ABSTRAKSI

Perkembangan dunia usaha pada saat ini semakin pesat, hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya berbagai macam produk yang ditawarkan oleh banyak produsen di pasar. Demikian juga terjadi pada bidang telekomunikasi yang ditandai dengan berbagai macam jenis pelayanan telekomunikasi yang ditawarkan, yang semuanya mengarah pada kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah bagi Telkom merupakan kunci sukses agar dapat tetap eksis.

Pada skripsi ini, penulis ingin menguraikan tentang evaluasi kepuasan pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanan PT. Telkom Muntilan. Yang ingin diungkapkan dari skripsi ini adalah, bagaimana posisi kinerja Telkom saat ini dibandingkan dengan harapan nasabahnya. Selain itu juga ingin menjelaskan tentang faktor apa yang paling berpengaruh pada kepuasan nasabahnya.

Untuk menguraikan dan memecahkan permasalahan tersebut, dalam penelitian ini didasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan jasa, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (keyakinan), *emphaty* (empati), dan *tangible* (berwujud) sebagai variabel yang akan dinilai atau dipersepsikan oleh konsumen. Variabel-variabel tersebut kemudian akan menghasilkan mutu atau kualitas dari kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan jasa pelayanannya terhadap konsumen. Dengan kata lain, mutu atau kualitas pelayanan jasa ditentukan oleh kelima dimensi atau variabel tersebut setelah adanya penilaian dari nasabah.

Setelah hasil nilai kinerja Telkom dan harapan nasabah diperoleh, maka langkah selanjutnya yaitu menganalisis nilai tersebut. Sehingga dapat diketahui langkah apa yang ada seharusnya dilakukan oleh pihak perusahaan, yaitu dengan melihat rekomendasi dari implikasi strategis yang ada. Implikasi strategis yang ada adalah memprioritaskan pada peningkatan kinerja, dan perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan.