaha Anda.

:
:
(
:
:
|
:
:
|
|
:
:

Gambar 4.2 Diagram Kartesius Dalam Pelayanan Customer Service (CS) 818 Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

1. Kuadran A adalah kepentingan tinggi tetapi kepuasan pelanggan masih rendah atau pelayanan belum menyentuh kepuasan pelanggan pada (3.54, 4.38) CS cepat tanggap melayani ketika pelanggan membutuhkan bantuan, dan (3.72, 4.28) mutu pelayanan Customer Service
2. Kuadran B Yaitu tingkat kepentingan dan kepuasan sudah sangat tinggi yaitu pada (3.86, 4.18) CS bersedia mendengarkan keluhan-keluhan anda, dan (4, 4.28) Pelayanan 818 menurut pelanggan.
3. Pada kuadran C tidak ada yang menunjukkan kepentingan rendah tidak ada dan kepuasan rendah pun tidak ada.
4. Dan pada kuadran D yaitu faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan adalah (3.86, 3.6) perolehan perlakuan baik, sopan dan tidak berlebihan dari pelayanan CS.

⋮
⋮
(
⋮
|
⋮
|
⋮
|
⋮
|
⋮

Gambar 4.3 Diagram Kartesius Dalam Masalah idle, download, dan upload Pada PT.EXELCOMINDO PRATAMA

1. Kuadran A dengan kepentingan yang menurut pelanggan tinggi tetapi tingkat kepuasan masih jauh dari harapan yaitu pada (1.6, 4.56) Idle dalam satu jam koneksi lebih dari 4 – 5 kali, dan (1.9, 4.4) Idle dalam satu jam koneksi lebih dari 2 kali, Masalah Idle ini sangat penting bagi pelanggan tetapi penanggulangan dari pihak XL sepertinya tidak ada dan ada kemungkinan idle tersebut merupakan permainan dari pihak XL terhadap pelanggan GPRS FLAT nya.
2. Pada Kuadran B Merupakan faktor – faktor yang menurut pelanggan penting dan juga dengan tingkat kepuasan tinggi adalah pada (4.36, 4.48) Solusi tersebut jika idle dengan disconnection atau mengulang koneksi.
3. Pada kuadran C dimana wilayah dari faktor – faktor yang masuk merupakan sedikit kepentingannya dan kepuasannya juga tidak terlalu istimewa adalah pada (1.68, 4.06) Tidak ada masalah dengan download atau upload file di atas 10 MB (Mega Byte), Pada Kuadran
4. D yaitu faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan adalah (3.14, 4.36) Tidak ada masalah dengan download / upload diatas 5 Mb (Megabyte).

3. Pada kuadran C dimana wilayah dari faktor – faktor yang masuk merupakan sedikit kepentingannya dan kepuasannya juga tidak terlalu istimewa adalah pada (2.88, 3.32) HP dengan Infrared akan setabil koneksinya, dan (3.2, 3.5) HP dengan Bluetooth akan setabil koneksinya.
4. Pada kuadran D Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan adalah pada (3.86, 3.56) Menggunakan GSM Modem akan setabil koneksinya.

BAB V

ANALISA DATA

5.1 Interpretasi Data

5.1.1 Interpretasi Data Dalam Akses Koneksi GPRS Pada PT. EXELCOMINDO PRATAMA

Pada pengukuran dari beberapa poin tentang Akses Koneksi GPRS PT. Exelcomindo Pratama yang mana poin – poin tersebut merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan dan dituntut adanya perbaikan, jika sudah baik maka pelanggan mengharapkan adanya lebih perbaikan dan konsekuensi terhadap poin yang sudah dianggap puas oleh pelanggan. Dari perhitungan yang didapat dalam kepuasan pelanggan terhadap Akses Koneksi GPRS yaitu hasil akhir

berupa Diagram Kartesius yang menentukan titik – titik dimana kepuasan dan ketidakpuasan terdapat pada titik yang berbeda pada kuadran A, B, C, dan D.

Pada kuadran A diagram kartesius Akses Koneksi GPRS (Gambar 4.1) terlihat kepentingan sangat menonjol tinggi (1.44, 8.74) yaitu pada kewajaran koneksi lost atau terputus pada saat download, ini merupakan hal yang sangat penting bagi pelanggan, tetapi pihak perusahaan tidak pernah atau mungkin disengaja memotong kuota yang ada dari akses internetnya agar bandwidth tidak terlalu tinggi, sedangkan pada kuadran B kosong, lanjut ke kuadran C adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa, (1.68, 4.62) pada Jam-jam sibuk koneksi sering lambat, juga pada (1.78, 4.38) yaitu idle atau terputusnya koneksi dari koneksi internet. Pada kuadran D adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Yaitu pada (2.9, 3.88) Apakah pihak XL telah maksimal memberikan pelayanan GPRS nya, (3.54, 3.48) Kecepatan atau speed dekat dengan BTS (base transmission service) mempengaruhi, (3.68, 3.84) Mahal atau tidaknya tagihan gprs flat Xplor perbulannya, dan (4.06, 4.3) Apakah koneksi Internet Xplor sangat membantu dalam usaha Anda.

5.1.2 Interpretasi Data Dalam Pelayanan Costumer Service (CS) 818 Pada PT. EXELCOMINDO PRATAMA

Analisis dari diagram kartesius dalam pelayanan costumer service yang dihubungi melalui HP pada pelanggan xplor di nomor 818, Kuadran A adalah kepentingan tinggi tetapi kepuasan pelanggan masih rendah atau pelayanan belum menyentuh kepuasan pelanggan pada (3.54, 4.38) CS cepat tanggap melayani ketika pelanggan membutuhkan bantuan, dan (3.72, 4.28) mutu pelayanan Customer Service, Kuadran B Yaitu tingkat kepentingan dan kepuasan sudah sangat tinggi yaitu pada (3.86, 4.18) CS brsedia mendengarkan keluhan-keluhan anda, dan (4, 4.28) Pelayanan 818 menurut pelanggan, pada kuadran C tidak ada, dan pada kuadran D yaitu faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan adalah (3.86, 3.6) perolehan perlakuan baik, sopan dan tidak berlebihan dari pelayanan CS.

5.1.3 Interpretasi Data Dalam Masalah idle, Download dan Upload pada PT. EXELCOMINDO PRATAMA

Analisis dari diagram kartesius dalam masalah yang sangat-sangat mewabah bagi pengguna atau pelanggan gprs xplor yaitu masalah idle, download dan upload yang hanya di beri kuota sedikit sehingga koneksi terputus (idle) dan

memerlukan re-connection ulang untuk tetap mengakses gprs xplor, pada kuadran A dengan kepentingan yang menurut pelanggan tinggi tetapi tingkat kepuasan masih jauh dari harapan yaitu pada (1.6, 4.56) Idle dalam satu jam koneksi lebih dari 4 – 5 kali, dan (1.9, 4.4) Idle dalam satu jam koneksi lebih dari 2 kali, Masalah Idle ini sangat penting bagi pelanggan tetapi penanggulangan dari pihak XL sepertinya tidak ada dan ada kemungkinan idle tersebut merupakan permainan dari pihak XL terhadap pelanggan GPRS FLAT nya. Pada Kuadran B Merupakan faktor – faktor yang menurut pelanggan penting dan juga dengan tingkat kepuasan tinggi adalah pada (4.36, 4.48) Solusi tersebut jika idle dengan disconnection atau mengulang koneksi. Pada kuadran C dimana wilayah dari faktor – faktor yang masuk merupakan sedikit kepentingannya dan kepuasannya juga tidak terlalu istimewa adalah pada (1.68, 4.06) Tidak ada masalah dengan download atau upload file di atas 10 MB (Mega Byte), Pada Kuadran D yaitu faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan adalah (3.14, 4.36) Tidak ada masalah dengan download / upload diatas 5 Mb (Megabyte).

5.1.4 Interpretasi Data Dalam Perangkat Untuk pairing dengan PC yang di gunakan dalam Akses Koneksi GPRS PT. EXELCOMINDO PRATAMA

Analisis dari diagram kartesius dari perangkat untuk pairing dengan PC (personal Computer) dalam mengakses koneksi gprs flat xplor. Pada kuadran A dengan kepentingan yang menurut pelanggan tinggi tetapi tingkat kepuasan masih jauh dari harapan adalah kosong, pada kuadran B Merupakan faktor – faktor yang menurut pelanggan penting dan juga dengan tingkat kepuasan tinggi adalah pada (4.24, 4.34) HP dengan USB akan setabil koneksinya, dan (4.26, 4.16) Apakah semua perangkat seperti infrared, bluetooth, usb, GSM Modem akan mempengaruhi terhadap konektifitas gprs xplor. Pada kuadran C dimana wilayah dari faktor – faktor yang masuk merupakan sedikit kepentingannya dan kepuasannya juga tidak terlalu istimewa adalah pada (2.88, 3.32) HP dengan Infrared akan setabil koneksinya, dan (3.2, 3.5) HP dengan Bluetooth akan setabil koneksinya. Pada kuadran D Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan adalah pada (3.86, 3.56) Menggunakan GSM Modem akan setabil koneksinya.

5.2 Analisis Korelasi

Koefisien korelasi ialah suatu nilai untuk mengukur kuatnya hubungan antara tingkat kepuasan (X) dan tingkat kepentingan (Y). Besarnya nilai r antara – 1 sampai dengan 1 kalau nilai r =

- $r < 0.5$, Hubungan X dan Y lemah (+) atau (-)
- $0.5 < r < 0.75$, Hubungan X dan Y sedang atau cukup kuat (+) atau (-)

- $0.75 < r < 0.90$, Hubungan X dan Y kuat (+) atau (-)
- $0.90 < r < 1$, Hubungan X dan Y sangat kuat (+) atau (-)
- $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna (+) atau (-)
- $r = 0$, X dan Y tidak berhuban atau hubungan sangat lemah.

Penguat hubungan antara kepuasan pelanggan dan kepentingan perusahaan dapat dilihat dalam koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 5.1 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Akses Koneksi GPRS Pada PT. EXELCOMINDO PRATAMA

| No | \bar{X} | \bar{Y} | X.Y | X ² | Y ² |
|---------------|--------------|--------------|---------------|----------------|-----------------|
| 1 | 4.06 | 4.3 | 17.458 | 16.4836 | 18.49 |
| 2 | 1.78 | 4.38 | 7.7964 | 3.1684 | 19.1844 |
| 3 | 1.68 | 4.62 | 7.7616 | 2.8224 | 21.3444 |
| 4 | 2.9 | 3.88 | 11.252 | 8.41 | 15.0544 |
| 5 | 3.68 | 3.84 | 14.1312 | 13.5424 | 14.7456 |
| 6 | 1.44 | 8.74 | 12.5856 | 2.0736 | 76.3876 |
| 7 | 3.54 | 3.48 | 12.3192 | 12.5316 | 12.1104 |
| Jumlah | 19.08 | 33.24 | 83.304 | 59.032 | 177.3168 |

$$Y = a + b x$$

$$b = \frac{n \sum \bar{X} \cdot \bar{Y} - \sum \bar{X} \cdot \sum \bar{Y}}{n \sum \bar{X}^2 - (\sum \bar{X})^2}$$

$$b = \frac{7 \cdot 83.304 - 19.08 \cdot 33.24}{7 \cdot 59.032 - 364.0464}$$

$$= -1.03$$

$$a = \bar{\bar{Y}} - b \bar{\bar{X}}$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum Y}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{33.24}{7} = 4,74$$

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum X}{K} \quad \bar{\bar{X}} = \frac{19.08}{7} = 2,72$$

$$a = 4.74 - (-1.03)(2.72)$$

$$= 4.74 + 2.8016$$

$$= 7.54$$

$$Y = 7.54 + (-1.03) X$$

$$r(\bar{X}, \bar{Y}) = \frac{n \sum \bar{X} \cdot \bar{Y} - \sum \bar{X} \cdot \sum \bar{Y}}{\sqrt{[n \sum \bar{X}^2 - (\sum \bar{X})^2] [n \sum \bar{Y}^2 - (\sum \bar{Y})^2]}}$$

$$r = \frac{7 \sum 83.304 - \sum 19.08 \cdot \sum 33.24}{\sqrt{[7 \sum 83.304 - (19.08)^2] \cdot [7 \sum 177.3168 - (33.24)^2]}}$$

$$r = \frac{583.128 - 634.2192}{\sqrt{[413.224 - (364.0464)] \cdot [241.2176 - 1104.8976]}}$$

$$r = \frac{-51.0912}{\sqrt{49.1776 \times 136.32}} = \frac{-51.0912}{81.87} = -0.62$$

Hasil dari perhitungan pada Akses koneksi gprs koefisien korelasi di dapat korelasinya adalah $r = -0.62$ sehingga hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan sangat lemah, yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap Akses Koneksi gprs yang di adakan oleh XL.

Tabel 5.2 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Pelayanan Customer Service (CS) 818 Pada PT.

EXELCOMINDO PRATAMA

| No | X | Y | X.Y | X ² | Y ² |
|---------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|
| 1 | 4 | 4.28 | 17.12 | 16 | 18.3184 |
| 2 | 3.54 | 4.38 | 15.5052 | 12.5316 | 19.1844 |
| 3 | 3.86 | 4.18 | 16.1348 | 14.8996 | 17.4724 |
| 4 | 3.86 | 3.6 | 13.896 | 14.8996 | 12.96 |
| 5 | 3.72 | 4.28 | 15.9216 | 13.8384 | 18.3184 |
| Jumlah | 18.98 | 20.72 | 78.5776 | 72.1692 | 86.2536 |

$$Y = a + b x$$

$$b = \frac{n \sum \bar{X} \cdot \bar{Y} - \sum \bar{X} \cdot \sum \bar{Y}}{n \sum \bar{X}^2 - (\sum \bar{X})^2}$$

$$b = \frac{5 \cdot 78,5776 - 18,98 \cdot 20,72}{5 \cdot 72,1692 - 360,2404}$$

$$= -0,62$$

$$a = \bar{\bar{Y}} - b \bar{\bar{X}}$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum Y}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{20.72}{5} = 4,14$$

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{K} \quad \bar{X} = \frac{18.98}{5} = 3.79$$

$$a = 4.14 - (-0.62)(3.79) \\ = 6.48$$

$$y = 6.48 + (-0,62) X$$

$$r(X, Y) = \frac{n \sum X.Y - \sum X . \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r = \frac{5 \sum 78,5776 - \sum 18,98 . \sum 20,72}{\sqrt{[5.72,1692 - (18,98)^2] . [5 \sum 86,2536 - (20,72)^2]}}$$

$$r = \frac{392,888 - 393,2656}{\sqrt{[360,846 - (360,2404)] . [431,268 - 429,3184]}}$$

$$= -0,34$$

Hasil dari perhitungan pada resepsionis koefisien korelasi di dapat korelasinya adalah $r = -0,34$, dalam pelayanan Costumer Service 818 ini hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan lemah, menyebabkan pelanggan merasa tidak cukup puas.

Tabel 5.3 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Masalah Idle, Download dan Upload Pada PT.

EXELCOMINDO PRATAMA

| No | X | Y | X.Y | X ² | Y ² |
|---------------|--------------|--------------|-------------|----------------|----------------|
| 1 | 3.14 | 4.36 | 13.6904 | 9.8596 | 19.0096 |
| 2 | 1.68 | 4.06 | 6.8208 | 2.8224 | 16.4836 |
| 3 | 1.9 | 4.4 | 8.36 | 3.61 | 19.36 |
| 4 | 1.6 | 4.56 | 7.296 | 2.56 | 20.7936 |
| 5 | 4.36 | 4.48 | 19.5328 | 19.0096 | 20.0704 |
| Jumlah | 12.68 | 21.86 | 55.7 | 37.8616 | 95.7172 |

$$Y = a + b x$$

$$b = \frac{n \sum \bar{X} \cdot \bar{Y} - \sum \bar{X} \cdot \sum \bar{Y}}{n \sum \bar{X}^2 - (\sum \bar{X})^2}$$

$$b = \frac{5 \cdot 55,7 - 12,68 \cdot 21,86}{5 \cdot 37,8616 - 160,7824}$$

$$= 0,046$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{K} \quad \bar{Y} = \frac{21,86}{5} = 4,37$$

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{K} \quad \bar{X} = \frac{12,68}{5} = 2,53$$

$$a = 4,37 - (0,046)(2,53)$$

$$= 4,25$$

$$Y = 4,25 + 0,046 X$$

$$r(\bar{X}, \bar{Y}) = \frac{n \sum X \cdot Y - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r = \frac{5 \sum 55,7 - \sum 12,68 \cdot \sum 21,86}{\sqrt{[5 \sum 37,8616 - (12,68)^2] \cdot [5 \sum 95,7172 - (21,86)^2]}}$$

$$r = \frac{278,5 - 277,1848}{\sqrt{[189,308 - (160,7824)] \cdot [478,586 - 477,8596]}}$$

$$= 0,28$$

Hasil dari perhitungan pada resepsionis koefisien korelasi di dapat korelasinya adalah $r = 0,28$, dalam masalah Idle,

Download dan Upload ini hubungan antara tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan lemah, menyebabkan pelanggan merasa tidak cukup puas.

Tabel 5.4 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Perangkat Untuk Pairing dengan PC yang Digunakan Untuk Akses Internet Pada PT. EXELCOMINDO PRATAMA

| No | X | Y | X.Y | X ² | Y ² |
|----|------|------|--------|----------------|----------------|
| 1 | 3.2 | 3.5 | 11.2 | 10.24 | 12.25 |
| 2 | 2.88 | 3.32 | 9.5616 | 8.2944 | 11.0224 |

| | | | | | |
|---------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|
| 3 | 4.24 | 4.34 | 18.4016 | 17.9776 | 18.8356 |
| 4 | 3.86 | 3.56 | 13.7416 | 14.8996 | 12.6736 |
| 5 | 4.26 | 4.16 | 17.7216 | 18.1476 | 17.3056 |
| Jumlah | 18.44 | 18.88 | 70.6264 | 69.5592 | 72.0872 |

$$Y = a + b x$$

$$b = \frac{n \sum \bar{X} \cdot \bar{Y} - \sum \bar{X} \cdot \sum \bar{Y}}{n \sum \bar{X}^2 - (\sum \bar{X})^2}$$

$$b = \frac{5 \cdot 70,6264 - 18,44 \cdot 18,88}{5 \cdot 69,5592 - 340,0336}$$

$$= 0,64$$

$$a = \bar{\bar{Y}} - b \bar{\bar{X}}$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum Y}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{18,88}{5} = 3,77$$

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum X}{K} \quad \bar{\bar{X}} = \frac{18,44}{5} = 3,68$$

$$a = 3,77 - (0,64)(3,68)$$

$$= 1,41$$

$$Y = 1,41 + 0,64 X$$

$$r(X, Y) = \frac{n \sum \bar{X} \cdot \bar{Y} - \sum \bar{X} \cdot \sum \bar{Y}}{\sqrt{[n \sum \bar{X}^2 - (\sum \bar{X})^2] [n \sum \bar{Y}^2 - (\sum \bar{Y})^2]}}$$

$$r = \frac{5 \sum 70,6264 - \sum 18,44 \cdot \sum 18,88}{\sqrt{[5 \sum 70,6264 - (18,44)^2] \cdot [5 \sum 72,0872 - (18,88)^2]}}$$

$$r = \frac{353,132 - 348,1472}{\sqrt{[347,796 - (340,0336)] \cdot [360,436 - 356,4544]}}$$

$$= 0,89$$

Hasil dari perhitungan pada resepsionis koefisien korelasi di dapat korelasinya adalah $r = 0,89$, dalam Perangkat Untuk Pairing dengan PC ini hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan adalah kuat, akses yang digunakan sama yaitu koneksi gprs yang tentunya membutuhkan sebuah device atau perangkat yang akses ke komputer nya bermacam-macam, tapi pelanggan sudah cukup puas dengan perangkat yang ada dan sering

diperbincangkan.

5.3 Koefisien Determinasi (KD)

Satu langkah penting dalam analisis regresi ialah menentukan betapa baiknya garis mewakili data. Artinya kita ingin menentukan bagaimana garis regresi cocok dengan data yang akan dianalisis. Kecocokan ini kita tentukan dengan indeks person yang disebut koefisien determinasi r^2 , yang nilainya berkisar antara 0 sampai dengan 1. Indeks person ini mendekati 1 kalau data dekat sekali di sekitar garis regresi, indeks person akan mendekati 0 kalau data menyebar menjauh garis regresi. Rumus koefisien Determinasi sebagai berikut :

Perhitungan korelasi determinasi :

1. Pada Akses Koneksi GPRS sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$

$$= (- 0.62)^2 \times 100 \%$$

$$= 0.3844 \times 100 \% = 38.44 \%$$

Koefiesien determinasi diartikan X sebagai tingkat kepuasan pelanggan dan Y sebagai tingkat kepentingan. Ini berarti , bahwa tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan sebesar = 38,44 %, sisanya 61,56 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan, ini merupakan ketidakpuasan.

2. Pada Pelayanan Costumer Service 818 sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$

$$= (- 0,34)^2 \times 100 \%$$

$$= 0,1156 \times 100 \% = 11,56 \%$$

Ini berarti , bahwa tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan hanya sebesar = 11,56 %, sisanya 88,44 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

3. Pada Idle, Download dan Upload sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$

$$= (0,28)^2 \times 100 \%$$

$$= 0,0784 \times 100 \% = 7,84 \%$$

Ini berarti , bahwa tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan hanya sebesar = 7,84 %, sisanya 92,16 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

4. Pada Perangkat pairing dgn PC yang digunakan sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$

$$= (0,89)^2 \times 100 \%$$

$$= 0,7921 \times 100 \% = 79,21 \%$$

Ini berarti , bahwa tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan sebesar = 79,21 %, sisanya 20,79 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang saya dapat dari hasil perhitungan terhadap kuesioner yang saya berikan kepada 50 responden pelanggan internet gprs flat xplor dari PT. EXELCOMINDO PRATAMA, hasil menyeluruh dari empat sub-kuesioner yang saya dapatkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap produk internet ini sangat jauh dari batas puas, yaitu :

- 1. Pada Akses koneksi gprs** hanya 38,44 %, sisanya 61,56 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan, tidak lebih dari 50 % dari 50 reponden. Hal ini perlu perbaikan – perbaikan yang signifikan pada segala bidang yang menyangkut tentang akses pelanggan terhadap ISP (Internet Service Provider) nya yaitu XL, dan juga mengapa pelanggan masih saja tetap berlangganan internet dengan kualitas seperti ini, jawabannya adalah pada value yang ditawarkan serta dengan mobilitas tinggi user (pelanggan) dapat mengakses internet bila masih berada di jaringan XL.
- 2. Pada Pelayanan Costumer Service 818** yang hanya sebesar 11,56 %, sisanya 88,44 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sehingga menyebabkan ketidakpuasan. 50 Responden menangkap hanya 11,56 % pelanggan puas, sisanya tidak puas, perlakuan ini sebenarnya sangat mengurangi jumlah pelanggan, karena disaat pelanggan membutuhkan bantuan pasti yang pertama mereka hubungi adalah di nomor 818, prioritas utama pelanggan berdialog langsung ISP (Internet Service Provider) nya adalah di 818 ini.
- 3. Pada Pada Idle, Download dan Upload** yang hanya sebesar 7,84 %, sisanya 92,16 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan. Pada Masalah ini juga pelanggan merasa puas tidak lebih dari 10 %. Masalah idle atau koneksi terputus ini merupakan masalah utama penyebab download dan upload terganggu karena koneksi terputus (idle) pada saat mendownload atau mengupload file dengan besar tertentu. Di forum – forum internet telah dibahas banyak tentang bagaimana cara menghilangkan idle gprs xl ini dengan bermacam – macam cara, tetapi tak satu pun yang berhasil dari mulai percobaan yang saya lakukan hingga komentar pelanggan lainnya, yang intinya idle ini disebabkan oleh pembatasan batas quota dari bandwidth XL, jd jika pelanggan telah sampai batas quota sekian maka otomatis koneksinya akan idle, pendapat lain mengungkapkan bahwa penyebab idle ini bukan quota tetapi masalah IP Address acak, jadi setiap pelanggan yang memulai koneksi akan mengganggu pelanggan lain yang telah konek terlebih dahulu, pendapat – pendapat ini masih simpang siur kebenarannya dan hingga saat ini gprs xl masih saja idle.
- 4. Pada Perangkat pairing dgn PC (Personal Computer).** yang hanya sebesar 79,21 %, sisanya 20,79 %,

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan. Dari keempat sub kuesioner perangkat pairing inilah yang jumlah kepuasannya lebih dari 50 % karena pelanggan pasti membutuhkan perangkat GSM untuk akses koneksi GPRS ini, dari mulai Bluetooth, infrared, Usb, dan GSM modem, pelanggan merasa perangkat tersebut tidak berpengaruh terhadap koneksi yang didapat, tetapi dapat juga memperbaiki hanya sedikit kecepatan koneksi agar lebih stabil.

Responden banyak memilih lebih baik menggunakan usb, karena dalam kenyataannya koneksi kabel lebih baik daripada nirkabel atau tanpa kabel, responden juga ada yang memilih usb modem tetapi hanya sedikit, memang lebih simpel dan koneksi lebih stabil tetapi terbentur di harga yang masih lebih tinggi dibandingkan dengan handphone yang sudah memiliki fitur modem, bluetooth, infrared sekalipun.

6.2 Saran

Kepada pihak XL selaku penyelenggara alangkah baiknya memberikan perbaikan dari segala bidang dengan berkala dan juga mendengarkan keluhan – keluhan pelanggannya tanpa hanya mementingkan rekor jumlah user terbanyak di Indonesia. Dari Operator – Operator besar di Indonesia XL sudah lebih baik dibidang telekomunikasinya, tetapi dari sisi pelanggannya tentu masih saja ada kekurangan – kekurangan yang sebaiknya diperhatikan juga dari pihak XL.

Banyak komunitas – komunitas di internet yang menyebutkan layanan internet mobile (bergerak) yang paling murah adalah layanan XL GPRS Flat ini, walaupun begitu kelemahan-kelemahannya juga harus diperhatikan dan diperbaiki, jadi kepuasan dan kesetiaan pelanggan akan terus-menerus dan bertambah, mengingat koneksi internet di negeri tercinta ini sangat mahal padahal Internet adalah ilmu dan segalanya terdapat di Internet, tetapi akses untuk mendapatkan koneksi Internet yang murah merupakan mimpi bagi masyarakat Indonesia seakan-akan Rakyat Indonesia tidak diberikan peluang untuk berkembang dengan para pesaing yang rata-rata dari negeri seberang.

PT.EXELCOMINDO PRATAMA kini telah menjalin kerjasama dibidang internet mobile (berjalan) yang unlimited mulai dari CBN, D-link, dan lainnya ini membuktikan komitmen XL terhadap bisnis komunikasinya, tetapi seharusnya kelemahan – kelemahan yang terdapat pada koneksi dan pelayanan di tingkatkan agar para pelanggan merasa puas dengan jasanya. Kecepatan koneksi GPRS hanya maksimal sebesar 64 kbps atau sebesar 8 K Bytes/second, tetapi kecepatan rendah seperti ini lumayan di akses buat browsing dan download seperlunya dan juga untuk satu komputer kecepatan akan lebih stabil dibandingkan dengan pencabangan dua komputer, tetapi yang menjadi permasalahan disini adalah koneksi nya sering lost atau terputus (idle), permasalahan ini samapai detik ini masih menjadi tanda tanya kenapa pihak XL tidak pernah

memperbaiki sistemnya atau mungkin disengaja ? hal itu masih menjadi tanda tanya sampai sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

Ranguti Freddy, "*Measuring Customer Satisfaction*", "*Teknik Mengukur dan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2003.

Dajan Anto, "*Pengantar Metode Statistik*" Jilid I LP3ES, Jakarta 1975.

Supranto J Prof, MA, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*", PT. Rineka Cipta, Jakarta 1997.

....."www.xl.co.id".