

INTISARI

Antrian merupakan suatu peristiwa di mana konsumen menunggu untuk dilayani pada suatu fasilitas yang menyediakan layanan yang dicari atau dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Jika dilihat dari sisi pelanggan, antrian merupakan suatu fenomena yang sering tidak disukai. Kehilangan pelanggan tentunya tidak diinginkan oleh suatu bisnis, tetapi memenuhi keinginan pelanggan untuk mengantri bisa menguntungkan bagi suatu bisnis. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh waktu tunggu yang dipersepsikan, informasi jika terjadi penundaan, dan lingkungan tempat menunggu terhadap kepuasan waktu tunggu, kepuasan layanan, dan loyalitas.

Antrian sering terjadi pada badan usaha yang bergerak di bidang jasa. Salah satu dari badan usaha jasa adalah PT Telekomunikasi Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia untuk memberikan layanan kepada masyarakat dapat diperoleh di Plaza Telkom yang ada. Penelitian ini dilakukan berdasarkan jurnal **Waiting Time Influence on The Satisfaction-Loyalty Relationship in Services** yang ditulis oleh Frederic Bielen dan Nathalie Demoulin pada tahun 2007 menemukan hasil bahwa *“waiting time satisfaction is not only a service satisfaction determinant, but it also moderates the Satisfaction-loyalty relationship. Moreover, determinants of customer waiting time satisfaction include the perceived waiting time, the satisfaction with information provided in case of delays, and the satisfaction with the waiting environment”* sampel diambil di Plaza Telkom Kendang Sari dengan menyebarkan 90 kuesioner dan dilakukan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh dari variabel yang ada.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa waktu tunggu yang dipersepsikan, informasi jika terjadi penundaan dan lingkungan tempat menunggu berpengaruh terhadap kepuasan waktu tunggu dengan R^2 sebesar 52,8%. Informasi jika terjadi penundaan, lingkungan tempat menunggu, dan kepuasan waktu tunggu berpengaruh terhadap kepuasan layanan dengan R^2 sebesar 66,1%. Kepuasan waktu tunggu dan kepuasan layanan berpengaruh terhadap loyalitas dengan R^2 sebesar 64,3%.

Keywords : Waktu tunggu yang dipersepsikan, informasi jika terjadi penundaan, lingkungan tempat menunggu, kepuasan waktu tunggu, kepuasan layanan, loyalitas

ABSTRACT

Queue is an event in which consumers waiting to be served in a facility that provides services sought or required by these consumers. when viewed from the customer, the queue is a phenomenon that is often not desirable. Losing customers would not desired by a business, but to meet the customer's desire to wait in line can be profitable for a business. Based on this, so this study aims to determine the effect of dipersepsian waiting time, information in the event of delays, and the environment in which to wait on waiting time satisfaction, service satisfaction, and loyalty.

Queue common in enterprises engaged in the service. One of the service entity is PT Telekomunikasi Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia to provide services to the community can be obtained at Plasa Telkom there. This research was conducted based on the journal *Waiting Time Influence on The Satisfaction-Loyalty Relationship in Services*, written by Frédéric Bielen and Nathalie Demoulin in 2007 found results that "waiting time satisfaction is not only a determinant service satisfaction, but it also moderates the Satisfaction-loyalty relationship. Moreover, determinants of customer waiting time satisfaction include the perceived waiting time, the satisfaction with information provided in case of delays, and the satisfaction with the waiting environment "samples taken at Plasa Telkom Kendang Sari by distributing 90 questionnaires and conducted regression analysis to determine the effect of the existing variables.

Based on the results obtained from this study can be concluded that the waiting time perceived, information in the event of delays and environmental conditions affect the satisfaction of waiting time on hold with R^2 of 52.8%. Information in the event of delays, the environment in which to wait, and waiting time satisfaction affects service satisfaction with R^2 of 66.1%. Waiting time satisfaction and service satisfaction impact loyalty with R^2 of 64.3%.

Keyword : Waiting times perceived, the information in the event of delays, the waiting environment, waiting time satisfaction, service satisfaction, loyalty