

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Plasa Telkom Rantauprapat, Labuhan Batu

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Plasa Telkom Rantauprapat, Labuhan Batu

M. Nicky Fakhrozaldi, Beby Masitho Batubara* & Nina Angelia

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Medan Area Indonesia

Diterima: 22 Maret 2025; Direview: 26 Maret 2025; Disetujui: 03 April 2025

*Corresponding Email: beby@staff.uma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk di wilayah Kabupaten Labuhan Batu, dengan studi kasus pada pelanggan Plasa Telkom Rantauprapat. Dalam era modern, teknologi telah menjadi kebutuhan pokok yang mendorong layanan berbasis digital semakin berkembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana melalui aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,042 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 4,2%. Selain itu, nilai t hitung sebesar 14,283 lebih besar dari t tabel 1,662, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa hipotesis diterima. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan menurun, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan menurun.

Keywords: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction of PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk in the Labuhan Batu Regency area, with a case study on customers of Plasa Telkom Rantauprapat. In the modern era, technology has become a staple that encourages digital-based services to grow. This study uses a quantitative method with simple linear regression analysis through the SPSS version 25 application. The results of the study show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The regression coefficient value of 0.042 shows that every one-unit increase in service quality will increase customer satisfaction by 4.2%. In addition, the calculated t-value of 14.283 is greater than the t-table of 1.662, and the significance value is $0.000 < 0.05$, indicating that the hypothesis is accepted. This means that the higher the quality of the service provided, the higher the customer satisfaction felt. On the other hand, if the quality of service decreases, then the level of customer satisfaction will also decrease.

Keywords: Quality of Service; Customer Satisfaction.

How to Cite: Fakhrozaldi, M.N., Batubara, B.M., & Angelia, N., (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Plasa Telkom Rantauprapat, Labuhan Batu. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences (JEHSS)*. 7(4); 1383-1389



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Teknologi kini tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, melainkan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari. Kehidupan yang dahulu dijalani dengan kesederhanaan, kini telah bergeser ke arah kehidupan yang serba cepat, modern, dan praktis (Hasugian, 2005; Novianita et al., 2020). Teknologi informasi dan komunikasi khususnya telah merevolusi cara manusia bekerja, belajar, berinteraksi, dan mencari hiburan. Kehadiran perangkat seperti smartphone, komputer, serta akses internet berkecepatan tinggi telah menjadi kebutuhan primer, setara dengan kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan. Aktivitas manusia saat ini sebagian besar dilakukan secara daring, mulai dari pendidikan, pekerjaan, hingga kebutuhan rumah tangga. Untuk mendukung aktivitas tersebut, diperlukan infrastruktur teknologi yang mumpuni, salah satunya adalah jaringan internet yang cepat dan stabil (Evi Yuliana, 2023; Karenina & Barus, 2017; Kholis et al., 2022).

Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet, penyedia jasa telekomunikasi pun dituntut untuk terus berinovasi. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia, turut mengambil peran penting dalam memenuhi kebutuhan digital masyarakat (Abdul Latief, 2019; Apriasty & Simbolon, 2022; Lanny et al., 2022). Dahulu, Telkom dikenal sebagai penyedia layanan telepon rumah dan wartel (warung telekomunikasi), namun seiring perkembangan zaman dan bergesernya kebutuhan konsumen, perusahaan ini pun bertransformasi menjadi penyedia layanan internet terintegrasi. Salah satu produk unggulan Telkom saat ini adalah IndiHome, sebuah layanan Triple Play yang mencakup internet berbasis fiber optic, televisi interaktif (UseTV), dan telepon rumah. Layanan ini menjadi solusi digital yang komprehensif bagi masyarakat modern yang membutuhkan konektivitas tinggi dan stabil (Hidayat, 2017; Sibuea, 2019).

Namun, dalam menghadapi era kompetisi yang ketat, PT Telkom Indonesia tidak hanya harus unggul dalam hal produk, tetapi juga dalam kualitas pelayanan. Saat ini banyak perusahaan telekomunikasi lain yang menawarkan layanan serupa dengan harga kompetitif dan fitur-fitur menarik. Konsumen pun semakin cerdas dan kritis dalam menilai sebuah produk, tidak hanya dari segi harga atau kecepatan internet, tetapi juga dari kualitas pelayanan yang diberikan (Aprizal et al., 2020; Pramadani, 2012; Putri et al., 2019). Kualitas pelayanan menjadi salah satu indikator penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menyebabkan pelanggan beralih ke kompetitor.

Dalam konteks ini, Plasa Telkom sebagai unit pelayanan langsung dari PT Telkom Indonesia memiliki peran strategis. Plasa Telkom merupakan garda terdepan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, baik dalam hal pemasangan, pengaduan, pembayaran, maupun konsultasi produk. Keberadaan Plasa Telkom di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Labuhan Batu, menunjukkan komitmen Telkom dalam mendekatkan layanan kepada masyarakat. Kabupaten Labuhan Batu sendiri merupakan salah satu wilayah dengan jumlah penduduk cukup besar di Provinsi Sumatera Utara, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, penduduk Labuhan Batu mencapai lebih dari 500 ribu jiwa (Batu, 2022). Dengan populasi sebesar ini, potensi pasar layanan internet di daerah ini sangat menjanjikan, sekaligus menuntut kualitas pelayanan yang optimal dari penyedia jasa seperti Telkom.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pihak Plasa Telkom Rantauprapat, diketahui bahwa jumlah pelanggan IndiHome di wilayah ini telah mencapai sekitar 1000 orang. Angka ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam permintaan layanan internet, terutama sejak pandemi COVID-19 yang menyebabkan pergeseran aktivitas ke platform digital. Pendidikan daring, kerja dari rumah (WFH), dan peningkatan konsumsi hiburan online menjadi faktor pendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet yang andal. Namun, seiring dengan tingginya permintaan, muncul pula berbagai keluhan dari pelanggan terkait kualitas layanan, seperti gangguan jaringan, respon lambat dari customer service, dan kendala teknis lainnya.



Sebagai contoh, dalam wawancara yang dilakukan dengan salah satu pelanggan, Bapak Soleh, seorang wiraswasta yang menggunakan layanan IndiHome, mengungkapkan kekecewaannya terhadap lambannya respon dari pihak Plasa Telkom dalam menangani keluhan gangguan jaringan. Meskipun telah melakukan pengaduan melalui telepon dan datang langsung ke Plasa, namun permasalahan belum terselesaikan dengan memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dengan pelayanan yang diterima. Apabila situasi seperti ini tidak segera diatasi, maka dikhawatirkan akan berdampak negatif terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.

Berbagai penelitian menegaskan bahwa kualitas pelayanan, yang mencakup lima dimensi utama menurut Parasuraman et al. (1988) yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Sulaiman (2017) dan Wijaya (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan Telkom. Namun, masih minim kajian yang menyoroti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di wilayah kabupaten seperti Labuhan Batu, yang memiliki karakteristik geografis dan sosial berbeda dari daerah perkotaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Rantauprapat mampu memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran tentang aspek-aspek pelayanan mana saja yang perlu ditingkatkan serta menyumbangkan rekomendasi strategis bagi manajemen PT Telkom Indonesia dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di daerah tersebut.

METODE PENELITIAN

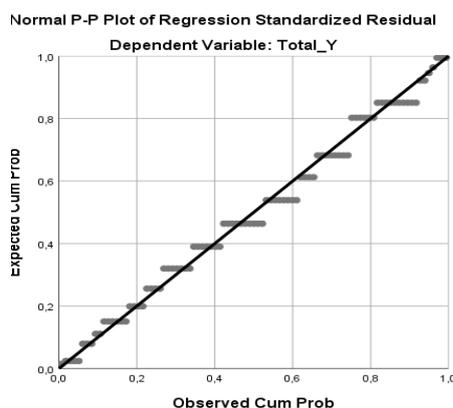
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal-komparatif *ex post facto*, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Subjek penelitian adalah pelanggan PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang datang langsung ke Kantor Plasa Telkom Rantauprapat, Kabupaten Labuhan Batu. Populasi penelitian berjumlah sekitar 1.000 pelanggan, dan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *incidental sampling*, yakni memilih responden berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan berinteraksi dengan peneliti dan memenuhi kriteria sebagai pelanggan aktif. Teknik ini dipilih karena memberikan kemudahan dalam menjangkau responden secara langsung di lokasi layanan, serta memungkinkan pengumpulan data secara efisien dalam waktu terbatas. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 91 responden.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dengan indikator meliputi kecepatan layanan, kejelasan informasi, ketanggapan, keramahan petugas, fasilitas fisik, serta kesesuaian layanan, loyalitas, dan rekomendasi. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson dan reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha ($\geq 0,6$). Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 21 melalui regresi linier sederhana ($Y = a + bX$) dengan uji asumsi klasik: normalitas, linearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji t dan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat pengaruh signifikan dan kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas



Gambar 1. P P Plot

Terdapat pada gambar 1. titik titik mengikuti garis diagonalnya, hal ini di anggap normal karena data yang normal terdapat pada gambar jika titik titik mengikuti garis diagonalnya maka penelitian ini di anggap normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,05550941
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,057
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, yang berarti data residual berdistribusi normal. Hal ini juga didukung oleh plot P-P yang menunjukkan titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal, yang mengindikasikan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

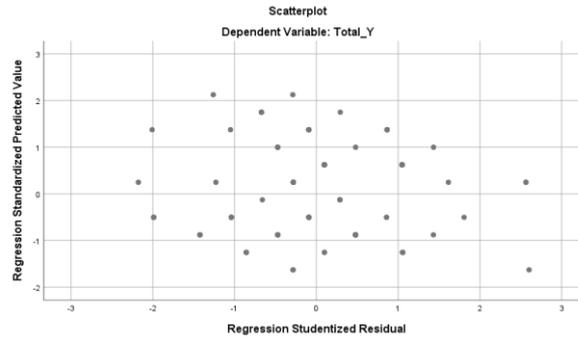
Uji Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas

Tabel.2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Total_X	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Total_Y

Hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai Tolerance $1,000 > 0,1$ serta nilai VIF $1,000 < 10$ (Kualitas Pelayanan), Hasil diatas disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas pada masing-masing variabel.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance 1,000 dan VIF 1,000, yang berada dalam batas toleransi normal (Tolerance > 0,1 dan VIF < 10), sehingga tidak ditemukan indikasi multikolinearitas. Sementara itu, hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, menandakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,297	,820		,362	,718
	Total_X	,600	,042	,834	14,283	,000

a. Dependent Variable: Total_Y

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi 0,600 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara nyata. Uji t menunjukkan nilai t hitung 14,283 > t tabel 1,662, yang menguatkan adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh persamaan $Y = 0,297 + 0,600X$, di mana Y mewakili kepuasan pelanggan dan X mewakili kualitas pelayanan. Koefisien regresi sebesar 0,600 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,600 satuan. Nilai t-hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 14,283, yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,662, dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya. Jika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan yang baik berperan penting dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Lebih lanjut, Fandi Tjiptono (2004) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dalam penelitian ini, indikator kualitas pelayanan meliputi kecepatan layanan, kejelasan informasi, ketanggapan petugas terhadap keluhan, keramahan dan

sopan santun petugas, serta kondisi fasilitas fisik. Ketika indikator-indikator ini terpenuhi dengan baik, pelanggan cenderung merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Edyansyah (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lhokseumawe. Demikian pula, penelitian oleh Aisy & Gufron (2017) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang.

Dalam konteks PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk wilayah Kabupaten Labuhan Batu, khususnya pada pelanggan Plasa Telkom Rantauprapat, peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan beberapa cara. Pertama, meningkatkan kecepatan layanan dengan memastikan proses administrasi dan teknis berjalan efisien. Kedua, menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pelanggan mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Ketiga, meningkatkan ketanggapan petugas dalam menanggapi keluhan atau pertanyaan pelanggan. Keempat, memastikan petugas bersikap ramah dan sopan dalam berinteraksi dengan pelanggan. Kelima, menjaga kondisi fasilitas fisik seperti ruang tunggu yang nyaman dan bersih.

Dengan memperhatikan dan meningkatkan aspek-aspek tersebut, diharapkan kepuasan pelanggan akan meningkat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap PT. Telkom Indonesia. Loyalitas pelanggan yang tinggi dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, seperti peningkatan pendapatan dan pangsa pasar, serta reputasi yang baik di mata masyarakat.

Selain itu, penting bagi PT. Telkom Indonesia untuk secara rutin melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan secara berkala, analisis umpan balik pelanggan, dan pemantauan kinerja petugas layanan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri telekomunikasi, PT. Telkom Indonesia perlu terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Misalnya, dengan menyediakan layanan digital yang lebih canggih, meningkatkan kecepatan internet, dan menawarkan paket layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam menentukan kepuasan pelanggan. PT. Telkom Indonesia harus terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memenuhi harapan pelanggan dan memenangkan persaingan di industri telekomunikasi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk di wilayah Kabupaten Labuhan Batu, khususnya di Plasa Telkom Rantauprapat. Kualitas pelayanan yang meliputi aspek kecepatan, ketanggapan, kejelasan informasi, keramahan petugas, dan kondisi fasilitas fisik terbukti berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berdampak langsung terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, dengan koefisien regresi sebesar 0,600 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan dari Kotler dan Keller serta Tjiptono yang menyatakan bahwa pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan akan menciptakan rasa puas dan mendorong loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, PT Telkom Indonesia perlu mempertahankan serta meningkatkan standar pelayanannya, terutama dalam merespons keluhan pelanggan, agar kepuasan tetap terjaga dan pelanggan tidak berpindah ke kompetitor. Evaluasi berkala dan inovasi dalam pelayanan menjadi strategi penting dalam menjaga daya saing dan membangun kepercayaan masyarakat di era digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latief. (2019). JUPIIS : Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial Influence of Knowledge Management , Skills and Attitudes Toward Employee Performance. 11(2), 173–182.
- Aisy, R., & Gufron, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holyshoes. Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan, 6(3), 5–9.
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). 35 | P a g e Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). 1(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Aprizal, A., Kurniaty, K., & Hasriani, H. (2020). Pengaruh Kedisiplinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Telkomsel Area IV Pamasuka Kota Makassar. E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 7(2), 131–135.
- Batu, B. P. S. K. L. (2022). Data Statistik Kependudukan Kabupaten Labuhan Batu Tahun 2022. <https://labuhanbatukab.bps.go.id>
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.
- Edyansyah, TEdyansyah, T. (2016). (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lhokseumawe. Jurnal Visioner & Strategis, 5(3), 35–42.
- Evi Yuliana, M. (2023). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Desa Wisata Sidowayah. Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK), 3(1), 14–26. <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i1.2568>
- Fandi Tjiptono. (2004). Manajemen Jasa. In Andi Offset. Andi.
- Hasugian, J. (2005). Pemanfaatan internet studi kasus tentang pola, manfaat dan tujuan penggunaan internet oleh mahasiswa pada Perpustakaan Universitas Sumatera Utara.
- Hidayat, H. (2017). Penerapan dimensi Customer Relationship Management (CMR) dalam meningkatkan penjualan produk Wifi. id Managed Service (WMS) pada PT. Telkom Indonesia, Tbk Cabang Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Karenina, R., & Barus, I. (2017). Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Literasi Internet pada Perempuan Desa. 9(1), 84–89.
- Kholis, A., Silalahi, T., Rahman, H., Lestari, N. W., & Harefa, K. (2022). Pengaruh Penggunaan Internet dan Motivasi Belajar terhadap Hasil Belajar Siswa Akuntansi di Sekolah SMK. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS), 4(4), 2634–2641. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i4.1172>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran (Edisi ke-13. Erlangga.
- Lanny, D. K., Lubis, M. R., & Pasaribu, S. E. (2022). Pengaruh Organizational Citizenship Behavior dan Kecerdasan Sosial di Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Sistem Aplikasi Penilaian Prestasi Kinerja Pegawai. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS), 4(3), 1539–1551. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.907>
- Novianita, R. R., Andhikasari, R., & Pratiwi, C. Y. (2020). Efektivitas Penggunaan Internet Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Tugas Akhir Mahasiswa Akademi Komunikasi. Jurnal Petik, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.31980/jpetik.v6i2.853>
- Pramadani, A. B. (2012). Hubungan antara komitmen organisasi dengan kesiapan untuk berubah pada karyawan divisi enterprise service (DES) telkom ketintang Surabaya. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Putri, R. D., Kadir, A., & Nasution, I. (2019). Implementasi Kebijakan Program Pensiun Dini Di PT . Telkom Regional 1 Sumatera Implementation of Early Pension Program Policy in PT . Telkom Regional 1 Sumatera. Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 1(2), 106–111.
- Sibuea, A. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada STO (Sentral Telepon Otomatis) PT. Telkom Akses Medan. Universitas Medan Area.
- Sulaiman, E. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Syariah. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, 9(1), 22. <https://core.ac.uk/download/pdf/151518500.pdf>
- Wijaya, A. (2021). Analisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Telkom Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen, 6(3), 211–219.