
Pengaruh Trouble Ticketing System Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT Solusindo Bintang Pratama Batam Jasa Internet Service Provider/ISP)

Rika Harman

Program Studi Sistem Informasi, STMIK Putera Batam

ABSTRACT

Long term investment in information technology systems leads to the cost advantage of low-cost leadership. Providing online customer service makes the company's operations become easier and efficient and one form of online services is web-based system. Trouble Ticketing System is a web-based system that is commonly used in dealing with any customer complaints against interruption or the decrease of quality of the internet perceived. In addition, this system can also handle upgrade or downgrade requests, mutation of the customer and receive customer complaints report through e-mail, telephone and client applications on the system. In this case, a support/csc plays an important role in controlling every activity on the system. The main task of this support/csc is to create trouble ticket or any other requests ticket, completing the task to the first level corresponding to the SOP and run interference escalation to a higher level, until the trouble ticket is completely processed. For those who work in the network field or network administrator, Trouble Ticketing System is an application that is also called a trouble report, a mechanism used by a company or organization to track or to detect report and resolution of various types of problems. Trouble Ticketing System contains complaints and requests for support/helpdesk, and is equipped with ticket escalation feature to the company management. By this, any form of customers complaints and request can be responded quickly and in turn will facilitate the management internal policy or decision-making.

Keywords: *TroubleTicketing System, satisfaction, customer, internet service provider*

1. Latar Belakang

Investasi di dalam teknologi sistem informasi dapat menolong operasi perusahaan menjadi lebih efisien. Efisiensi operasional membuat perusahaan dapat menjalankan strategi keunggulan biaya *low-cost leadership*. Dengan menanamkan investasi pada teknologi sistem informasi, perusahaan juga dapat menanamkan rintangan untuk memasuki industri tersebut (*barriers to entry*) dengan jalan meningkatkan besarnya investasi atau kerumitan teknologi yang diperlukan untuk memasuki persaingan pasar. Selain itu, cara lain yang dapat ditempuh adalah mengikat (*lock in*) konsumen dan pemasok dengan cara membangun hubungan baru yang lebih bernilai dengan mereka. Kebutuhan akan penggunaan sistem informasi untuk saat sekarang sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap perusahaan. Karena dengan adanya sistem informasi tersebut, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan waktu relatif cepat dan mudah, tujuan akhir yang ingin dicapai adalah perusahaan akan memberikan seluruh kemampuannya dan

beusaha memberikan kepuasan terhadap pelangganya dalam hal ini yang menggunakan sistem informasi tersebut.

Menurut Ali dan Wangdra (2010: 13) Sistem informasi (*information system*) merupakan suatu kumpulan dari komponen-komponen dalam suatu perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan proses penciptaan dan pengaliran sistem informasi. Sistem informasi dapat juga dikatakan sebagai suatu totalitas terpadu terdiri dari prosedur, tenaga kerja pengolah (*brainware*), perangkat lunak (*Software*), perangkat keras (*hardware*), pangkalan data (*database*), perangkat telekomunikasi (*telecommunication*), yang saling ketergantungan dan saling menentukan dalam rangka menyediakan informasi untuk mendukung proses pengambilan keputusan bagi *stake holder* perusahaan.

Sebagai perusahaan swasta PT Solusindo Bintang Pratama Batam yang memberikan jasa akses internet atau yang sering disebut dengan *Internet Service Provider* (ISP) yang memiliki izin dari Depkominfo dan telah menjadi anggota APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) senantiasa berkomitmen untuk memberikan kepuasan pelayanan yang terbaik dengan jalan melakukan pembenahan dari segi sistem yang dipergunakan dan terus menjaga kepuasan pelanggan. *Trouble Ticketing System* itu sendiri adalah sebuah sistem yang berfungsi menangani setiap pengaduan pelanggan terhadap gangguan ataupun kualitas internet yang dirasakan berkurang atau menurun dari apa yang telah dibeli oleh pelanggan. Selain itu, sistem ini juga menangani permintaan *upgrade*, *down grade* maupun mutasi dari pelanggan. Sistem ini menerima laporan-laporan tersebut baik melalui e-mail, telepon maupun aplikasi *client* pada sistem tersebut.

Disisi pelanggan sendiri sebagai pengguna sistem informasi, kepuasan pelanggan harus menjadi suatu hal yang harus diutamakan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005: 65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007: 177). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Dalam hal ini, seorang *support* (*csc*) berperan penting dalam mengontrol setiap aktifitas pada sistem tersebut. Tugas utamanya ialah membuat tiket gangguan ataupun permintaan lainnya, menyelesaikan hingga level pertama sesuai SOPnya maupun menjalankan eskalasi gangguan ke level yang lebih tinggi, hingga tiket gangguan tersebut selesai. Hal inilah yang

membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada hubungan antara *system trouble ticketing* ini terhadap kepuasan Pelanggan atau konsumen yang menggunakan sistem tersebut pada PT Slolusindo Pratama Batam.

Rumusan, Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dari penjelasan latar belakang maka dapat dikemukakan rumusan dari permasalahan diatas, yaitu bagaimanakah pengaruh *Trouble Ticketing System* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solusindo Bintang Pratama Batam. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi tentang hubungan atau pengaruh *Trouble Ticketing System* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solusindo Bintang Pratama Batam.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan referensi sebagai pelengkap penelitian atau studi terdahulu khususnya yang berkaitan dengan studi mengenai penggunaan sistem informasi, *database (Trouble Ticketing System)* dan manajemen dalam lingkungan perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada PT Solusindo Bintang Pratama Batam khususnya dan Kepri umumnya serta juga untuk melihat lebih dalam faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

2. Landasan Teori

Berikut adalah teori-teori yang digunakan untuk memperkuat jurnal ini yang antara lain adalah sebagai berikut:

System Trouble Ticketing

Menurut Raymond Mcleod: “Sistem Informasi merupakan sistem yang mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan informasi dari semua sumber dengan menggunakan berbagai media untuk menampilkan informasi”. Sistem informasi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem di dalam suatu organisasi yang merupakan kombinasi dari orang-orang, fasilitas, teknologi informasi, media prosedur-prosedur dan pengendalian yang ditujukan untuk mendapatkan jalur komunikasi penting, memproses tipe transaksi rutin tertentu, memberi sinyal kepada manajemen dan yang lainnya terhadap kejadian-kejadian internal dan eksternal yang penting dan menyediakan suatu dasar sistem informasi untuk pengambilan keputusan, (Husda, 2012: 119).

Sedangkan menurut Ali dan Wangdra (2010: 13), Sistem informasi (*information system*) merupakan suatu kumpulan dari komponen-komponen dalam suatu perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan proses penciptaan dan pengaliran sistem informasi. Sistem informasi dapat juga dikatakan sebagai suatu totalitas terpadu terdiri dari prosedur, tenaga kerja pengolahan (*brainware*), perangkat lunak (*Software*), perangkat keras (*hardware*), pangkalan data (*database*), perangkat telekomunikasi (*telecommunication*), yang saling ketergantungan dan saling menentukan dalam rangka menyediakan informasi untuk mendukung proses pengambilan keputusan.

Didalam bukunya (Suyanto, 2007: 47) menjelaskan bahwa sistem informasi berupa *web* yang baik memiliki beberapa dimensi. Dikarenakan *Trouble Tiketing System* memiliki fungsi dan konsep yang sama sebagai sistem informasi maka dimensi *Trouble Tiketing System* dapat dijelaskan yang diantaranya adalah sebagai berikut: (1) *Usability*, adalah sebagai suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs *web* sampai pengguna dapat mengoperasikan dengan mudah dan cepat. Indikator yang dapat diukur dari *Usability* adalah mudah digunakan oleh pelanggan dan efisien dalam penggunaan. (2) *Contents* atau isi adalah hal paling utama pada sebuah situs, karena itu konten haruslah menarik, relevan dan sesuai dengan target audien. Situs *web* sebaiknya memiliki arsip dari konten data-data lama. Gaya penulisan dan bahasa yang dipakai harus sesuai dengan keinginan dan target pengguna. Indikator yang dapat diukur dari *Contents* adalah mudah dimengerti oleh pengguna dan memiliki fitur yang bermanfaat (3) *Compability*, situs atau *web* harus kompatibel dengan berbagai perangkat tampilannya (*browser*), harus memberikan alternatif bagi *browser* yang tidak dapat melihat situs tersebut. Indikator yang dapat diukur dari *Compability* adalah mudah digunakan diberbagai sistem operasi dan dapat diakses dimanapun melalui internet. (4) *Loading Time*, bila sebuah situs atau *web* dapat menampilkan tampilan lebih cepat, Indikator yang dapat diukur dari *Loading Time* adalah dapat diproses atau diakses dengan cepat, dapat diakses dengan menggunakan *bandwidth* yang relatif kecil dan selalu *up to date*. (5) *Functionality*, menyangkut beragam fasilitas dan kemudahan yang tersedia di situs atau *web*. Indikator yang dapat diukur dari *Functionality* adalah dapat berfungsi dengan baik, memiliki tingkat kesalahan yang kecil dan memiliki informasi yang jelas tidak bertele-tele yang dapat membuat pelanggan tidak mengerti akan informasi tersebut. (6) *Accesibility*, Halaman web harus dapat digunakan oleh setiap orang, tanpa memandang usia dan keadaan fisiknya. Hambatan infrastruktur juga harus diperhatikan, seperti akses internet yang lambat, spesifikasi komputer, penggunaan *browser*, dan lain-lain, yang dapat mempengaruhi akses seseorang, termasuk berbagai teknologi baru seperti *smart phone* dan ponsel. *Web* juga harus dapat diakses melalui teknologi tersebut. Indikator yang dapat diukur dari *Accesibility* adalah mudah diakses oleh pelanggan atau pengguna sistem.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Scahnaars (1991 dalam Tjiptono, 2008: 24), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Ada beberapa pakar yang memberikan defenisi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Day (dalam Tse Wilton, 1998 dalam Tjiptono, 2008: 24) menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*discomfirmation*) yang dirasakan antara harapan

sebelumnya atau norma-norma kinerja lainnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kotler, et al, (1996 dalam buku Tjiptono, 2008: 24) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan di bandingkan dengan harapan.

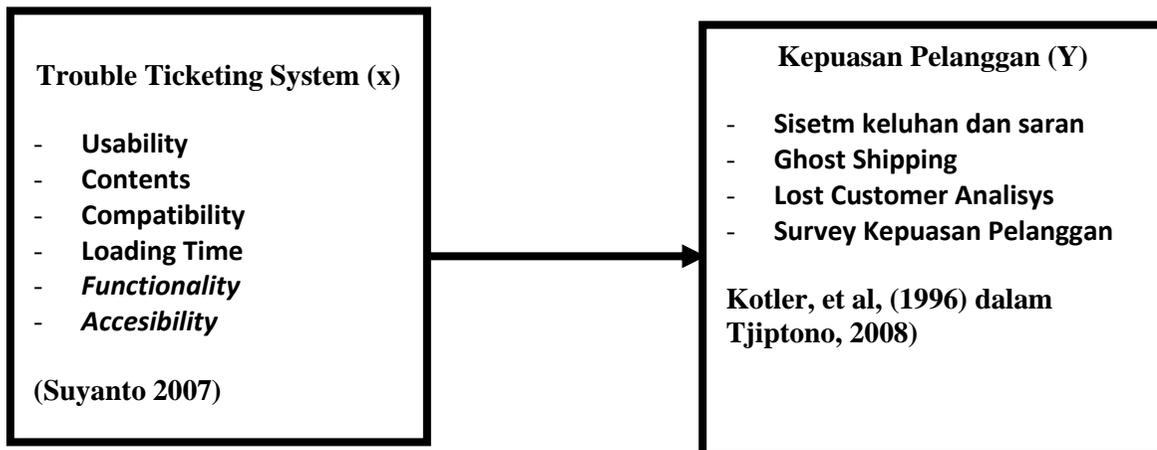
Kotler, et al (1996 dalam Tjiptono, 2008: 34), mengemukakan empat dimensi yang menentukan kepuasan pelanggan. Empat dimensi berikut ini ditinjau dari sudut pandang pelanggan. Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang esensial bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan itu dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Ada empat metode (dimensi) yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: (1) Sistem keluhan dan saran (2) *Ghost Shopping* (pelanggan bayangan), (3) *Lost Customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih), dan (4) *Survey* kepuasan pelanggan.

Dari dimensi menurut Kotler, et al (1996 dalam Tjiptono, 2008: 34), dalam Tjiptono (2008: 34), mengemukakan empat indikator yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu (1) Sistem keluhan dan saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran dilokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan, kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan, saluran telepon bebas pulsa *website, e-mail, fax, blog*, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan kepada perusahaan, sehingga masalah-masalah yang timbul dapat dipecahkan. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan timbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah berpikir (menyumbangkan ide) kepada perusahaan. Indikator yang dapat diukur dari sistem keluhan dan saran adalah pelanggan diberi kesempatan untuk menyampaikan keluhan dan saran dan menangani setiap keluhan dari pelanggan (2) *Ghost Shopping* (pelanggan bayangan), metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian karena hal ini akan menjadi bias. Indikator yang dapat diukur dari *Ghost Shopping* (pelanggan bayangan) adalah

melayani permintaan pelanggan dan menjawab pertanyaan dari pelanggan dengan baik. (3) *Lost Customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih), pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain. Yang di harapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Indikator yang dapat diukur dari *Lost Customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih) adalah mengadakan kontak dengan pelanggan dan kemudahan mendapatkan produk dan jasa. (4) *Survey* kepuasan pelanggan, umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian *survey*, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya. Indikator yang dapat diukur dari *Survey* kepuasan pelanggan adalah memberikan kepercayaan kepada pelanggan agar tidak berpindah ketempat lain dan mengukur tingkat kepuasan secara langsung.

Kerangka Berpikir Dan Hipotesis

Secara sistematis, kerangka berpikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Dari kerangka berfikir maka **Hipotesisnya** adalah bahwa *Trouble Ticketing System* (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Solusindo Bintang Pratama Batam.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode verifikatif atau kausalitas. Jumlah sampel minimal yang harus diambil adalah 136 responden. Obyek Penelitian PT Solusindo Bintang Pratama Batam dengan unit analisis adalah daerah

operasional pulau Batam dalam berbagai bidang kelompok, sesuai dengan data list pelanggan perusahaan sampai dengan Januari 2014. Data di peroleh dengan menggunakan kuesioner dan menginterview pelanggan PT Solusindo Bintang Pratama Batam. Metode analisis yang digunakan adalah persamaan **Regresi Linear Sederhana**

$$Y = a + b \cdot X.$$

Keterangan: X = Variabel Independent (*Trouble Ticketing System*)

Y = Variabel Dependent (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta, Perpotongan Garis Pada Sumbu Y

b = Koefisien Regresi

Kepuasan Pelanggan pada PT Solusindo Bintang Pratama Batam.

- $H_0 = \textit{Trouble Ticketing System}$ tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
- $H_1 = \textit{Trouble Ticketing System}$ berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pembahasan

Berikut adalah uraian tentang hasil dan pembahasan dalam jurnal ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengukur instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Jika nilai dari instrumen tersebut valid, maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Berikut hasil uji validitas untuk masing- masing variabel penelitian yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

Uji Validitas Variabel *Trouble Ticketing System* (X)

Hasil *output* SPSS versi 17.0, pengujian validitas dapat dilihat pada *Items Total Statistics* kolom r_{hitung} berikut ini:

Tabel 1: Hasil Uji Validitas *Trouble Ticketing System*

Item-Total Statistics			
Variabel	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Remarks
X.1	.616	0.30	Valid
X.2	.497	0.30	Valid
X.3	.566	0.30	Valid
X.4	.486	0.30	Valid
X.5	.449	0.30	Valid
X.6	.598	0.30	Valid

X.7	.549	0.30	Valid
X.8	.600	0.30	Valid
X.9	.672	0.30	Valid
X.10	.613	0.30	Valid
X.11	.590	0.30	Valid
X.12	.631	0.30	Valid

Sumber data: Output SPSS 17.0

Dengan menggunakan acuan penilaian validitas item-item pengukur variabel penelitian serta menyimpulkan dari keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa item mulai dari X.1, X.2, X.3, X.4, X.5, X.6, X.7, X.8, X.9, X.10, X.11, dan X.12 dinyatakan valid untuk mengukur variabel *Trouble Ticketing System* (X).

Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

Hasil *output* SPSS versi 17.0, pengujian validitas dapat dilihat pada *Items Total Statistics* kolom r_{hitung} (*Corrected Item Total Correlation*) berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen

Variabel	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Remarks
Y.1	.646	0.30	Valid
Y.2	.549	0.30	Valid
Y.3	.535	0.30	Valid
Y.4	.514	0.30	Valid
Y.5	.543	0.30	Valid
Y.6	.623	0.30	Valid
Y.7	.653	0.30	Valid
Y.8	.638	0.30	Valid

Sumber data: Output SPSS 17.0

Dengan menggunakan acuan penilaian validitas item-item pengukur variabel penelitian serta menyimpulkan dari keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa item mulai dari Y.1, Y.2, Y.3, Y.4, Y.5, Y.6, Y.7 dan Y.8 dinyatakan valid untuk mengukur variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Reliabilitas (*Reliability*)

Sebelum memasuki pengelolaan data selanjutnya, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Pengujian yang dilakukan dalam pengujian ini meliputi pengujian reliabilitas terhadap alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melihat *cronbach's alpha*

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
<i>Trouble Ticketing System (X)</i>	0,877	12	<i>Reliable</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,847	8	<i>Reliable</i>

Sumber data: Output SPSS 17.0

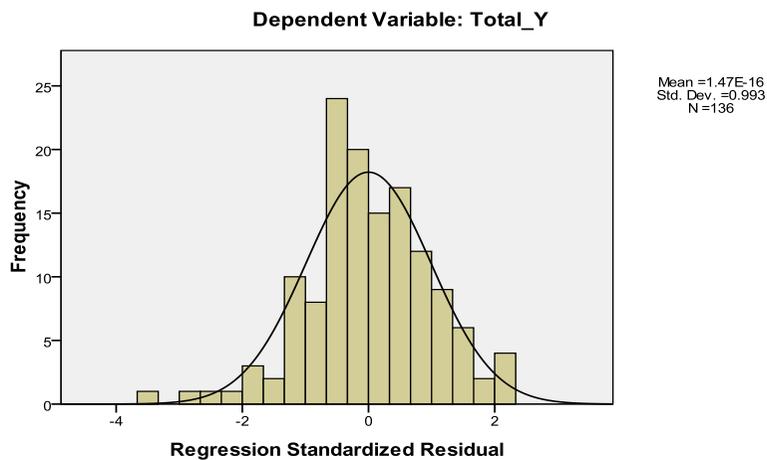
Keterangan

Pada Tabel 3 didapat hasil pengolahan data melalui SPSS ini, didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.847. Karena $0,770 > 0,6$. Angka tersebut mempunyai indeks koefisien reliabilitas yang sangat tinggi dan menunjukkan bahwa instrument variabel Y telah reliabel dan telah layak untuk dijadikan sebagai alat ukur variabel penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang akan dilakukan pada penelitian ini meliputi uji normalitas, dan uji multikolinieritas sebagai syarat selanjutnya data yang diperoleh akan dilakukan uji regresi, juga untuk mengetahui tingkat kenormalan dan hubungan antar data. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan diagram histogram dan diagram *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Selain menggunakan diagram, juga dilakukan pengujian menggunakan pendekatan numerik dengan metode Kolmogorov–Smirnov. Suatu data penelitian dikatakan memiliki distribusi normal jika nilai Kolmogorov – Smirnov memiliki tingkat signifikansi $> 0,05$. Hasil uji normalitas dengan menggunakan histogram dan *standardized residual plot* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

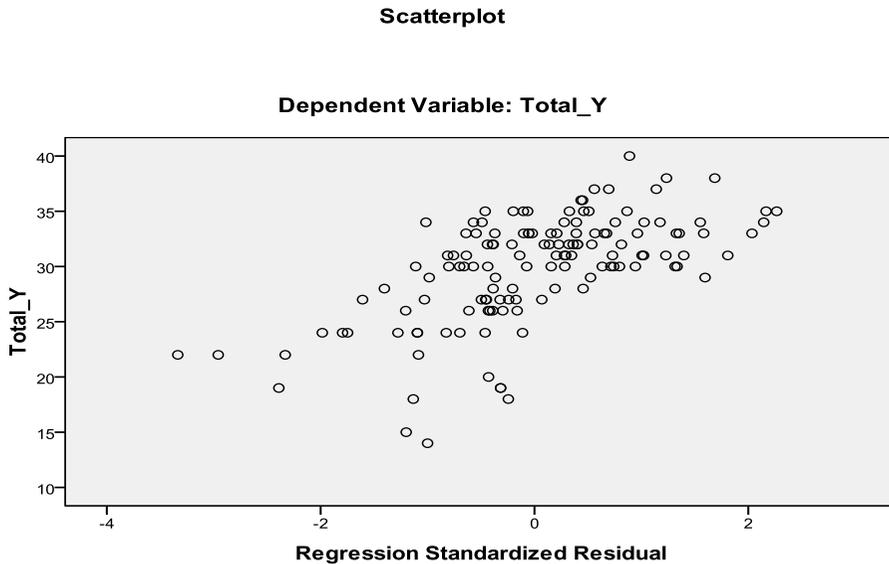
Histogram



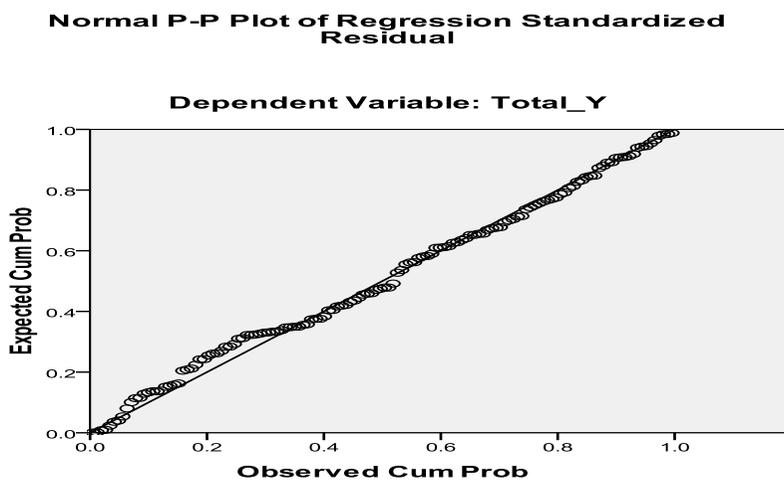
Gambar: 2. Histogram Normalitas Variabel

Keterangan:

Dengan melihat kurva pada histogram diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model memiliki distribusi normal karena bentuk kurva yang ditampilkan menyerupai lonceng. Keberadaan titik-titik pada diagram *Normal P-P plot regression standardized Residual* yang berada pada sekitar garis juga menunjukkan bahwa model memiliki distribusi normal.



Gambar: 3. Normal Scatterplot of Regression Standardized Residual.



Gambar: 4. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Keterangan:

Hasil uji normalitas yang dilakukan dengan dua cara sebelumnya menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat histogram yang menunjukkan garis lengkung mengikuti kenaikan dan penurunan diagram batang sehingga menunjukkan *bell-shaped curved* dan *standardized residual plot* tampak titik-titik mengikuti arah garis. Pada uji Kolmogorov-Smirnov juga menunjukkan data normal dimana nilai Kolmogorov-Smirnov memiliki tingkat Signifikansi 0,640 lebih $> 0,05$.

Hasil Uji Pengaruh (Hasil Uji T)

Untuk T dilakukan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial. Uji T dilakukan dengan membaca nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka diputuskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka diputuskan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berikut hasil uji T untuk variabel Trouble Ticketing System dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel: 4. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	T	Sig.	t _{table}
1 (Constant)	1.586	.115	
Trouble Ticketing System - Total_X	5.857	.000	1,977

Keterangan

Dari Tabel 5. dapat dilihat bahwa, variabel Trouble Ticketing System memiliki $t_{hitung} 5,857 > t_{table} 1,977$, nilai Sig dan $0,000 > 0,05$, hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Trouble Ticketing System* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Heteroskedastisitas

Menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran besar, sedang dan kecil.

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Pembahasan Hipotesis

Setelah diperoleh hasil-hasil penelitian dari semua uji yang telah dilakukan, maka dapat dilakukan pembahasan terhadap hipotesis-hipotesis yang telah peneliti rumuskan sebelumnya, yaitu untuk Penerapan *Trouble Ticketing System* bermanfaat bagi pelanggan PT Solusindo Bintang Pratama dapat dilihat bahwa rata-rata variabel menunjukkan persentase sebesar 74.83% atau dengan skor keseluruhan sebanyak 508.8. yang jika disimpulkan berada pada rentang kelas 'setuju' (455,9 – 563,1). Karena rentang kelas berada pada skala 'setuju' (455,9 – 563,1), maka diputuskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini membuktikan bahwa *Trouble Ticketing System* (X1) bermanfaat bagi pelanggan PT Solusindo Bintang Pratama.

Sedangkan untuk Kepuasan Pelanggan pada PT Solusindo Bintang Pratama tercapai dapat dilihat bahwa rata-rata variabel menunjukkan persentase sebesar 74.58% atau dengan skor keseluruhan sebanyak 505.13. yang jika disimpulkan berada pada rentang kelas 'setuju' (455,9 – 563,1). Karena rentang kelas berada pada skala 'setuju' (455,9 – 563,1), maka diputuskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini membuktikan bahwa Kepuasan Pelanggan(Y) di PT Solusindo Bintang Pratama dapat tercapai.

Dan untuk *Trouble Ticketing System* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Solusindo Bintang Pratama. dapat dilihat, variabel *Trouble Ticketing System* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,857, dan tabel distribusi t didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1.977. Pada nilai signifikansi dapat dilihat juga nilai Sig. *Trouble Ticketing System* sebesar 0,00, sementara nilai signifikansi penelitian ialah 0,05. Karena t_{hitung} *Trouble Ticketing System* 5,857 < t_{tabel} 1,977, serta nilai Sig 0,00 < 0,05, hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Trouble Ticketing System* (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT Solusindo Pratama Batam.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya maka dalam Jurnal ini dapat diambil suatu kesimpulan, yaitu Penggunaan *Trouble Ticketing System* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Solusindo Bintang Kencana Pratama Batam.

Daftar Pustaka

- Dr. Ir. Ali Hapzi, M.M dan Tonny Wangdra, S.Kom., M.M. (2010). Sistem Informasi Bisnis "SI-Bis". Dalam Prospektif Keunggulan Kompetitif. Baduose Media.
- Duwi Priyano (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. MediaKom. Yogyakarta.
- Nazir, Ph.d. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Indeks.

- Sabri Hasan (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien*. Jurnal Ilmiah- LPPM Universitas Putera Batam
- Sedarmayanti. Dan Hidayat, Syarifuddin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Mandar Maju. Bandung.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung
- Suyanto, Asep Herman. (2007). *Step by Step Web Design: Theory and Practices*. Ed.1, Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2006) . *Prinsip - Prinsip Total Quality Service* , Andi. Yogyakarta
- , Fandy (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Andi, Yogyakarta.
- , Fandy, Gregorius Chandra dan Dedi Adriana (2008). *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- Sunarwan Ujang (2012). Riset Pemasaran dan Konsumen. Penerbit Kampus IPB Taman Kencana Bogor.
- Wibowo, Agung Edy (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Penerbit Gava Media. Yogyakarta
- 006) . *Prinsip - Prinsip Total Quality Service* , Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dedi Adriana (2008). *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- Ujang Sunarwan (2012). Riset Pemasaran dan Konsumen. Penerbit Kampus IPB Taman Kencana Bogor.
- Wibowo, Agung Edy (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Penerbit Gava Media. Yogyakarta