

Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Plasa Telkom Yogyakarta

Tri Wijayanto

Abstrak

Salah satu kemudahan yang ditawarkan oleh berbagai jasa telekomunikasi adalah melalui pelayanan yang berbasis *online* melalui *website* maupun aplikasi dengan mendownload di *google playstore* ataupun *apps store*. Dengan adanya pelayanan online ini bisa mempermudah pelanggan dalam melakukan semua transaksi dan bisa diakses kapan saja dimana saja. Pelayanan online ini konsumen bisa melakukan pembayaran, pembelian produk atau melakukan komplek tanpa harus datang ketempat jasa telekomunikasi secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen pada Plasa Telkom Yogyakarta.

Sembilan komponen *e-service quality*, kemudahan penggunaan, desain situs atau aplikasi, kehandalan, ketersediaan sistem, privasi, responsivitas, empati, pengalaman, dan kepercayaan diuji bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. 100 orang pelanggan Plasa Telkom Yogyakarta yang pernah menggunakan aplikasi *My Indihome* ataupun pernah melakukan transaksi secara *online* diminta untuk berpartisipasi dengan cara mengisi kuesioner penelitian ini. Data yang didapatkan melalui kuesioner ini dinyatakan reliabel dan valid setelah di uji dengan uji reliabilitas dan uji validitas.

Penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana menunjukkan bahwa *e-service quality* mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana semakin baik *e-service quality* maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Secara teoritis penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan riset pemasaran di era moderen, khususnya berkaitan dengan evaluasi konsumen atas *e-service quality* yang dilaksanakan oleh pemasar. Penelitian ini juga memberikan landasan bagi para pemasar untuk dapat mengembangkan konsep *e-service quality* yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, Kepuasan Konsumen, *E-Commerce*, *E-Marketing*.

Abstract

One of the conveniences offered by various telecommunication services is through online-based services through websites and apps by downloading on google playstore or apps store. With the existence of this online service can facilitate customers in doing all transactions and can be accessed anytime anywhere. This online service consumers can make payments, purchase products or do complain without having to come to place telecommunications services directly. This study aims to examine the effect of e-service quality on customer satisfaction in Plasa Telkom Yogyakarta.

Nine components of e-service quality, ease of use, site design or application, reliability, system availability, privacy, responsiveness, empathy, experience, and trust are tested how it affects customer satisfaction. 100 customers of Plasa Telkom Yogyakarta who have used My Indihome application or have done online transaction are asked to participate by filling out this research questionnaire. The data obtained through this questionnaire declared reliable and valid after the test with the reliability test and validity test.

This research using simple linear regression method shows that e-service quality influence consumer satisfaction, where the better e-service quality will be higher the level of consumer satisfaction. Theoretically this research contributes to the development of marketing research in the modern era, especially with regard to consumer evaluation of e-service quality executed by marketers. This study also provides a foundation for marketers to be able to develop the concept of e-service quality that can improve customer satisfaction.

Keywords: *E-Service Quality, Consumer Satisfaction, E-Commerce, E-Marketing.*