

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN T-CASH PT. TELKOMSEL  
BRANCH KHATIB SULAIMAN PADANG**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan  
(DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya**



**ARIFIN AHMAD**

**NIM. 15134010/2015**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2018**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS TENGGAT KEPUASAN PELANGGAN T-CASH PT,  
TELKOMSEL BRANCH KATIB SULAIMAN PADANG**

**Nama** : Arifin Ahmad  
**NIM/TM** : 15134010/2015  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

Padang, 12 November 2018

Diketahui Oleh,  
Koordinator Program Diploma III  
Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh,  
Pembimbing Tugas Akhir



**Firman, SE, M.Sc**  
NIP.19800206 200312 1 004



**Dr. Susi Eyanita, MS**  
NIP. 19630608 198703 2 002

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**




**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN T-CASH PT.  
TELKOMSEL BRANCH KATIB SULAIMAN PADANG**

**Nama** : Arifin Ahmad  
**NIM/TM** : 15134010/2015  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program  
Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Padang.*

Padang, 12 November 2018

**Tim penguji**

<b>Nama</b>		<b>Tanda Tangan</b>
<b>Dr. Susi Evanita, MS</b>	(Ketua)	
<b>Halkadri Fitra, SE, MM, Ak</b>	(Anggota)	
<b>Thamrin, S.Pd, MM</b>	(Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arifin Ahmad  
Tahun Masuk/NIM : 2015/15134010  
Tempat/Tanggal Lahir : Padang/10 Juli 1997  
Program Studi : Diploma III  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl.Jawa Dalam II No 14  
Judul Tugas Akhir : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan T-CASH  
PT Telkomsel Branch Khatib Sulaiman Padang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan lain kecuali arahan dari pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 12 November 2018

Yang menyatakan



Arifin Ahmad

NIM : 15134010/2015

## **ABSTRAK**

**Arifin Ahmad/15134010 : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Tcash  
PT. Telkomsel Branch Padang**

**Pembimbing : Dr. Susi Evanita, MS**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Tcash Telkomsel Padang pada PT. Telkomsel Branch Padang. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Tcash Telkomsel di Padang. Bentuk penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Tcash Telkomsel yang berjumlah sebanyak 31 responden.

Dari hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan konsumen pada pelanggan Tcash Telkomsel Padang dengan hasil skor rerata 3.884 dan tingkat capaian responden dengan 77.68% yang termasuk dalam kategori jawaban puas.

**Kata Kunci: Tingkat Kepuasan Pelanggan**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir penelitian dengan judul ”**Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan T-Cash PT. Telkomsel Branch Khatib Sulaiman Padang**”.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Susi Evanita, MS selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing, memotivasi, untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
2. Bapak Halkadri Fitra, SE, MM, Ak dan Bapak Oki Trinanda, SE, MM sebagai penguji yang telah memberikan kritikan dan saran untuk penyempurnaan penulisan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku dosen pembimbing akademik penulis
4. Pimpinan Jurusan, dosen dan staff D3 Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
5. Teristimewa kepada ayahanda tercinta Bapak Armen dan Ibunda tersayang Ibu Elly Nurhayati, yang tidak kenal lelah dan penuh kesabaran dalam mendidik penulis sedari kecil. Terima kasih Papa dan Mama atas doa yang tak pernah putus dan segala pengorbanan yang ada.

6. Kak Ghina Egi , Muhammad Gafur ,Jossy Fadilla yang telah memberi *support* yang besar sampai Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik
7. Rekan-rekan seperjuangan dan untuk keluarga besar D3 Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Arbimes, Nadya terima kasih telah menemani dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih belum sempurna sehingga sangat membutuhkan kritik dan saran yang konstruktif dan relevan agar Tugas Akhir ini bisa menjadi layak. Sebelumnya penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan dan semoga ini bisa memberikan manfaat yang positif untuk para pembaca.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb***

Padang, Oktober 2018

ARIFIN AHMAD

## **DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Masalah	5
D. Manfaat Penelitian	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Pengertian Kepuasan Konsumen	7
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi kepuasan Konsumen	8
C. Ciri-ciri Kepuasan Konsumen	10
D. Elemen Kepuasan Konsumen	10
E. Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	11
F. Indikator Kepuasan Konsumen	12
<b>BAB III BENTUK PENELITIAN</b>	
A. Bentuk Penelitian	14
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	14
C. Rancangan Penelitian	14

1. Jenis Penelitian	14
2. Populasi	15
3. Sampel	15
4. Objek Penelitian	16
5. Sumber Data/ Instrumen/ Responden	16
6. Instrument Penelitian	17
D. Teknik Analisis Data	17
E. Jenis dan Sumber Data	17
F. Instrumen Penelitian	18
G. Teknik Analisis Data	18
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Profil Perusahaan	21
1. Gambaran Umum Perusahaan PT. Telkomsel	21
2. Visi dan Misi PT. Telkomsel	22
3. Logo Telkomsel dan Tcash	22
4. Pembahasan Struktur Organisasi PT. Telkomsel	24
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	26
1. Deskriptif Karakteristik Responden	26
2. Hasil Pengolahan Data	31
3. Pembahasan	33
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan	37
B. Saran	37

<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	39
<b>LAMPIRAN</b>	40

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 : Daftar Skor Jawaban Setiap Skor Pertanyaan	18
Tabel 2 : Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	27
Tabel 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	29
Tabel 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengguna Tcash	30
Tabel 7 : Indikator Kepuasan Pelanggan Tcash Telkomsel	31

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 : Jumlah Pelanggan Operator Seluler 2016	3
Gambar 2 : Logo Telkomsel	22
Gambar 3 : Logo Tcash	23

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kusioner Penelitian

Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Frekuensi TCR

Lampiran 4 : Surat Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dalam dunia usaha menjadi semakin ketat dengan munculnya berbagai macam produk baru yang kreatif dan inovatif. Strategi yang tepat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mempertahankan produknya atau bahkan mengalahkan produk pesaing. Seiring dengan berkembangnya teknologi, manusia terpacu untuk melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan hidupnya. Inovasi tersebut sudah mulai masuk ke ranah transaksi ekonomi yang terjadi ditengah masyarakat.

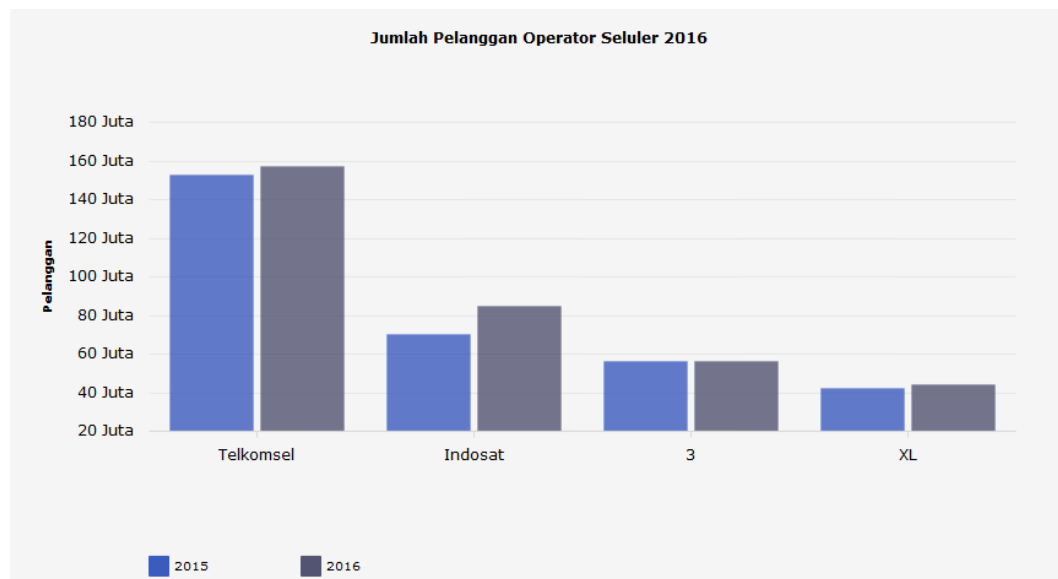
Transaksi ekonomi yang dulu berawal dari sistem barter kini berubah menjadi sistem uang yang menggunakan uang sebagai nilai ukur harga dari suatu barang. Namun sistem uang yang terjadi di masyarakat dinilai masih ada kekurangan, keadaan yang demikian membuat manusia semakin terpacu untuk membuat inovasi-inovasi baru untuk memberikan solusi dalam masalah tersebut.

Pada saat ini, beberapa masyarakat terlalu berlebihan dalam menggunakan ponsel miliknya. Dimana pun dan kemana pun individu tersebut berada tidak akan lepas dengan ponselnya. Ditambah lagi sekarang ini sudah memasuki era *smartphone*, sehingga banyak yang bisa dilakukan dalam satu genggam saja. Penetrasi penggunaan *smartphone* dengan teknologi canggih di kalangan masyarakat Indonesia kian meningkat.

Berbagai layanan yang berkembang makin membuat masyarakat nyaman melakukan berbagai hal dari sentuhan layar ponselnya. Penyedia layanan operator selular melakukan berbagai macam inovasi untuk memanjakan para pelanggan. Menyadari bahwa ponsel merupakan alat yang selalu dibawa oleh masyarakat selain dompet, maka para pelaku bisnis melakukan inovasi dengan menggabungkan fungsi ponsel dengan dompet.

Dengan ide tersebut, muncullah layanan *mobile wallet*. *Mobile wallet* adalah suatu bentuk terbaru dari pembayaran elektronik. *Mobile wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai jenis transaksi, baik itu pembayaran, pembelian barang atau jasa, transfer dan layanan lainnya melalui ponsel mereka. Layanan ini dimaksudkan untuk memenuhi pelanggan yang menginginkan adanya layanan non tunai. Sehingga ponsel dapat berfungsi layaknya penyedia uang yang siap untuk digunakan dengan cara yang mudah, cepat, dan aman.

Dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh *mobile wallet*, layanan ini sangat menarik sebagai alternatif pembayaran dan pendapatan bagi operator. Akan tetapi, operator selular harus melengkapi layanan ini dengan bekerja sama dengan banyak merchant dan memperketat keamanan transaksi. Diantara berbagai layanan *mobile wallet* yang kini ada, T-Cash merupakan produk yang menarik untuk diteliti karena beberapa alasan. T-Cash merupakan layanan *mobile wallet* pertama di Indonesia dan diluncurkan oleh Telkomsel. Selain itu Telkomsel juga merupakan operator selular yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di Indonesia.



*Gambar 1 : Jumlah Pelanggan Operator Seluler 2016*  
*Sumber: databoks.katadata.co.id*

Pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa penggunaan operator selular pada tahun 2015 menunjukkan layanan provider Telkomsel berjumlah 150 juta pengguna, layanan provider Indosat berjumlah 68,5 juta pengguna, dan layanan provider XL berjumlah 52,1 juta pengguna dan pada tahun 2016 menunjukkan peningkatan layanan provider Telkomsel dan Indosat dari tahun 2015 tetapi tetap telkomsel masih diatas rata-rata dari provider lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa sangat tingginya ketertarikan konsumen dalam memilih layanan provider Telkomsel. Sehingga konsumen pun memiliki ketertarikan dalam memutuskan pilihan layanan *mobile wallet* yang digunakan pada provider Telkomsel yakni layanan *mobile wallet* T-Cash.

T-Cash merupakan layanan keuangan digital dari Telkomsel berupa uang elektronik (*e-money*). Layanan yang dicakup oleh T-Cash di antaranya adalah pengiriman uang, isi pulsa, belanja daring (*online*), pembayaran tagihan, transaksi jual-beli, dan penarikan uang.

Program pelayanan ini telah resmi diluncurkan pada tahun 2007. Hingga di tahun 2013, pelanggan T-Cash berjumlah 13 juta pelanggan, lalu di tahun 2012 telah menjalin kerjasama dengan lebih dari 530 perusahaan lain (*merchant*) dan terminal sebanyak 32.737 di seluruh di Indonesia. T-Cash juga telah mendapatkan sertifikat dari Bank Indonesia pada tahun 2007 untuk menjalankan bisnis uang elektronik di Indonesia. Layanan T-Cash hanya dapat dinikmati oleh para pengguna kartu SIM HALO, simPATI, dan AS. Untuk pengisian saldo T-Cash dapat dilakukan di GraPARI, GeraiHALO, ATM BNI, dan Indomaret. Jumlah saldo yang dapat disimpan dapat mencapai nominal Rp 5 juta.

Pada tahun 2017 pengguna Telokonsel di kota Padang sebesar 3,6 juta sedangkan pada tahun 2018 pengguna Telkonsel meningkat menjadi 4,5 juta. Sedangkan untuk pengguna T-Cash di kota Padang pada tahun 2018 sebesar 25-35% dari pengguna telkonsel di kota Padang.

Terdapat dua macam tipe layanan di dalam T-Cash yaitu tipe layanan dasar (*basic service*) dan layanan penuh (*full service*). Layanan dasar adalah segala jenis fasilitas transaksi dasar seperti transaksi daring atau pembayaran tagihan dan belanja. Layanan penuh adalah pelayanan dasar ditambah dengan layanan tarik tunai, dan layanan ini diperuntukan bagi pelanggan yang mendaftar ke GraPARI dengan data pribadi yang lengkap. Dengan kemudahan yang ditawarkan, pelanggan Telkonsel dapat bertransaksi hanya dengan menempelkan stiker T-Cash yang disematkan di punggung ponsel pada mesin EDC di merchant yang sudah bekerja sama

Perusahaan seperti halnya PT. Telkomsel dituntut dapat bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal dan setia pada perusahaan. yang semakin lama memberikan kemudahan dalam pelayanan bertransaksi dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, untuk mewujudkan hal tersebut telkomsel harus mampu memberikan tingkat kepuasan yang baik bagi pelanggan terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009:139), “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.” Kepuasan nasabah dapat dilihat dari bertahannya seorang nasabah dalam menggunakan produk dan jasa yang ada pada suatu perusahaan tersebut. Jika nasabah merasa puas maka nasabah tersebut tidak akan berpindah pada jasa bank lain. Oleh karena itu, kepuasan nasabah dapat juga diukur dari suatu pelayanan fasilitas dari bank tersebut.

Penting bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang sedang ditawarkan, agar produk tersebut dapat diterima dengan baik dilingkungan masyarakat yang nantinya akan dapat menciptakan pelanggan yang loyal terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian tentang **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan T-Cash PT. Telkomsel Branch Padang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas maka peneliti mencoba menyimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan T-Cash Telkomsel di kota Padang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan T-Cash Telkomsel di kota Padang.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis, hasil kajian diharapkan dapat menjadi bahan kajian ilmu pengetahuan khususnya bagi program studi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Mamfaat Praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi bahan masukan bagi peneliti selanjutnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan tentang Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Tcash PT. Telkomsel Branch Padang, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang terjadi pada Tcash Telkomsel berada pada kriteria interval 60-79.9% dengan skor rata-rata sebesar 3.884 dengan total capaian responden sebesar 77.68%.

Hal ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan menurut indikator, dan berdasarkan item pernyataan yang tertinggi yaitu kemampuan petugas Tcash Telkomsel dalam memberikan layanan dengan cepat dan benar yang memperoleh tingkat capaian responden sebesar 94.19% yang termasuk dalam kategori puas. Item pertanyaan yang terendah yaitu kecepatan tanggapan petugas Tcash Telkomsel dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen yang memperoleh tingkat capaian responden sebesar 65.16% yang termasuk dalam kategori puas

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis ingin memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Tcash PT. Telkomsel Branch Padang , yaitu :

1. meningkatkan empati petugas pelayanan
  - a. Kecepatan dalam menangani keluhan
  - b.Meningkatkan kepedulian terhadap keinginan konsumen

c. meningkatkan tanggibel dari tcash ( menhgubah bentuk/warna tcash)

2. meningkatkan keandalan pelayanan tcash

3. Assurance

Meningkatkan jaminan terhadap nilai rupiah pada tcash

4. mempertahankan loyalitas dan kepuasan para pelanggannya,yang termasuk dalam kategori sangat puas seperti indikator kepuasan pelanggan,tangibles (bukti fisik), responsivitas (daya tanggap), assurance (jaminan dan kepercayaan), reabilitas (keandalan), dan empati (empati).

5. dapat memperbanyak tempat penggunaan T-Cash seperti,cafe-cafe,bioskop,mall dll. Agar pelanggan lebih mudah menggunakan T-Cash Telkomsel untuk membayar apa yang mereka beli

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Engel, James, Roger. D, Blackwell, dan Paul W Miniard. 1994. “*Perilaku Konsumen*”, terjemahan F.X Budiyanto. Jilid I. Jakarta. Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia Publising.
- Kasmir. 2010. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta. PT Raja Gafindo Perkasa
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Peter, J Paul and Donnelly Jr, James H, 2007. *Marketing Management Knowledge and Skills*. USA. Mc. Graw- Hill.