

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TV
CABLE & INTERNET BROADBAND PT FIRST MEDIA, Tbk TERHADAP
KEPUASAN PELAYANAN MELALUI
MEDIA SOSIAL
(Survei Pada *Twitter* @FirstMediaCares)**

Kevin Olivier

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepuasan pelayanan PT. First Media, Tbk. di *twitter* First Media @FirstMediaCares. Latar belakang penelitian karena peneliti pernah berinteraksi kepada admin *Twitter* @FirstMediaCares, tetapi balasan dari akun tersebut tidak berbeda dengan pelanggan lainnya yang kurang informatif. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana kepuasan pelayanan *twitter* First Media dari pelanggan lainnya. Teori yang digunakan adalah teori *Uses and Gratification*. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan survei eksplanatif. Responden penelitian ini adalah pelanggan First Media di *Twitter* @FirstMediaCares yang berjumlah 100 orang. Hasil dari penelitian diperoleh nilai t hitung $11,309 > 1.660$ yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelayanan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelayanan sebesar 5.892. Saran penulis untuk PT. First Media, Tbk adalah terus memaksimalkan kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan ke pelanggan karena banyaknya persaingan TV Cable dan Internet Broadband yang memberikan tanggapan keluhan yang lebih informatif.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Customer Relations*, Kepuasan Pelayanan,
PT First Media

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY CUSTOMER RELATIONS
TV CABLE AND INTERNET BROADBAND PT FIRST MEDIA TBK
TOWARDS SERVICE SATISFICATIONS THROUGH SOCIAL MEDIA
(Survey on Twitter @FirstMediaCares)**

Kevin Olivier

Abstract

This research was conducted to measure the impact of service quality to satisfaction of customer relations service PT. First Media, Tbk. on twitter First Media @FirstMediaCares. Background research because researchers never exposed to the Twitter admin @FirstMediaCares, but the response from that account different from the other customers who are less informative. So the researchers wanted to know how the service satisfaction twitter First Media from other customers. The theory used is the theory *Uses and Gratification*. Methodology This study uses a quantitative approach and survey eksplanatif. Respondents are customers of First Media on Twitter @FirstMediaCares totaling 100 people. The results of the study showed the value of $t = 11.309 > 1.660$, which means there is the influence of service quality on service satisfaction. The conclusion from this study is there is the influence of service quality on service satisfaction by 5892. Suggestions writer for PT. First Media, Tbk is to continue to maximize the quality of service in providing services to customers because of competition Cable TV and Broadband Internet provides more informative response to complaints.

Key Word: Service Quality, Customer Relations, Service Satisfaction, PT First Media