



**KUALITAS PELAYANAN KOMUNIKASI ACCOUNT
MANAGER WILAYAH TELKOM TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang
ILMU KOMUNIKASI

Oleh

Arthiva Iska Colinda

41182037220056

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH INDONESIA

2026 M/1448 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 07 Juli 2026



Arthiva Iska Colinda

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

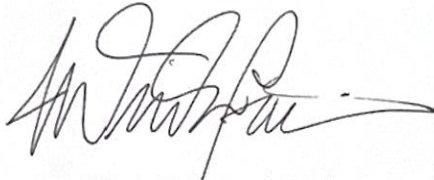
Judul Skripsi : Kualitas Pelayanan Komunikasi *Account Manager*
Wilayah Telkom terhadap Kepuasan Pelanggan.
Nama : Arthiva Iska Colinda
NPM : 41182037220056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Fakultas : Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Muhammadiyah Indonesia.

Bekasi, 06 Juli 2026

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

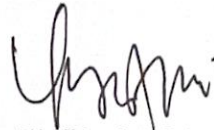


Dr. Winda Primasari, M.Si

NRP. 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui

Dosen Pembimbing Skripsi



Tin Hartini, S.Ag., M.Si

NRP.45.1.01.02.2016.001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

Kualitas Pelayanan Komunikasi Account Manager Wilayah Telkom terhadap Kepuasan Pelanggan.

telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 23 Juli 2026

Waktu : 13.40 -14.20 WIB

Oleh

Nama : Arthiva Iska Colinda

NPM : 41182037220056

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi

Dewan Penguji

Ketua Penguji	:	Siti Khadijah, M.Si	
Penguji I	:	Dr. Winda Primasari, M.Si	
Penguji II	:	Tin Hartini, S.Ag, M.Si	

Bekasi, 6 Agustus 2026

Mengesahkan,

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa,




Dr. Winda Primasari, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Indonesia
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa
2026

Arthiva Iska Colinda (41182037220056)

“Kualitas Pelayanan Komunikasi *Account Manager* Wilayah Telkom terhadap Kepuasan Pelanggan”

Di bawah bimbingan Tin Hartini

(viii + 45 halaman), (8 tabel), (1 gambar), (11 grafik), (12 lampiran)

Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager Government* dengan kepuasan pelanggan instansi pemerintah Kota Bekasi, dilatarbelakangi oleh penurunan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Customer Loyalty Index (CLI) Telkom Indonesia periode 2021–2023. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei digunakan terhadap 85 responden dari 549 instansi pemerintah segmen B2G di Witel Bekasi Karawang, dipilih melalui purposive sampling dan rumus Slovin. Variabel kualitas pelayanan komunikasi (X) diukur menggunakan model SERVQUAL yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui konfirmasi ekspektasi, niat beli ulang, dan kesediaan merekomendasikan. Analisis data menggunakan Uji Korelasi Rank Spearman. Hasil menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,633 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan positif, kuat, dan signifikan antara kedua variabel. Dimensi bukti fisik memperoleh penilaian tertinggi (83,5%) dan daya tanggap terendah (69,4%), namun tetap dalam kategori sangat baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager* berkontribusi langsung terhadap kepuasan instansi pemerintah sebagai pelanggan segmen B2G.

Kata Kunci: Account Manager, Business-to-Government, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Komunikasi,

ABSTRAK

University Muhammadiyah Indonesia
Study of Communication Science
Faculty of Communication, Literature, and
Language
2026

Arthiva Iska Colinda (41182037220056)

"Quality of Communication Services of Telkom Regional Account Managers towards Customer Satisfaction "

Under the guidance of Tin Hartini

(viii + 45 pages), (8 tables), (1 figures), (11 charts), (12 appendices)

This study aims to examine the relationship between the communication service quality of the Government Account Manager and customer satisfaction among government agencies in Bekasi City, motivated by the decline in Telkom Indonesia's Customer Satisfaction Index (CSI) and Customer Loyalty Index (CLI) during the 2021–2023 period. A quantitative approach with a survey method was employed involving 85 respondents drawn from 549 B2G government agencies at Witel Bekasi Karawang, selected through purposive sampling and the Slovin formula. Communication service quality (X) was measured using the SERVQUAL model encompassing reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles, while customer satisfaction (Y) was measured through confirmation of expectations, repurchase intent, and willingness to recommend. Data analysis employed the Rank Spearman Correlation Test. The results revealed a correlation coefficient of 0.633 with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$), indicating a positive, strong, and significant relationship between the two variables. The tangibles dimension received the highest rating (83.5%) while responsiveness received the lowest (69.4%), though still within the excellent category. These findings indicate that improving the communication service quality of Account Managers directly contributes to the satisfaction of government agencies as B2G segment customers.

Keywords: Account Manager, Business-to-Government, Customer Satisfaction, Communication Service Quality.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Kualitas Pelayanan Komunikasi *Account Manager* Wilayah Telkom terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Muhammadiyah Indonesia. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan tercapai dengan tepat waktu tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada:

1. Universitas Muhammadiyah Indonesia, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Merupakan tempat penulis dalam mencari pengetahuan dan mengembangkan keterampilan yang saya miliki pada Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Saepudin, S.S., M.Soc.Sc., selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Muhammadiyah Indonesia.
3. Ibu Winda Primasari, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Indonesia.
4. Ibu Tin Hartini, S.Ag., M.Si., selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah luar biasa sabar meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan teknis, dan masukan berharga dari awal hingga akhir. Setiap kritik dan saran dari Ibu membuat penulis bisa berkembang dan memperbaiki diri. Semoga kebaikan dan ketulusan Ibu dibalas oleh Allah SWT dengan kesehatan dan keberkahan yang melimpah.
5. Seluruh bapak dan ibu dosen serta staf tata usaha program studi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Indonesia yang telah memberikan ilmunya dengan tulus serta membantu urusan administrasi pelayanan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Witel Bekasi karawang, khususnya jajaran divisi Government Service yang telah memberikan izin, kesempatan, serta bantuan keterbukaan data yang luar biasa kepada penulis untuk melakukan penelitian lapangan demi penyusunan skripsi ini.
7. Diri peneliti sendiri, Arthiva Iska Colinda. Terima kasih atas perjuangan luar biasa yang telah dilewati hingga di titik ini. Terima kasih karena telah tegar merayakan setiap perasaan campur aduk, air mata, dan rasa lelah, namun tetap memilih bangkit, berani melangkah keluar mencoba hal-hal baru, dan menolak untuk menyerah pada keadaan. Lembar akhir skripsi ini adalah bukti nyata bahwa kamu jauh lebih kuat dari apa yang kamu bayangkan. I am so proud of myself.
8. Kedua orang tua tercinta, ayahanda Iskandar Zulkarnain dan Ibunda Herlinda. Terima kasih telah mengusahakan segalanya untuk anakmu ini. Terima kasih atas setiap tetes keringat, pengorbanan yang diberikan, doa malam yang tak pernah putus, serta pelukan paling hangat yang menjadi sandaran terkuat penulis saat berada di titik paling lelah. Semoga Ayah dan Ibu senantiasa diberikan kesehatan, panjang umur, dan kebahagiaan selalu. Peneliti sangat mencintai Ayah dan Ibu.
9. Kakak dan Abang tersayang; Rivalyo Halda Praisga, Silvi Diah Iska, dan Gabri Rivam Alvaris. Terima kasih atas segala bentuk nasihat, perhatian, bantuan materi

maupun moril, serta cara-cara konyol kalian yang selalu berhasil menghibur peneliti saat menghadapi rasa lelah selama masa perkuliahan ini.

10. Kak Natalia, selaku Account Manager Kota Bekasi. Sosok mentor dan kakak sekaligus yang luar biasa yang sejak awal meyakinkan, memberikan motivasi, memberikan saran-saran berharga, hingga membukakan jalan bagi peneliti untuk melakukan riset ini di Telkom. Terima kasih banyak atas kebaikan dan dukungannya yang sangat berarti.
11. Teman-teman seperjuangan kuliah. Terima kasih untuk semua teman yang selalu memberikan dukungan, menjadi teman diskusi, serta mengajak mencari hiburan di sela-sela kepenatan menyusun skripsi.
12. Seluruh pihak yang telah terlibat dan membantu peneliti dalam menyelesaikan laporan ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Namun, tanpa mengurangi rasa hormat, peneliti mengucapkan terima kasih atas segala do'a dan bantuannya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 06 Juli 2026

Peneliti

Arthiva Iska Colinda

41182037220056

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
A. PENDAHULUAN	1
B. KAJIAN LITERATUR	3
KUALITAS PELAYANAN KOMUNIKASI	3
Account Manager dalam Komunikasi Layanan	4
Kepuasan Pelanggan.....	4
Kerangka Teori	5
C. METODE PENELITIAN	5
Populasi & Sampel	5
Teknik Pengumpulan Data	6
Operasional Variabel	6
Uji validitas dan Reliabilitas.....	8
Teknik Analisis Data	9
D. HASIL DAN PEMBAHASAN	10
Karakteristik Responden Penelitian.....	10
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	13
Hasil Tanggapan responden Terhadap Kualitas Pelayanan Komunikasi (X).....	13
Hasil Tanggapan responden terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	17
Uji Normalitas	19
Uji Korelasi Rank Spearman	20
Pembahasan	22
E. PENUTUP	23
Kesimpulan.....	23
Saran	23
REFERENSI	23
LAMPIRAN	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian	6
Tabel 2 Uji Validitas	8
Tabel 3 Uji Reliabilitas	9
Tabel 4 Karakteristik Responden	10
Tabel 5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Komunikasi	13
Tabel 6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17
Tabel 7 Uji Normalitas.....	19
Tabel 8 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman.....	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Teori.....	5
------------------------------	---

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	11
Grafik 2 Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Komunikasi.....	12
Grafik 3 Persentase Responden Lama Bekerja	12
Grafik 4 Persentase Indikator Keandalan X1	14
Grafik 5 Persentase Indikator Daya Tanggap X2	14
Grafik 6 Persentase Indikator Jaminan X3	15
Grafik 7 Persentase Indikator Empati X4.....	16
Grafik 8 Persentase Indikator Bukti Fisik X5.....	16
Grafik 9 Persentase Indikator Konfirmasi Ekspektasi Y1	18
Grafik 10 Persentase Indikator Niat Beli Ulang Y2	18
Grafik 11 Persentase Indikator Kesiediaan Untuk Merekomendasikan	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	26
Lampiran 2 Izin Penelitian	31
Lampiran 3 Surat konfirmasi Penelitian.....	32
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden (85 responden)	33
Lampiran 5 Output Uji Validitas	40
Lampiran 6 Output Uji Reliabilitas	41
Lampiran 7 Output Uji Normalitas.....	41
Lampiran 8 Output Uji Korelasi Rank Spearman	41
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian	42
Lampiran 10 Lembar Catatan Bimbingan Proposal Skripsi.....	43
Lampiran 11 Lembar Catatan Bimbingan Hasil dan Pembahasan	44
Lampiran 12 Bukti Turnitin.....	45

A. PENDAHULUAN

Komunikasi pemasaran merupakan proses strategis yang membantu perusahaan menyampaikan informasi layanan kepada pelanggan, membangun pemahaman, serta memperkuat kepercayaan terhadap penyedia layanan. Melalui pesan yang jelas, akurat, dan konsisten, perusahaan dapat mengurangi ketidakpastian pelanggan serta menjaga kualitas hubungan layanan (Hariyanto, 2023). Dalam pelayanan, komunikasi berperan sebagai sarana utama penyampaian informasi, penjelasan prosedur, serta pembangun pemahaman antara penyedia layanan dan pelanggan. Kegagalan dalam komunikasi layanan dapat menimbulkan miskomunikasi, menurunkan kepercayaan pelanggan, dan berdampak pada penurunan kepuasan (Ummah dkk., 2021).

Efektivitas komunikasi memegang peran krusial, terutama di sektor jasa telekomunikasi yang sangat kompetitif. Ketepatan dan kejelasan informasi, ditambah respons yang cepat, secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap profesionalisme organisasi (Gunadi, 2023). PT Telekomunikasi Indonesia sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia membagi wilayah operasionalnya ke dalam beberapa Wilayah Telekomunikasi (Witel), salah satunya adalah Witel Bekasi Karawang yang mencakup Kota Bekasi, Kabupaten Bekasi, Karawang, dan Purwakarta (Telkom, 2024). Di dalamnya terdapat Divisi *Government* yang menangani instansi pemerintah, dengan empat *Account Manager* yang masing-masing bertanggung jawab atas wilayah cakupan berbeda. Penelitian ini secara khusus berfokus pada *Account Manager* yang menangani lembaga pemerintah di wilayah Kota Bekasi.

Peran *Account Manager* di dalam struktur organisasi Witel merupakan penghubung utama antara perusahaan dengan mitra, sebuah posisi yang menempatkan kelancaran komunikasi sebagai prasyarat keberhasilan hubungan kerja sama (Ummah & Utami, 2021). Pada Divisi *Government*, tugasnya mencakup edukasi produk, penanganan keluhan teknis maupun administratif, serta koordinasi layanan sesuai *Service Level Agreement* yang telah ditetapkan (Pontoh, 2025). Mengingat instansi terkait membutuhkan jaringan digital yang stabil untuk menunjang operasional kedinasan sehari-hari, kualitas interaksi yang dijalankan sangat menentukan persepsi dan tingkat kepuasan mereka terhadap Telkom secara keseluruhan.

Telkom Indonesia menerapkan berbagai strategi peningkatan *customer experience*, namun berdasarkan data internal, terdapat kondisi yang tidak stabil pada

tingkat kepuasan konsumen. *Customer Satisfaction Index (CSI) Enterprise* tercatat 94,9% pada 2023, menurun dari 97,70% pada 2022 dan 96,20% pada 2021. Penurunan serupa terjadi pada *Customer Loyalty Index (CLI)* dari 95,10% menjadi 90,4% pada periode yang sama (Telkom, 2023). Penurunan dua indikator sekaligus dalam rentang waktu yang berurutan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan layanan yang diterima pelanggan, yang apabila tidak segera dievaluasi berpotensi terus menggerus tingkat retensi pelanggan korporat dan pemerintah.

Dalam praktiknya, pelaksanaan tugas *Account Manager* belum sepenuhnya optimal, masih ditemukan keterlambatan respons, ketidaksesuaian informasi, serta koordinasi yang kurang maksimal dengan pihak dinas (Noviana, 2023). Fenomena ini menyebabkan sebagian pengguna belum merasakan pengalaman layanan yang konsisten, yang berdampak pada penurunan kepuasan serta dapat mengancam keberlangsungan kemitraan jangka panjang, mengingat sifat hubungan *Business-to-Government (B2G)* umumnya berlangsung dalam kontrak multi-tahun.

Kesenjangan tersebut sejalan dengan inti pengukuran model SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Saleh (2021). Model SERVQUAL dipilih karena kemampuannya mengukur kualitas layanan ke dalam dimensi-dimensi yang secara langsung dapat dikaitkan dengan kinerja *Account Manager* di lapangan. Kepuasan pelanggan merupakan kondisi emosional yang terbentuk setelah membandingkan kinerja komunikasi yang diterima dengan harapan sebelumnya, di mana pengguna yang puas cenderung menggunakan kembali layanan serta memberikan rekomendasi kepada pihak lain (Tjiptono & Diana, 2019).

Dengan demikian, penurunan CSI dan CLI Telkom mengindikasikan belum optimalnya kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager* sebagai titik kontak utama perusahaan dengan pelanggan. Keterkaitan ini telah dibuktikan oleh sejumlah literatur; Kamel dan Sofyan (2022) menemukan kontribusi komunikasi pelayanan publik sebesar 65,6% terhadap kepuasan, Rahayunianto (2020) menemukan koefisien determinasi 72,9% terhadap kepuasan pelanggan, dan Amelia (2021) menemukan pengaruh 40,8% terhadap loyalitas. Namun, ketiganya belum secara spesifik mengkaji konteks institusi pemerintah (B2G).

Penelitian terdahulu seperti Wisnandya (2025) mayoritas masih berfokus pada strategi komunikasi pemasaran untuk pelanggan individu, sehingga belum ada kajian

yang spesifik mengukur performa *Account Manager Government* Kota Bekasi dalam konteks B2G. Kebaruan studi ini terletak pada tiga aspek: menempatkan *Account Manager* sebagai subjek, model SERVQUAL sebagai kerangka ukur, dan instansi pemerintah sebagai objek kajian. Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager Government* Kota Bekasi dengan tingkat kepuasan pelanggan instansi pemerintah di Kota Bekasi. Hipotesis yang diajukan: (Ha) terdapat hubungan yang signifikan dan (Ho) tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager Government* Kota Bekasi dengan kepuasan pelanggan pemerintah Kota Bekasi.

B. KAJIAN LITERATUR

KUALITAS PELAYANAN KOMUNIKASI

Kualitas pelayanan berfungsi sebagai tolok ukur subjektif yang menentukan sejauh mana suatu organisasi mampu memenuhi kebutuhan pengguna. Menurut Kotler (dalam Prasetyo dkk., 2022), aspek ini harus dimulai dari pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan pada akhirnya ditentukan oleh persepsi mereka terhadap apa yang diterima. Dalam industri jasa, penilaian tidak hanya berpijak pada hasil akhir, tetapi juga pada proses interaksi selama kegiatan berlangsung. Oleh karena itu, performa yang diberikan dapat dipahami sebagai mutu proses penyampaian layanan kepada konsumen (Saleh, 2021).

Untuk mengukur variabel tersebut, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Saleh, 2021) mengembangkan model SERVQUAL. Lima dimensi utama dalam model ini meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Pada hakikatnya, kelima dimensi tersebut mencakup dua ranah utama, yaitu ranah teknis operasional (keandalan dan ketanggapan) yang berkaitan dengan presisi serta kecepatan penyampaian layanan, dan ranah relasional (jaminan, empati, dan bukti fisik) yang menyangkut kepercayaan, keterhubungan personal, serta representasi visual organisasi. Rahayunianto (2020) serta Kamel dan Sofyan (2022) membuktikan bahwa kelima dimensi ini mampu menjelaskan variasi kepuasan secara substansial pada sektor publik.

Account Manager dalam Komunikasi Layanan

Account Manager merupakan tenaga profesional yang bertanggung jawab mengelola hubungan antara perusahaan dan mitra pada segmen pelanggan utama. Jabatan ini berfungsi sebagai perantara melalui aktivitas penyampaian informasi, pemecahan masalah, serta pembangunan hubungan yang berorientasi pada kepuasan pengguna. Dalam industri telekomunikasi, perannya semakin penting karena karakteristik layanan yang tidak berwujud dan membutuhkan komunikasi intensif, sehingga mereka dituntut mampu menjelaskan, menyesuaikan, dan mengomunikasikan solusi sesuai kebutuhan institusional (Listy, 2023). Ramadhana (2025) menyatakan bahwa profesi ini berperan menjaga kepercayaan mitra melalui komunikasi yang konsisten, responsif, dan profesional, dengan tugas yang mencakup membangun hubungan berkelanjutan, mengidentifikasi kebutuhan, memantau layanan, menangani keluhan, serta berkoordinasi dengan divisi internal.

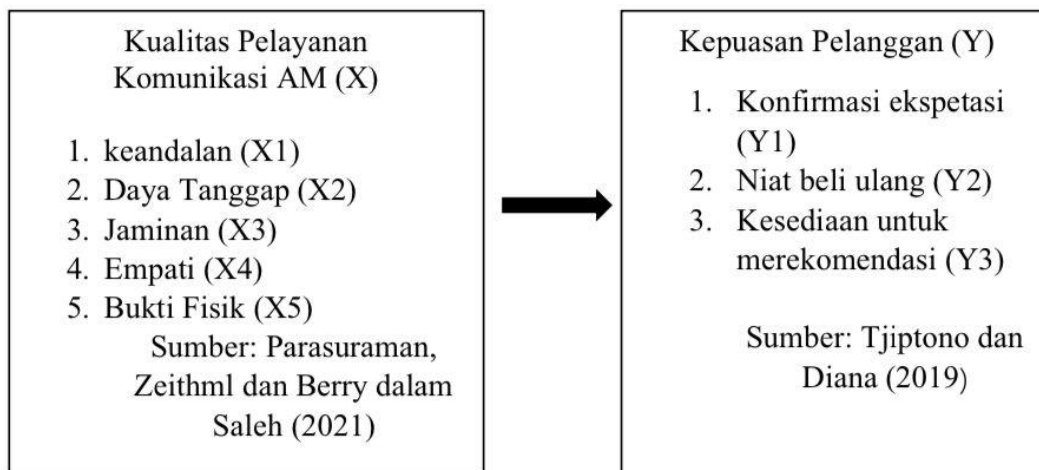
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terbentuk dari proses evaluasi subjektif yang dilakukan pengguna setelah menerima layanan yakni ketika persepsi terhadap kinerja aktual diukur terhadap ekspektasi yang telah terbentuk sebelumnya (Kotler, dalam Saleh, 2021). Apabila layanan sesuai atau melebihi ekspektasi, pengguna akan merasa puas; sebaliknya, ketidaksesuaian berpotensi mendorong penyampaian pengalaman negatif kepada pihak lain (Tjiptono, dalam Saleh, 2021). Menurut Tjiptono dan Diana (2019), variabel ini diukur melalui tiga indikator: konfirmasi ekspektasi (*confirmation of expectations*), niat beli ulang (*repurchase intent*), dan kesediaan merekomendasikan (*willingness to recommend*). Noviana (2023) menambahkan bahwa pada segmen institusi, kepuasan juga mencerminkan kualitas hubungan jangka panjang yang membutuhkan layanan stabil, responsif, dan profesional. Ketiga indikator tersebut saling berkaitan; instansi yang merasakan kesesuaian ekspektasi cenderung memiliki niat penggunaan kembali lebih tinggi, yang pada akhirnya mendorong kesediaan merekomendasikan kepada lembaga lain.

Meskipun penelitian terdahulu telah membuktikan hubungan antara kualitas komunikasi layanan dengan kepuasan dan loyalitas, kajian-kajian tersebut belum spesifik meneliti peran *Account Manager* sebagai aktor utama maupun pelanggan pemerintah di sektor telekomunikasi. Belum ada penelitian yang mengkaji kualitas

pelayanan komunikasi *Account Manager* dalam konteks B2G menggunakan kerangka SERVQUAL secara bersamaan. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus tersebut di segmen *Government* Kota Bekasi.

Kerangka Teori



Gambar 1 Kerangka Teori
Sumber: Olah Data Penulis, 2026

C. METODE PENELITIAN

Populasi & Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menjelaskan hubungan antarvariabel melalui pengujian hipotesis (Kriyantono, 2022). Populasi mencakup seluruh instansi pemerintah segmen B2G yang terdaftar sebagai pelanggan aktif Witel Bekasi Karawang, berjumlah 549 pelanggan, yang dispesifikasikan pada pegawai dengan pengalaman langsung berkomunikasi dengan *Account Manager Government* Kota Bekasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: (1) pegawai instansi pemerintah Kota Bekasi yang terdaftar sebagai pelanggan aktif segmen B2G, (2) memiliki pengalaman langsung berinteraksi dengan *Account Manager*, dan (3) bersedia mengisi kuesioner. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10%.

$$n = \frac{549}{1 + 549 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{549}{1 + 5,49} = \frac{549}{6,49}$$

$n = 84,59$ dibulatkan menjadi 85

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh ukuran sampel sebanyak 85 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang disebarakan secara *online* melalui *Google Form* kepada 85 responden terpilih. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 4 tingkat (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju) untuk menghindari kecenderungan jawaban netral dari responden.

Operasional Variabel

Instrumen variabel Kualitas Pelayanan Komunikasi *Account Manager* (X) mencakup 15 butir pernyataan yang dikembangkan dari lima dimensi SERVQUAL (Parasuraman et al. dalam Saleh, 2021). Instrumen variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terdiri dari 9 butir pernyataan yang mengacu pada Tjiptono dan Diana (2019).

Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Parameter	Instrumen	Pengukuran
Kualitas Pelayanan komunikasi AM (X)	Keandalan	1. Informasi yang disampaikan AM akurat. 2. Informasi yang disampaikan konsisten. 3. Informasi yang disampaikan terpercaya.	Kuesioner	<i>Skala Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), sangat Tidak setuju (1)
	Daya tanggap	1. Kecepatan AM dalam merespons permintaan instansi 2. Kecepatan AM dalam menangani keluhan 3. Ketepatan solusi yang diberikan terhadap permasalahan	Kuesioner	<i>Skala Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), sangat Tidak setuju (1)

Jaminan		1. Penguasaan AM terhadap produk dan layanan 2. Profesionalisme AM dalam berkomunikasi 3. Kemampuan AM menumbuhkan rasa percaya	Kuesioner	Skala <i>Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), sangat Tidak setuju (1)
Empati		1. Perhatian AM terhadap kebutuhan instansi 2. AM mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kendala instansi 3. Kemudahan instansi dalam menghubungi AM	Kuesioner	Skala <i>Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), sangat Tidak setuju (1)
Bukti fisik		1. Penampilan profesional AM. 2. Kelengkapan dokumen AM. 3. Sarana pendukung kerja AM dalam proses pelayanan	Kuesioner	Skala <i>Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), Sangat Tidak setuju (1)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Konfirmasi ekspektasi.	1. Kesesuaian layanan dengan harapan 2. Kenyamanan selama proses pelayanan 3. kejelasan informasi komunikasi AM	Kuesioner	Skala <i>Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), sangat Tidak setuju (1)
Niat beli ulang		1. Minat menggunakan layanan telkom di masa mendatang 2. Minat untuk mencoba fitur atau layanan baru dari Telkom 3. Kesiediaan menjadikan Telkom sebagai pilihan utama	Kuesioner	Skala <i>Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), sangat Tidak setuju (1)

Kesediaan untuk merekomendasikan.	1. Kesediaan merekomendasikan layanan kepada instansi lain 2. Kesediaan memberikan penilaian positif 3. Kesediaan menceritakan pengalaman positif kepada instansi lain	Kuesioner	Skala <i>Likert</i> : sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), sangat Tidak setuju (1)
-----------------------------------	--	-----------	--

Uji validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,672	0,213	Valid
X1_2	0,549	0,213	Valid
X1_3	0,752	0,213	Valid
X2	0,634	0,213	Valid
X2_2	0,654	0,213	Valid
X2_3	0,684	0,213	Valid
X3	0,717	0,213	Valid
X3_2	0,597	0,213	Valid
X3_3	0,619	0,213	Valid
X4	0,734	0,213	Valid
X4_2	0,643	0,213	Valid
X4_3	0,545	0,213	Valid
X5	0,514	0,213	Valid
X5_2	0,563	0,213	Valid

X5_3	0,578	0,213	Valid
Y1	0,591	0,213	Valid
Y1_2	0,539	0,213	Valid
Y1_3	0,604	0,213	Valid
Y2	0,544	0,213	Valid
Y2_2	0,381	0,213	Valid
Y2_3	0,522	0,213	Valid
Y3	0,589	0,213	Valid
Y3_2	0,509	0,213	Valid
Y3_3	0,580	0,213	Valid

Tabel 3 Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.935	24

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,935 berada jauh di atas ambang batas minimum 0,70 (Ghozali, 2018), sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan sangat reliabel dan konsisten digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan Komunikasi *Account Manager* (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Teknik Analisis Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring via Google Form kepada 85 responden dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 melalui empat tahap: (1) statistik deskriptif untuk menggambarkan profil responden meliputi rata-rata, median, dan modus (Sujarweni & Utami, 2019); (2) uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, dengan kelanjutan ke statistik non-parametrik apabila data tidak berdistribusi normal (Kriyantono, 2022);

$$D = \max \left| F_{0(x)} - s_{n(x)} \right|$$

D = Nilai hitung Kolmogorov-Smirnov (selisih absolut maksimum)

$F_{0(x)}$ = Fungsi distribusi kumulatif teoritis yang dihipotesiskan (distribusi normal).

$S_{n(x)}$ = Fungsi distribusi kumulatif empiris dari data sampel (n = 85 responden).

Kriteria Pengambilan Keputusan

1. Jika nilai Sig. > 0,05, maka data berdistribusi normal (memenuhi asumsi parametrik)
2. Jika nilai Sig. < 0,05, maka data berdistribusi tidak normal (pengujian dialihkan ke statistik non-parametrik seperti Rank Spearman).

(3) analisis korelasi *Rank Spearman* untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antarvariabel, karena sesuai untuk data ordinal tanpa syarat distribusi normal (Siregar, 2017);

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

r_s : Nilai korelasi Spearman.

d : Selisih antara X dan Y.

n : jumlah pasangan (data)

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan 85 pelanggan dari lembaga kedinasan Kota Bekasi. Data karakteristik responden diperoleh berdasarkan tiga aspek, yaitu jenis kelamin, frekuensi komunikasi, dan lama bekerja, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 4 Karakteristik Responden

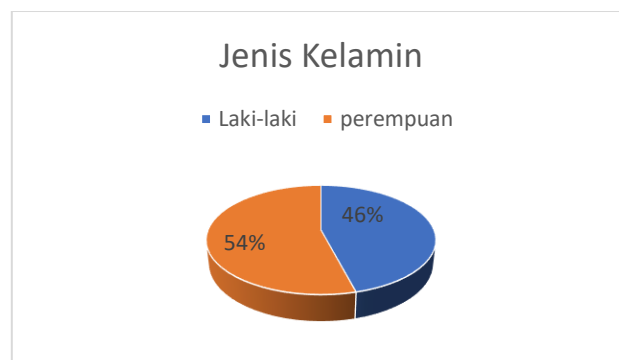
No	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin	85	100%
	Perempuan	46	54,1%
	Laki-laki	39	45,9%
2.	Frekuensi Komunikasi	85	100%

Sering (2–3 kali per bulan)	55	64,7%
Jarang (1 kali per bulan)	21	24,7%
Sangat sering (>1 kali per minggu)	8	9,4%
Sangat jarang (< 1 kali per bulan)	1	1,2%
3. Lama Bekerja	85	100%
Di bawah 1 Tahun	19	22,4%
1-3 tahun	45	52,9%
4-6 Tahun	14	16,5%
Di atas 6 Tahun	7	8,2%

Sumber: Olah data penulis 2026

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 1.

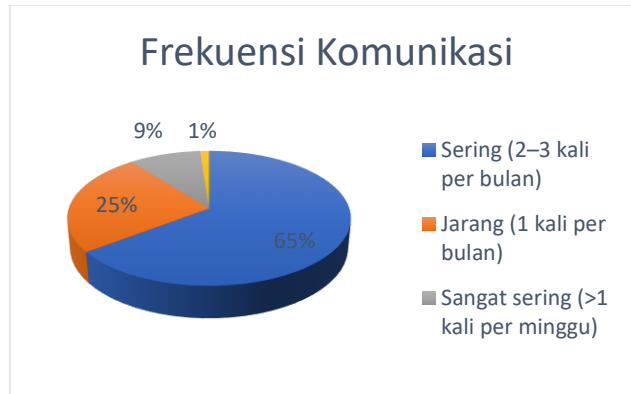
1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin



Grafik 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Olah data Penulis 2026

Responden berjenis kelamin perempuan mendominasi penelitian ini, yaitu sebanyak 46 orang (54,1%), sementara laki-laki berjumlah 39 orang (45,9%). Meskipun perempuan lebih dominan, sebaran keduanya tergolong hampir berimbang, mencerminkan bahwa pegawai yang berinteraksi langsung dengan *Account Manager* di lingkungan instansi pemerintah Kota Bekasi tidak terpusat pada satu gender tertentu.

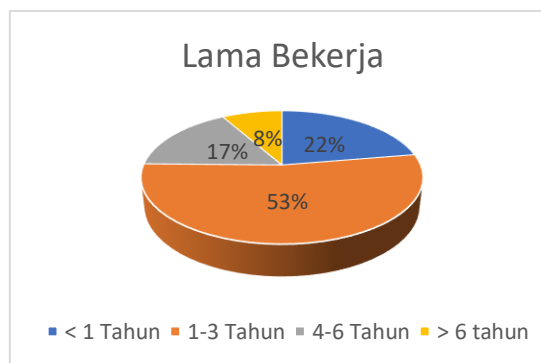
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Komunikasi



Grafik 2 Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Komunikasi
Sumber: Olah data Penulis 2026

Intensitas komunikasi antara pelanggan instansi pemerintah dengan *Account Manager* tergolong aktif. Mayoritas responden menyatakan sering berkomunikasi dengan intensitas dua hingga tiga kali per bulan (55 orang, 64,7%), disusul kategori jarang satu kali per bulan (21 orang, 24,7%), sangat sering lebih dari satu kali per minggu (8 orang, 9,4%), dan sangat jarang kurang dari satu kali per bulan (1 orang, 1,2%). Temuan ini sejalan dengan Ramadhana (2025) yang memperlihatkan bahwa komunikasi rutin dan terjadwal merupakan kunci utama meminimalkan kendala operasional dalam model B2G.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja di Instansi



Grafik 3 Persentase Responden Lama Bekerja
Sumber: Olah data Penulis 2026

Responden didominasi pegawai dengan masa kerja satu hingga tiga tahun (45 orang, 52,9%), diikuti kurang dari satu tahun (19 orang, 22,4%), empat hingga enam tahun (14 orang, 16,5%), dan di atas enam tahun (7 orang, 8,2%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman

kerja yang memadai untuk menilai kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager*.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager* (X) sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat, yang diukur melalui 24 butir pernyataan dengan skala Likert empat tingkat.

Hasil Tanggapan responden Terhadap Kualitas Pelayanan Komunikasi (X)

Hasil pengisian kuesioner oleh 85 responden mengenai variabel kualitas pelayanan komunikasi disajikan pada Tabel 2:

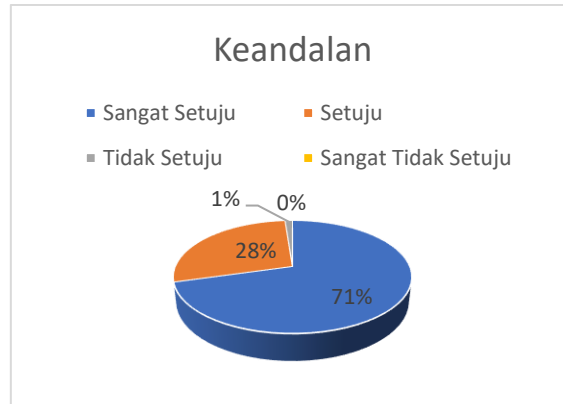
Tabel 5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Komunikasi

No	Indikator	Jumlah	Persentase
1.	Keandalan	85	100%
	Sangat Setuju	60	70,6%
	Setuju	24	28,2%
	Tidak Setuju	1	1,2%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Daya Tanggap	85	100%
	Sangat Setuju	59	69,4%
	Setuju	23	27,1%
	Tidak Setuju	3	3,5%
	Sangat Tidak setuju	0	0%
3.	Jaminan	85	100%
	Sangat setuju	62	72,9%
	Setuju	22	25,9%
	Tidak setuju	1	1,2%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
4.	Empati	85	100%
	Sangat Setuju	62	72,9%
	Setuju	21	24,7%
	Tidak Setuju	2	2,4%
	Sangat tidak setuju	0	0%
5.	Bukti Fisik	85	100%
	Sangat Setuju	71	83,5%
	Setuju	14	16,5%
	Tidak Setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%

Sumber: Olah data penulis 2026

1. Keandalan

Keandalan mengukur kemampuan *Account Manager* dalam menyampaikan informasi yang akurat, konsisten, dan dapat dipercaya kepada instansi pelanggan. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:

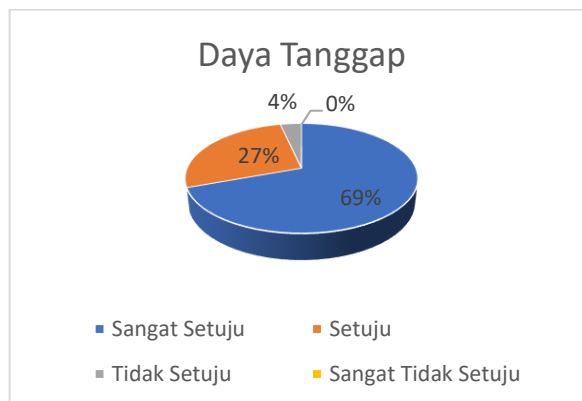


Grafik 4 Persentase Indikator Keandalan X1
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 4 memperlihatkan dimensi keandalan dengan 70,6% menyatakan sangat setuju, 28,2% setuju, dan hanya 1,2% tidak setuju. *Account Manager* dinilai mampu menyampaikan informasi layanan secara akurat, konsisten, dan dapat dipercaya sesuai komitmen yang telah ditetapkan.

2. Daya Tanggap

Daya tanggap mengukur kecepatan *Account Manager* dalam merespons pesan, mengonfirmasi kendala teknis, dan memberikan solusi bagi instansi pelanggan. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:

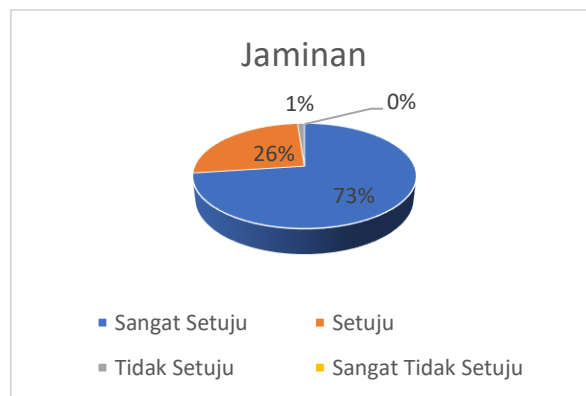


Grafik 5 Persentase Indikator Daya Tanggap X2
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 5 mencerminkan, sebanyak 69,4% responden menyatakan sangat setuju, 27,1% setuju, dan 3,5% tidak setuju terhadap dimensi daya tanggap. Meskipun persentase sangat setuju sedikit lebih rendah dibanding dimensi lainnya, hasil ini tetap menggambarkan bahwa alur komunikasi yang dibangun *Account Manager* bersifat interaktif, tanggap, dan solutif terhadap kendala operasional di lapangan.

3. Jaminan

Jaminan mengukur profesionalisme berkomunikasi, penguasaan materi produk, dan kepastian pelayanan *Account Manager* kepada instansi pemerintah. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:

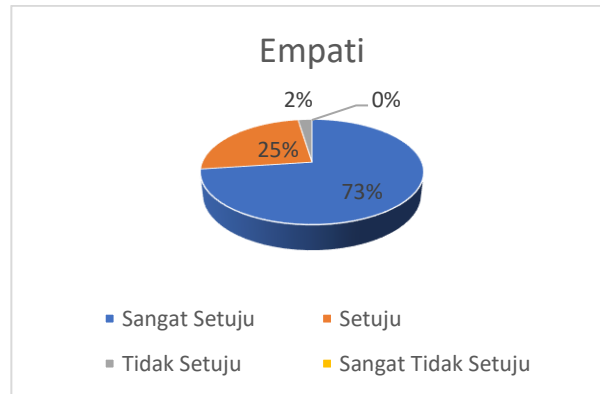


Grafik 6 Persentase Indikator Jaminan X3
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 6 memperlihatkan bahwa dimensi jaminan mendapat penilaian sangat positif, dengan 72,9% responden menyatakan sangat setuju, 25,9% setuju, dan 1,2% tidak setuju. Tingginya penilaian ini mencerminkan bahwa *Account Manager* dinilai profesional dalam berkomunikasi, menguasai materi produk, serta mampu menumbuhkan kepercayaan instansi terhadap kepastian layanan yang diberikan.

4. Empati

Empati mengukur perhatian individual *Account Manager*, pemahaman terhadap kebutuhan spesifik setiap instansi, serta aksesibilitas komunikasi saat diperlukan. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:

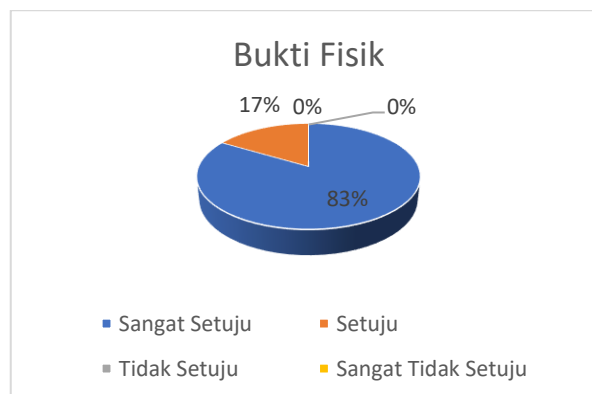


Grafik 7 Persentase Indikator Empati X4
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 7 mengungkapkan bahwa dimensi empati mencatat 72,9% sangat setuju, 24,7% setuju, dan 2,4% tidak setuju. Angka ini mengindikasikan bahwa pendekatan personal *Account Manager* dalam memahami kebutuhan spesifik tiap instansi mendapat apresiasi tinggi dari responden.

5. Bukti Fisik

Bukti fisik mengukur kelayakan media komunikasi digital (WhatsApp, telepon, dan email), kerapian dokumen administrasi, serta penampilan profesional *Account Manager*. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:



Grafik 8 Persentase Indikator Bukti Fisik X5
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 8 membuktikan bahwa dimensi bukti fisik memperoleh penilaian tertinggi di antara seluruh dimensi, dengan 83,5% responden menyatakan sangat setuju dan 16,5% setuju, serta tidak ada satu pun yang menyatakan tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa kelayakan media

komunikasi digital, kerapian dokumen administrasi, dan penampilan profesional *Account Manager* dinilai sangat memuaskan oleh seluruh responden.

Hasil Tanggapan responden terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

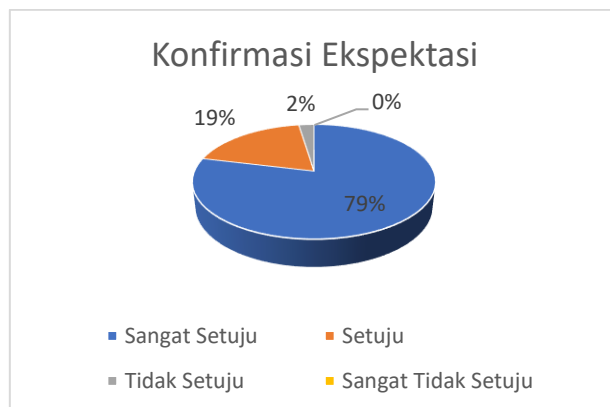
Persentase hasil kuesioner variabel kepuasan pelanggan dari 85 responden disajikan pada Tabel 3:

Tabel 6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan			
No	Indikator	Jumlah	persentase
1	Konfirmasi ekspektasi (Y1)	85	100%
	Sangat setuju	67	78,8%
	Setuju	16	18,8%
	Tidak setuju	2	2,4%
	Sangat tidak setuju	0	0%
2.	Niat beli ulang (Y2)	85	100%
	Sangat setuju	55	64,7%
	Setuju	28	32,9%
	Tidak setuju	2	2,4%
	Sangat tidak setuju	0	0%
3.	Kesediaan untuk merekomendasi (Y3)	85	100%
	Sangat setuju	52	61,2%
	Setuju	31	36,5%
	Tidak Setuju	2	2,4%
	Sangat tidak setuju	0	0%

Sumber: Olah data penulis 2026

1. Konfirmasi ekspektasi

Konfirmasi ekspektasi mengukur kesesuaian pelayanan komunikasi *Account Manager* dengan harapan awal instansi pemerintah Kota Bekasi. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:

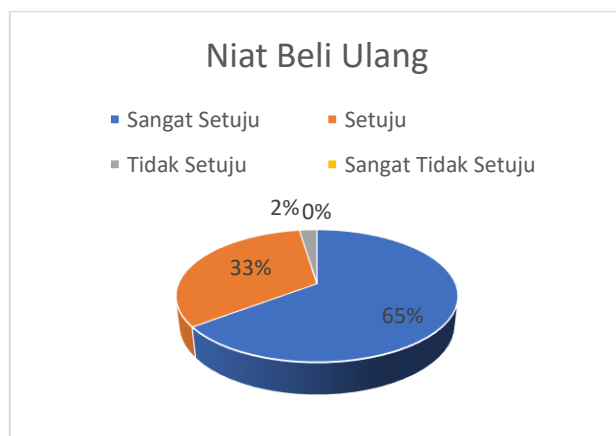


Grafik 9 Persentase Indikator Konfirmasi Ekspektasi Y1
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 9 menggambarkan bahwa sebanyak 78,8% responden menyatakan sangat setuju dan 18,8% setuju, dengan hanya 2,4% tidak setuju pada indikator ini. Tingginya penilaian konfirmasi ekspektasi mengindikasikan bahwa pelayanan komunikasi *Account Manager* sebagian besar telah memenuhi harapan awal instansi pemerintah Kota Bekasi terhadap standar layanan digital yang dibutuhkan.

2. Niat Beli Ulang

Niat beli ulang mengukur komitmen instansi pemerintah dalam mempertahankan kerja sama dan menggunakan kembali layanan Telkom di masa mendatang. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:



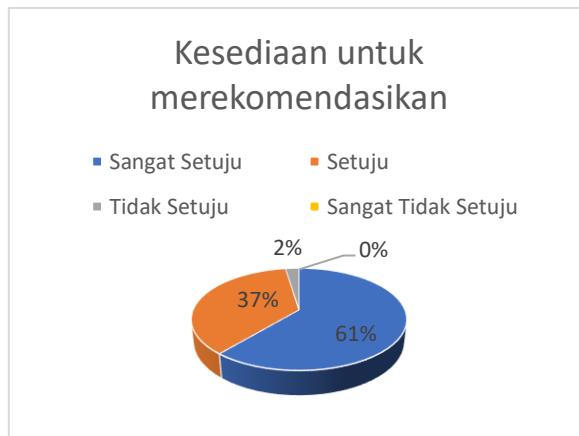
Grafik 10 Persentase Indikator Niat Beli Ulang Y2
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 10 mengindikasikan bahwa indikator niat beli ulang 64,7% sangat setuju, 32,9% setuju, dan 2,4% tidak setuju. Mayoritas pegawai instansi pemerintah merasa puas dengan kualitas solusi yang telah diberikan, sehingga

memiliki komitmen kuat untuk mempertahankan penggunaan layanan Telkom di masa mendatang.

3. Kesiediaan untuk merekomendasi

Kesiediaan merekomendasikan mengukur kemauan instansi pemerintah Kota Bekasi dalam memberikan testimoni dan penilaian positif terhadap performa *Account Manager*. Tanggapan responden disajikan pada grafik berikut:



Grafik 11 Persentase Indikator Kesiediaan Untuk Merekomendasikan
Sumber: Olah data Penulis 2026

Grafik 11 menggambarkan bahwa 61,2% sangat setuju, 36,5% setuju, dan 2,4% tidak setuju. Meskipun persentase sangat setuju lebih rendah dibanding dua indikator sebelumnya, hasil ini tetap mengindikasikan adanya kecenderungan positif dari pihak kedinasan untuk mempromosikan layanan Telkom kepada instansi lain sebagai wujud kepercayaan terhadap kemitraan yang terjalin.

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov karena jumlah sampel melebihi 50 responden. Hasil pengujian disajikan pada Gambar 1.

Tabel 7 Uji Normalitas

Variabel / Dimensi	Nilai Kolmogorov-Smirnov (Z)	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan

Kualitas Pelayanan Komunikasi AM (X)	0,142	0,000	Tidak Normal
Keandalan (X1)	0,135	0,001	Tidak Normal
Daya Tanggap (X2)	0,128	0,002	Tidak Normal
Jaminan (X3)	0,150	0,000	Tidak Normal
Empati (X4)	0,131	0,001	Tidak Normal
Bukti Fisik (X5)	0,145	0,000	Tidak Normal
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,118	0,005	Tidak Normal
Konfirmasi Ekspektasi (Y1)	0,122	0,003	Tidak Normal
Niat Beli Ulang (Y2)	0,130	0,001	Tidak Normal
Kesediaan untuk Merekomendasi (Y3)	0,125	0,002	Tidak Normal

Sumber: Olah Data SPSS Peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4 di atas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) untuk seluruh variabel dan dimensi menghasilkan nilai $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi tidak normal. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilanjutkan menggunakan analisis statistik non-parametrik yaitu Uji Korelasi Rank Spearman.

Uji Korelasi Rank Spearman

Uji Korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel X dan Y, mengingat data berskala ordinal dan tidak berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil disajikan pada Gambar 2.

Tabel 8 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman

Dimensi Variabel X / Y	Kesesuaian Harapan (Y1)	Niat Beli Ulang (Y2)	Kesediaan untuk Merekomendasi (Y3)
Keandalan / Reliability (X1)	0,558** (Sig. = 0,000)	0,331** (Sig. = 0,002)	0,369** (Sig. = 0,001)
Daya Tanggap / Responsiveness (X2)	0,584** (Sig. = 0,000)	0,473** (Sig. = 0,000)	0,491** (Sig. = 0,000)
Jaminan / Assurance (X3)	0,557** (Sig. = 0,000)	0,326** (Sig. = 0,002)	0,429** (Sig. = 0,000)
Empati / Empathy (X4)	0,594** (Sig. = 0,000)	0,372** (Sig. = 0,000)	0,408** (Sig. = 0,000)
Bukti Fisik / Tangibles (X5)	0,603** (Sig. = 0,000)	0,247* (Sig. = 0,023)	0,331** (Sig. = 0,002)

Sumber: Olah Data SPSS Peneliti 2026

Keterangan:

** = Signifikan pada tingkat 0,01 (2-tailed)

* = Signifikan pada tingkat 0,05 (2-tailed)

Hasil uji korelasi Rank Spearman antardimensi menunjukkan bahwa seluruh pasangan dimensi antara kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager* (X1 hingga X5) dengan kepuasan pelanggan (Y1 hingga Y3) memiliki nilai signifikansi 0,000 hingga 0,023 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan pada seluruh dimensi. Hubungan terkuat ditemukan antara dimensi bukti fisik (X5) dengan Kesesuaian Harapan (Y1) dengan koefisien korelasi sebesar 0,603 ($p = 0,000$), yang berada pada interval 0,60-0,799 (kategori kuat). Sementara itu, hubungan terlemah berada pada dimensi bukti fisik (X5) dengan minat kunjungan ulang (Y2) sebesar 0,247 ($p = 0,023$), yang berada pada interval 0,20-0,399 (kategori lemah). Dengan demikian, seluruh hipotesis nol (H_0) ditolak dan (H_a) diterima.

Pembahasan

Hasil uji korelasi Rank Spearman antara dimensi kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager* (X1-X5) dengan indikator kepuasan pelanggan (Y1-Y3) menunjukkan bahwa seluruh 15 pasangan hubungan bersifat positif dan signifikan (Sig. 0,000-0,023; $p < 0,05$). Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak, yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager Government* Kota Bekasi secara keseluruhan memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan pelanggan pemerintah Kota Bekasi. Hubungan terkuat ditemukan antara dimensi bukti fisik dengan konfirmasi ekspektasi ($r_s = 0,603$; kategori kuat), sementara hubungan terlemah ditemukan antara bukti fisik dengan niat beli ulang ($r_s = 0,247$; kategori lemah). Temuan ini mendukung teori SERVQUAL (Parasuraman et al. dalam Saleh, 2021) yang mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan. Bukti fisik memperoleh penilaian tertinggi (83,5%), mencerminkan bahwa pelanggan memberikan perhatian besar pada aspek yang dapat diamati secara langsung, seperti profesionalisme *Account Manager*, kelengkapan dokumen administrasi, dan kemudahan akses media komunikasi digital. Dimensi jaminan dan empati (72,9%) menunjukkan kompetensi *Account Manager* dalam menumbuhkan kepercayaan serta memahami kebutuhan spesifik tiap instansi. Keandalan (70,6%) menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan dinilai akurat dan konsisten, sementara daya tanggap (69,4%) sebagai dimensi dengan skor terendah mengindikasikan bahwa kecepatan respons terhadap keluhan masih memiliki ruang perbaikan, meskipun tetap berada pada kategori sangat baik.

Adapun dari sisi kepuasan pelanggan, konfirmasi ekspektasi (78,8%), niat penggunaan kembali (64,7%), dan kesediaan merekomendasikan (61,2%) secara bersama menggambarkan bahwa pelayanan komunikasi *Account Manager* telah berhasil menciptakan pengalaman positif yang tidak hanya memenuhi harapan, tetapi juga mendorong loyalitas dan promosi kepada instansi lain. Temuan ini sejalan dengan Kamel dan Sofyan (2022) yang menemukan kontribusi komunikasi pelayanan sebesar 65,6% terhadap kepuasan, serta Rahayunianto (2020) dengan koefisien determinasi 72,9%, yang memperkuat relevansi dimensi SERVQUAL dalam menjelaskan kepuasan pelanggan pada sektor publik.

Berbeda dengan penelitian Wisnandya (2025) yang fokus pada pelanggan bisnis individu, studi ini mengkaji segmen instansi pemerintah (B2G) yang memiliki kebutuhan

lebih kompleks. Perbedaan ini membuktikan bahwa peran komunikasi *Account Manager* justru jauh lebih menuntut pada sektor publik. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan di lingkup Pemerintah Kota Bekasi, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk wilayah lain. Selain itu, metode kuantitatif yang digunakan belum mampu menggali pengalaman pelanggan secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah responden dan menggunakan mixed methods agar mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 85 responden instansi pemerintah Kota Bekasi, uji korelasi Rank Spearman menunjukkan bahwa seluruh 15 pasangan dimensi kualitas pelayanan komunikasi (X1-X5) dengan indikator kepuasan pelanggan (Y1-Y3) memiliki hubungan positif dan signifikan ($p < 0,05$). Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak, yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager* memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan pelanggan instansi pemerintah Kota Bekasi. Hubungan terkuat ditemukan pada dimensi bukti fisik terhadap konfirmasi ekspektasi, sedangkan hubungan terlemah, meski tetap signifikan, ditemukan pada dimensi bukti Fisik terhadap niat beli ulang. Dimensi bukti fisik secara umum memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan dimensi daya tanggap memperoleh penilaian terendah meskipun masih berada dalam kategori sangat baik.

Saran

Bagi wilayah Telkom Bekasi Karawang, disarankan mempertahankan kualitas pelayanan komunikasi *Account Manager* yang telah berjalan baik serta meningkatkan daya tanggap dalam merespons kebutuhan dan keluhan pelanggan. Adapun bagi peneliti selanjutnya, direkomendasikan memperluas cakupan responden ke wilayah atau instansi yang lebih beragam serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk menggali pengalaman pelanggan secara lebih mendalam.

REFERENSI

Amelia, R. (2021). Pengaruh komunikasi pelayanan IndiHome PT Telkom terhadap loyalitas pelanggan di Kota Banjarmasin. *KAGANGA: Journal of Communication Science*, 3(2), 130–139. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i2.1519>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunadi, J. (2023). Proses komunikasi dalam sosialisasi produk IndiHome PT Telekomunikasi Indonesia Regional Aceh Barat. *Sosmaniora*, 2(2), 257–262. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i2.2157>
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi pemasaran*. Sidoarjo: UMSIDA Press. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-054-0>
- Kamel, H. R., & Sofyan, A. (2022). Hubungan komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 279–283. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1352>
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif* (Edisi ke-10). Jakarta: Kencana.
- Listy, L. (2023). Peran account manager dalam pengelolaan hubungan pelanggan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 7(2), 145–160. <https://doi.org/10.24198/jmk.v7i2.42157>
- Noviana, A. D. (2023). *Hubungan kualitas pelayanan PT Telkom provider IndiHome KC Riau Kota Pekanbaru dengan kepuasan pelanggan perspektif ekonomi syariah* [Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau]. UIN Suska Repository. <https://repository.uin-suska.ac.id/76321/>
- Pontoh, M. D. F. (2025). *Strategi pemasaran account manager Telkom Witel Sulbagsel berbasis Marketing Account Plan Summary (MAPS) dengan metode pendekatan IVCA* [Skripsi, Universitas Hasanuddin].
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kemampuan berkomunikasi terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 463–472. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.614>
- PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. (2023). *Sustainable transformation: Annual report 2023*. Diakses November 2024, dari <https://www.telkom.co.id>
- PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. (2024). *Profil perusahaan dan struktur organisasi*. Diakses November 2024, dari <https://www.telkom.co.id>
- Rahayunianto, A. (2020). Komunikasi pelayanan publik terhadap kepuasan mitra pada masa transisi PSBB. *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 41–56. <https://doi.org/10.51967/thesource.v2i2.296>
- Ramadhana, R. (2025). *Account manager sebagai jembatan komunikasi profesional*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 88–102. <https://doi.org/10.31289/jik.v10i1.7821>

- Saleh, A. M. (2021). *Komunikasi pelayanan publik*. Malang: Intrans Publishing.
- Siregar, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS* (Edisi ke-4). Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan pelanggan: Konsep, pengukuran, dan strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Ummah, C., & Utami, U. (2021). *Komunikasi organisasi* (Edisi ke-1). Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Wisnandya, H. (2025). Strategi komunikasi pemasaran Account Manager Divisi Business Service Telkom Witel Yogya Jateng Selatan dalam menjaga loyalitas pelanggan Indibiz pada tahun 2023 (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN KEPUASAN PELANGGAN

Yth. Bapak/Ibu Responden,

Salam sejahtera,

Perkenalkan, saya Arthiva Iska Colinda, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Indonesia (UNISMA). Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) yang berjudul: "Kualitas Pelayanan Komunikasi Account Manager Wilayah Telkom terhadap Kepuasan Pelanggan".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan kualitas pelayanan komunikasi Account Manager Government Kota Bekasi di Witel Bekasi Karawang terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Keberhasilan penelitian ini sangat bergantung pada bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan persepsi yang jujur dan objektif terkait interaksi layanan yang selama ini berjalan.

Besar harapan saya agar Bapak/Ibu berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Bantuan Bapak/Ibu merupakan kontribusi yang sangat berharga bagi kelancaran penelitian saya. Seluruh data dan informasi yang diberikan oleh Bapak/Ibu akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Identitas responden tidak akan dipublikasikan dalam bentuk apa pun. Atas bantuan, kesediaan, dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Arthiva Iska Colinda

NPM: 41182037220056

Kontak: 085157855249

1. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

a. < 25 tahun

b. 25–35 tahun

c. 36–45 tahun

d. > 45 tahun

Pendidikan Terakhir :

- a. SMA/SMK
- b. Diploma
- c. S1
- d. S2/S3

Nama Instansi/ Dinas :

Jabatan/Bagian:

Frekuensi Komunikasi dengan *Account Manager*:

- a. Sangat sering (≥ 4 kali per bulan)
- b. Sering (2–3 kali per bulan)
- c. Jarang (1 kali per bulan)
- d. Sangat jarang (< 1 kali per bulan)

Lama menjadi pelanggan Witel :

- a. < 1 tahun
- b. 1–3 tahun
- c. 4–6 tahun
- d. > 6 tahun

2. Petunjuk pengisian kuisioner

Skala Penilaian:

Sangat Setuju (SS) = 4

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda dengan memberikan tanda checklist (v) pada kotak yang tersedia.

Keandalan (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya menerima informasi yang akurat dari Account Manager.				
2.	Informasi yang saya terima dari Account Manager disampaikan secara konsisten.				
3.	Informasi yang diberikan oleh Account Manager dapat dipercaya.				
Daya Tanggap (X2)					
No	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		SS	S	TS	STS
4.	Account Manager merespons permintaan saya dengan cepat.				
5.	Account Manager menangani keluhan saya dengan cepat.				
6.	Account Manager memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan yang saya hadapi.				
Jaminan (X3)					
No	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		SS	S	TS	STS
7.	Account Manager menguasai produk dan layanan yang ditawarkan.				
8.	Account Manager bersikap profesional dalam berkomunikasi.				
9.	Account Manager mampu menumbuhkan rasa percaya atas produk yang ditawarkan kepada saya.				
Empati (X4)					
No	Pernyataan	Pilihan jawaban			

		SS	S	TS	STS
10.	Account Manager memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya.				
11.	Account Manager memahami kebutuhan saya.				
12.	Account Manager mudah dihubungi saat saya membutuhkan bantuan.				
Bukti Fisik (X5)					
No	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		SS	S	TS	STS
13.	Account Manager memiliki penampilan yang profesional.				
14.	Dokumen layanan yang saya terima dari Account Manager tersusun lengkap dan rapi.				
15.	Media komunikasi yang digunakan Account Manager (seperti WhatsApp, email, atau telepon) mendukung kelancaran pelayanan yang saya terima."				
Konfirmasi Ekspektasi (Y1)					
No	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		SS	S	TS	STS
16.	Layanan komunikasi yang diberikan Account Manager sesuai dengan harapan saya.				
17.	Saya merasa nyaman selama proses pelayanan berlangsung.				

18.	Informasi yang saya terima dari Account Manager disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.				
Niat Beli Ulang (Y2)					
No	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		SS	S	TS	STS
19.	Saya berminat menggunakan layanan Telkom di masa mendatang.				
20.	Saya berminat mencoba fitur atau layanan baru dari Telkom.				
21.	Saya bersedia menjadikan Telkom sebagai pilihan utama layanan.				
Kesediaan Untuk Merekomendasikan (Y3)					
No	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		SS	S	TS	STS
22.	Saya bersedia merekomendasikan layanan Telkom kepada instansi lain.				
23.	Saya bersedia memberikan penilaian positif terhadap layanan Telkom.				
24.	Saya bersedia menceritakan pengalaman positif menggunakan layanan Telkom kepada instansi lain.				

Lampiran 2 Izin Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM "45"
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 17113
Telp. (021) 8801027, 8802015, 8808851-52 Ext. 139 Fax. (021) 8801192

Nomor : M.0450/UNISMA.FKSB/E/XI/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Bekasi, 25 November 2025

Kepada Yth.
Manager PT Telkom Indonesia Witel Bekasi
di
Tempat

Dengan hormat,

Teriring salam dan doa kami sampaikan semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah kepada kita dalam menjalankan aktifitas sehari-hari.

Bersama surat ini kami mengajukan izin penelitian bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi. Mahasiswa kami tersebut atas nama :

No.	Nama	NPM	Program Studi
I	Arthiva Iska Colinda	41182037220056	Ilmu Komunikasi

Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka memenuhi penelitian skripsi.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Dekan



Saepudin, S.S., M.Soc.Sc.
NRP. 45.1.01.11.2011.031

Surat / lembar pengesahan ini sesuai dengan tercetak. Untuk melihat validasi surat, silakan scan QR Code atau kunjungi <https://www.fksbunismabekasi.id/>

Lampiran 3 Surat konfirmasi Penelitian

Nomor : C.Tel 002/PS 000/T2W-0F000000/2026
Bekasi, 04 Mei 2026



Kepada,

Universitas Islam "45" Bekasi

Dengan hormat,

Menjawab surat Saudara dengan nomor : M.0450/UNISMA.FKSB/E/XI/2025 yang telah kami terima tanggal 14 April 2026 perihal Permohonan Izin Riset mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika, serta untuk mendukung kegiatan akademik dan penelitian mahasiswa, maka dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya permohonan tersebut dapat kami setuju atas nama:

Nama	NIM/NIS	Jurusan
Arthiva Iska Colinda	41182037220056	Ilmu Komunikasi

Untuk itu mahasiswa tersebut akan melaksanakan kegiatan riset di area Witel Bekasi Karawang terhitung sejak kegiatan riset dimulai dengan estimasi waktu pelaksanaan selama 1 (satu) sampai dengan 3 (tiga) bulan. Untuk pelaksanaannya, 1 (satu) hari sebelum dimulai kegiatan riset, mahasiswa tersebut agar melapor terlebih dahulu ke unit terkait di Telkom Bekasi Karawang Jl. Rawa Tembaga No.4 Bekasi, Tlp 02188895200 untuk mendapatkan arahan yang berkaitan dengan pelaksanaan riset di PT. TELKOM.

Adapun ketentuan selama pelaksanaan riset adalah sebagai berikut:

1. Menandatangani surat pernyataan kegiatan riset bermaterai Rp.10.000
2. Mematuhi dan melaksanakan peraturan yang berlaku di PT. Telkom
3. Bersedia menggunakan alat komunikasi produk Telkom Group contohnya: Telkomsel
4. Mendapatkan surat keterangan jika sudah selesai melaksanakan kegiatan riset
5. Semua biaya yang timbul selama melaksanakan kegiatan riset ditanggung sendiri dan tidak diberikan kompensasi/uang makan dan transport
6. Mendapatkan tanda pengenal/identitas riset dan memakainya selama masa kegiatan riset
7. Mengembalikan tanda pengenal saat kegiatan riset telah selesai. Jika tanda pengenal hilang, bersedia membayar denda sebesar Rp. 25.000.00.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

RINA REFLINA

PGS Manager Shared Service & General Support



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk
Kantor Telkom Bekasi Karawang
Jl. Rawa Tembaga Raya No.4
Bekasi - 17145

Phone : +62 21 8890000
www.telkom.co.id



Lampiran 4 Tabulasi Data Responden (85 responden)

X1	X1.2	X1.3	total	X2	X2.2	X2.3	total
4	4	2	10	3	2	3	8
4	3	3	10	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	4	10
3	4	3	10	3	4	4	11
4	4	4	12	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	4	10	3	4	4	11
3	3	4	10	4	4	4	12
3	4	3	10	3	3	3	9
3	2	3	8	2	3	3	8
2	3	2	7	2	2	2	6
3	3	4	10	4	3	4	11
3	4	4	11	3	4	4	11
4	4	3	11	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	4	3	10
3	3	4	10	3	3	4	10
4	3	4	11	3	4	4	11
3	3	3	9	2	2	3	7
3	3	3	9	3	4	3	10
3	4	3	10	4	2	2	8
3	4	3	10	3	3	4	10
3	3	3	9	2	3	4	9
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	4	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	3	10	4	2	3	9
3	4	3	10	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	3	10	3	3	3	9
3	3	3	9	4	3	4	11
3	3	3	9	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	11	3	4	3	10
3	3	3	9	4	4	3	11
3	4	4	11	4	4	4	12

3	3	3	9	3	4	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	3	11	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	4	10	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	4	4	4	12
3	4	3	10	1	2	3	6
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	11
4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	3	11	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	3	10	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	3	9
4	4	3	11	3	3	4	10
4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	12

X3	X3.2	X3.3	total	X4	X4.2	X4.3	total
2	3	3	8	2	3	1	6
3	4	3	10	4	3	4	11
3	3	3	9	2	3	3	8
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	3	3	3	9
4	3	3	10	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	3	10	4	3	4	11
3	4	4	11	4	4	3	11
3	4	3	10	3	3	3	9
3	4	3	10	3	3	3	9
2	3	2	7	2	3	3	8
3	3	2	8	3	3	3	9
4	4	4	12	4	3	3	10
3	3	3	9	3	3	4	10
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	2	8	4	3	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	2	9	3	2	4	9
3	3	4	10	3	3	3	9
2	4	3	9	4	3	4	11
3	4	4	11	3	3	4	10
2	3	3	8	4	4	4	12
3	3	3	9	4	3	2	9
4	4	3	11	3	3	3	9
3	4	4	11	3	4	3	10
4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	11
3	3	4	10	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	3	9
4	3	3	10	2	3	4	9
4	3	4	11	4	4	3	11
2	3	4	9	3	3	4	10
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	4	4	11
3	3	3	9	4	4	3	11
4	3	4	11	3	4	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	11	4	4	4	12
4	4	3	11	3	4	4	11
4	4	3	11	3	4	3	10
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	11	3	3	4	10
3	3	3	9	3	3	3	9

4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	4	10
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	3	10	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	4	11	2	3	2	7
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	3	11
3	3	3	9	4	3	4	11
4	4	4	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12

X5	X5.2	X5.3	total	Y1	Y1.2	Y1.3	total
2	3	4	9	3	1	2	6
4	3	4	11	3	3	3	9
3	2	3	8	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	11	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	4	11	4	4	4	12
3	3	3	9	4	3	4	11
2	4	3	9	3	3	4	10
3	4	3	10	2	3	4	9
3	3	3	9	2	2	2	6
4	2	3	9	3	4	3	10
3	3	4	10	3	4	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	4	10	3	4	4	11
4	4	4	12	3	4	4	11
2	4	3	9	3	4	4	11
4	3	3	10	3	4	3	10
3	4	3	10	3	3	4	10
3	4	3	10	3	4	4	11
3	4	4	11	3	3	4	10
3	4	4	11	3	3	3	9
4	3	4	11	3	3	3	9
4	3	4	11	3	3	4	10
3	3	4	10	3	4	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	11
3	4	4	11	4	4	2	10
4	3	3	10	3	4	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	3	10	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	4	10
3	4	4	11	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	11	4	4	4	12
3	4	3	10	3	4	3	10
4	4	4	12	3	4	4	11
4	4	4	12	3	3	3	9
3	4	3	10	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9

4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	3	10	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	4	12	3	4	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	4	10	4	4	4	12
4	3	4	11	3	2	4	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	3	4	4	11
4	4	4	12	3	4	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	4	10
4	3	4	11	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	3	10	3	3	3	9
4	4	3	11	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12

Y2	Y2.2	Y2.3	total	Y3	Y3.2	Y3.3	total
3	4	4	11	2	4	1	7
4	4	4	12	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	4	11	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	3	10	3	4	4	11
3	3	2	8	3	3	3	9
3	3	3	9	4	3	4	11
4	4	4	12	4	3	4	11
3	4	3	10	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	3	11

2	2	2	6	2	2	3	7
3	3	3	9	3	3	4	10
3	4	4	11	4	3	4	11
4	3	3	10	3	4	4	11
3	4	4	11	4	4	4	12
4	4	3	11	3	3	4	10
4	4	3	11	3	3	4	10
4	3	3	10	4	3	4	11
4	3	2	9	3	3	3	9
3	3	4	10	3	3	2	8
3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	3	10	3	3	3	9
3	3	4	10	3	3	3	9
3	3	4	10	3	3	3	9
3	3	3	9	4	3	3	10
4	3	4	11	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	4	3	10
3	3	3	9	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	4	11	3	3	3	9
2	3	2	7	3	3	3	9
3	4	3	10	4	3	4	11
3	4	3	10	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	2	4	3	9
4	4	4	12	4	3	3	10
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	12
4	3	4	11	4	4	4	12
3	3	4	10	4	4	4	12
3	3	3	9	4	3	4	11
3	4	4	11	4	3	3	10
3	4	3	10	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	11	3	4	4	11
4	4	4	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	3	9
4	4	3	11	3	3	3	9

4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	2	9	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	3	10	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	4	10
4	4	3	11	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	4	10	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	2	8	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	3	11	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9

Lampiran 5 Output Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	75.60	53.917	.397	.877
X1.2	75.00	57.583	-.108	.886
X1.3	75.56	50.257	.764	.867
X2	75.76	53.940	.309	.879
X2.1	75.64	51.657	.501	.874
X2.2	75.44	51.507	.565	.872
X3	75.72	51.293	.587	.872
X3.2	75.40	54.500	.316	.879
X3.3	75.72	53.627	.325	.879
X4	75.52	49.677	.727	.867
X4.2	75.72	55.543	.231	.880
X4.3	75.56	51.840	.453	.876
X5	75.56	53.590	.314	.880
X5.2	75.48	54.593	.226	.882

X5.3	75.32	54.477	.312	.879
Y1	75.64	52.157	.578	.872
Y1.2	75.44	50.007	.607	.871
Y1.3	75.32	50.143	.704	.868
Y2	75.44	52.090	.569	.873
Y2.2	75.44	54.340	.289	.880
Y2.3	75.52	52.927	.375	.878
Y3	75.56	50.423	.743	.868
Y3.2	75.56	54.007	.365	.878
Y3.3	75.48	50.677	.549	.873

Lampiran 6 Output Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.935	24

Lampiran 7 Output Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
Total_X	.160	85	.000
Total_Y	.113	85	.009

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 8 Output Uji Korelasi Rank Spearman

Correlations				
			Total_X	Total_Y
Spearman's rho	Total_X	Correlation Coefficient	1.000	.633**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	85	85
	Total_Y	Correlation Coefficient	.633**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian



Questions Responses 90 Settings

Section 1 of 4

KUESIONER PENELITIAN KEPUASAN PELANGGAN

B I U

Yth. Bapak/Ibu Responden,

Salam sejahtera,

Perkenalkan, saya Arthiva Iska Colinda, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Indonesia (UM.ID). Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) yang berjudul: "Kualitas Pelayanan Komunikasi Account Manager Wilayah Telkom terhadap Kepuasan Pelanggan".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan kualitas pelayanan komunikasi Account Manager wilayah Telkom terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Keberhasilan penelitian ini sangat bergantung pada bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan persepsi yang jujur dan objektif terkait interaksi layanan yang selama ini berjalan.

Besar harapan saya agar Bapak/Ibu berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Bantuan



Lampiran 10 Lembar Catatan Bimbingan Proposal Skripsi

Bimbingan Ke-	Hari & Tanggal	Materi Bimbingan	Catatan	Paraf Dosen
1	Selasa, 11 November 2025	Diskusi Judul Penelitian	Membuat Latar Belakang Masalah	
2	Selasa, 17 November 2025	Diskusi Latar Belakang Masalah	Revisi Penulisan Bab I	
3	Kamis, 27 November 2025	Mengevaluasi Bab I	Mencari Penelitian Terdahulu	
4	Senin, 01 Desember 2025	Mengevaluasi Penelitian Terdahulu	Revisi Penulisan Bab II	
5	Senin, 10 Desember 2025	Mengevaluasi dan Diskusi Bab II	Revisi Bab II	
6	Rabu, 15 Desember 2025	Mengirimkan Bab I dan Bab II ke Email	-	
7	Jum'at, 19 Desember 2025	Mengevaluasi Bab II dan Diskusi Jenis Penelitian	Melanjutkan Penulisan Bab III	
8	Rabu, 24 Desember 2025	Mengevaluasi Bab I, II, dan III	Mengevaluasi Penulisan Sesuai Pedoman	

Lampiran 11 Lembar Catatan Bimbingan Hasil dan Pembahasan

Bimbingan ke -	Hari dan Tanggal	Materi Bimbingan	Catatan Bimbingan	Paraf Dosen
1	Kamis, 02 April 2026	Kuesioner	Merapikan Penulisan Kuesioner dan siap membagikan kuesioner	Uhi
2	Rabu, 06 Mei 2026	Uji Validitas data	-	Uhi
3	Senin, 18 Mei 2026	Sudah mendapatkan sampel 85 responden dan diskusi olah data	pengerjaan bab 4	Uhi
4	Rabu, 17 Juni 2026	Bab 4 hasil dan pembahasan	Penulisan artikel ilmiah	Uhi
5	Rabu, 24 Juni 2026	Penulisan artikel artikel ilmiah	Merapikan isi skripsi 17-20 halaman	Uhi
6	Senin, 29 Juni 2026	Finalisasi artikel ilmiah	Artikel ilmiah dinyatakan selesai	Uhi

Lampiran 12 Bukti Turnitin

arthiva.docx

ORIGINALITY REPORT

19%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-alauddin.ac.id Internet	42 words — 1%
2	idr.uin-antasari.ac.id Internet	41 words — 1%
3	repository.iainpalopo.ac.id Internet	40 words — 1%
4	repository.usd.ac.id Internet	33 words — 1%
5	docplayer.info Internet	27 words — 1%
6	adoc.pub Internet	24 words — 1%
7	repository.usu.ac.id Internet	22 words — 1%
8	repository.unj.ac.id Internet	22 words — 1%
9	Milasari Milasari, Kordiana Sambara, Mira La'bi Bandhaso. "Pengaruh Pelatihan terhadap Peningkatan Kompetensi Karyawan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	20 words — 1%