

## **ANALISIS *CUSTOMER COMPLAINT HANDLING* PENGGUNA INDIHOME (STUDI KASUS PT.TELKOM INDONESIA-STO RAJAWALI, BANDUNG)**

**Bheben Oscar<sup>1</sup>- Dimas Arya Pratama<sup>2</sup>**

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional<sup>1</sup>

Email : [bhebenoscar@ulbi.ac.id](mailto:bhebenoscar@ulbi.ac.id)

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional<sup>2</sup>

Email : [dimasaryap1319@gmail.com](mailto:dimasaryap1319@gmail.com)

---

### **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *customer complaint handling pada pengguna Indihome PT.Telkom Indonesia-STO Rajawali,Bandung*. Adapun metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang dimana data yang telah didapat diolah menggunakan SPSS, dan data tersebut di olah menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan menggunakan analisis Deskriptif untuk menjelaskan setiap variabel yang ada, Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebesar 90 responden. Dengan Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan probability sampling. Hasil penelitian yang dapat diperoleh adalah bahwa pelaksanaan *customer complaint handling* pada pengguna Indihome di PT.Telkom Indonesia-STO Rajawali, Bandung ini mendapatkan apresiasi dari pelanggan dengan sangat baik, hal ini tercermin dari jumlah rata-rata predikat seluruh item dan aspek adalah Tinggi. Adapun aspek yang mendapatkan apresiasi paling tinggi ialah aspek keadilan interaksional pada item pegawai melayani pelanggan dengan sopan dengan skor sebesar 385

**Kata Kunci: *Customer Complaint Handling, Indihome***

#### **ABSTRACT**

*The research aims to find out how the implementation of customer complaint handling on Indihome users PT. Telkom Indonesia-STO Rajawali, Bandung. The method used in this research is to use descriptive research with a quantitative approach with data collection techniques in this study carried out by distributing questionnaires where the data that has been obtained is processed using SPSS, and the data is processed using a Validity Test, Reliability Test and use Descriptive analysis to explain each existing variable, the number of samples used is 90 respondents. The sampling technique is using probability sampling. The research results that can be obtained are the implementation of customer complaint handling for indihome users at PT.Telkon Indonesia-STO Rajawali, Bandung has received very good appreciation from customers, this is reflected in the average number of predicates of all items and aspects which is High. The aspect that gets the highest appreciation is the aspect of interactional justice in the employee serving customers politely with a score of 385.*

**Kata Kunci: *Customer Complaint Handling, Indihome***

#### **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dan internet saat ini sudah berkembang semakin cepat hal ini dapat dilihat dengan sebagian besar masyarakat Indonesia sangat aktif dalam

menggunakan internet untuk kegiatan sehari-hari. Kebiasaan ini terjadi dikarenakan kita semua sudah memasuki era digital dimana penggunaan internet sudah menjadi kebutuhan primer manusia.

Pernyataan tersebut didukung dengan data hasil survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) selama periode 10 Januari - 27 Januari 2023 yg meliputi 38 provinsi di Indonesia menggunakan total responden sebesar 8.510 responden, yang dimana didapatkan yang akan terjadi yaitu penetrasi internet pada Indonesia sudah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa berasal total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa (Apjii, 2023) <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

Indonesia Digital HOME (disingkat IndiHOME) merupakan salah satu dari produk layanan dari PT Telekomunikasi Indonesia yang berupa paket layanan komunikasi berupa data telepon rumah (voice), internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet), serta layanan televisi interaktif (USee TV Cable, IP TV). Oleh karena penawaran inilah Telkom memberi label IndiHOME sebagai tiga layanan dalam satu paket (3-in-1) karena selain internet, pelanggan juga dapat mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon. (PT.TELKOM INDONESIA PERSERO, 2020)

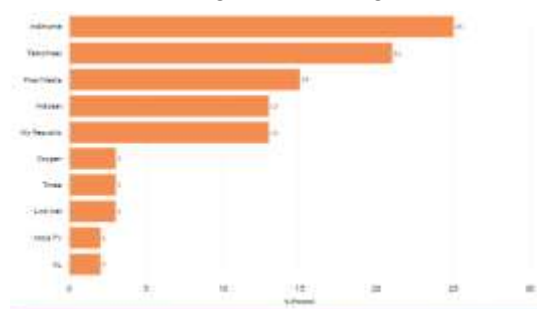
Pada saat ini sangatlah penting bagi perusahaan untuk bisa melayani pelanggan dengan sebaik mungkin karena pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci sukses bagi sebuah perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa, sebab setiap pelanggan pasti memiliki harapan tinggi atas kualitas pelayanan. Karena kadang kala kualitas pelayanan yang diberikan dapat melebihi atau malah dibawah harapan pelanggan. Ketika hal tersebut terjadi, maka perusahaan menciptakan pelayanan yang bertujuan untuk menangani keluhan-keluhan yang terjadi atau yang biasa disebut dengan *customer service*, keluhan-keluhan ini sangat penting untuk segera di tangangi dengan baik untuk mencegah agar tidak menjadi “bom” waktu di masa mendatang agar tidak merugikan perusahaan,

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan menurut Tjiptono (Wirakanda &

Putri, 2022) secara sederhana, keluhan bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Oleh karena itu, perusahaan akan memanfaatkan hubungan yang kuat dengan pelanggannya, agar perusahaan bisa mendapatkan informasi apa yang kurang dan harus diperbaiki oleh mereka dan menjaga mereka agar tidak berpindah ke merek lain.

Penilaian pengguna indihome ini juga sangat beragam, pelanggan yang merasa puas terhadap penggunaan indihome pastinya akan memberikan ulasan positif bahkan bisa merekomendasikannya kepada orang lain, akan tetapi pelanggan yang merasa tidak puas dengan produk indihome ini akan merasa kecewa dan akan memberikan keluhan kepada perusahaan. Konsumen yang merasa kecewa ini harus ditangani dengan cepat karena jika tidak pelanggan akan memberikan ulasan buruk, bahkan bisa manjelekan perusaan dan tentunya akan berhenti menggunakan jasa layanan indihome bahkan pindah kepada produk pesaing.

Pada pelaksanaannya saat ini ternyata layanan Telkom indihome ini ternyata masih banyak mengalami keluhan oleh pelanggan, hal ini sesuai dengan data sebagai berikut :



Gambar 1 keluhan pelanggan  
Sumber : Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia 2023

Menurut (Pahlevi, 2022) Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat 11,9% dari total 535 aduan selama 2021 merupakan keluhan soal perusahaan telekomunikasi. Dua anak usaha BUMN Telkom, Indihome dan Telkomsel, menjadi dua perusahaan dengan aduan terbanyak. Aduan soal Indihome mencakup 25% dari total aduan terhadap perusahaan telekomunikasi. Telkomsel berada di peringkat kedua dengan 21% dari total

aduan. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/yiki-indihome-dan-telkomsel-paling-banyak-dikeluhkan-konsumen>)

Permasalahan yang terjadi pada pelanggan sangat beragam beragam, oleh karena itu perlu ditangani secara baik, jelas, dan tuntas. Keberhasilan perusahaan juga berkaitan erat dengan kerjasama yang baik antar bagian dalam perusahaan hingga tercipta pelayanan yang terbaik untuk diberikan kepada pelanggan. Karena bagi perusahaan, konsumen yang setia sangat besar artinya selain menggambarkan besarnya profitabilitas yang diperoleh. Pelanggan yang setia dapat menjadi partner dalam mengembangkan produk baru, karena mereka mempertahankan dan membela bahkan menggunakan pelayanan perusahaan yang ada. Sikap loyal pelanggan dengan cara melakukan pembelian secara berulang memperlihatkan bahwa pelanggan percaya pada produk pelayanan yang diberikan.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian keluhan

Keluhan adalah ungkapan perasaan atau pendapat yang merujuk pada ekspresi ketidakpuasan, kekecewaan, atau ketidaknyamanan seseorang terhadap suatu situasi, produk, layanan, atau peristiwa tertentu. Dalam konteks sosial atau pelayanan pelanggan, keluhan seringkali mengindikasikan bahwa individu atau konsumen merasa tidak puas dengan sesuatu yang telah mereka alami atau terima.

Menurut Tjiptono dalam (Oscar & Fadilah, 2022) secara sederhana, keluhan bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan customer exit surveys. Situasi ini dikenal dengan istilah "Recovery Paradox"

Sangadji (Widyana & Nurjanah, 2018) Keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional pelanggan karena adanya sesuatu

yang tidak dapat diterimanya, baik yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Setiap keluhan yang muncul dari calon pelanggan dan/atau pelanggan baru diidentifikasi berdasarkan jenis dan tingkat penyelesaiannya, yang tujuannya adalah untuk mencari jalan keluar yang paling tepat dari keluhan tersebut.

### 2. Dimensi penanganan keluhan pelanggan

Perusahaan dituntut untuk dapat menerima, mendengarkan dan merespon keluhan pelanggan. Maka dari itu, penanganan keluhan atau service recovery memiliki peran yang penting dalam menciptakan kepuasan dan kepercayaan pengunjung terhadap layanan yang mereka berikan dalam (Dewi & Puspitarini, 2021). Ada tiga bentuk pemulihan layanan, sebagai berikut :

#### a. Keadilan Distributif

Keadilan distributif berfokus pada kompensasi atas kerugian yg telah dialami seorang pelanggan, dengan cara melakukan penggantian secara finansial serta meminta maaf, dalam hal ini, meminta maaf sangat penting untuk dilakukan sebab menggambarkan perilaku bahwa kompensasi yang diberikan perusahaan tidak semata-mata biaya ekonomi tetapi biaya emosional. Dikatakan adil atau tidak, tergantung pada pengalaman yang dialami oleh pelanggan.

#### b. Keadilan Prosedural

Setiap perusahaan mempunyai mekanisme tersendiri perihal bagaimana cara menangani keluhan pelanggan. pada keadilan ini berfokus pada aturan saat merespon keluhan pelanggan. Keadilan ini sangat berkaitan erat dengan prosedur menangani komplain, proses pengendalian dan saat penyelesaian.

#### c. Keadilan Interkasional

Keadilan Interaksional merupakan saat terjalannya komunikasi antara penyedia jasa layanan dan pelanggan setelah pengaduan. Maka dari itu penyedia jasa layanan harus mempunyai perilaku, hubungan dan respon yang baik terhadap keluhan pelanggan, dengan itu diharapkan pelanggan tidak pindah ke produk layanan jasa sejenis.

### 3. Faktor-faktor penyebab keluhan pelanggan

Menurut Sangadji (Widyana & Nurjanah, 2018) dalam Beberapa keluhan pelanggan yang sering ditemukan penyebabnya adalah sebagai berikut :

- a. Pelayanan tidak sesuai harapan.
- b. Dibiarkan menunggu tanpa penjelasan.
- c. Tidak mendapatkan tanggapan atau tidak diperhatikan.
- d. Produk tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan.
- e. Mendapat pelayanan yang kurang/tidak baik.
- f. Kurang/tidak dihargai.
- g. Lamban dalam pelayanan
- h. Kesalahpahaman komunikasi.
- i. Kesalahan pegawai saat pengambilan dan pengemasan barang yang dibeli.

### 4. Manfaat Penanganan Keluhan

Manfaat Menangani Keluhan Manfaat perusahaan menangani keluhan pelanggan menurut Daryanto dan Setyabudi dalam (Saputra & Kusumawardani, 2020) yaitu:

- a. Menyampaikan keluhan secara langsung, perusahaan akan mendapatkan manfaat :
  - 1) Konsumen memberikan kesempatan kepada perusahaan
  - 2) Resiko publisitas buruk dapat ditekan, baik dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut maupun koran.
- b. Tindakan dengan memperingatkan. Umumnya dilakukan agar dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

### 5. Kerangka pemikiran

Kerangka berfikir merupakan masalah yang didefinisikan sebelumnya, dan saling berhubungan dengan unsur-unsur lain yang menjadi model konseptual dan kerangka penelitian. Dalam penelitian ini terdapat satu yaitu Customer Complaint Handling.



Gambar 2 Kerangka pemikiran  
Sumber: Ditinjau sendiri, 2023

## C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif

Tabel 8 Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x01	55.77	74.585	.643	.940
x02	55.74	73.001	.711	.938
x03	55.64	72.299	.737	.938
x04	56.00	72.247	.684	.939
x05	55.98	71.415	.704	.939
x06	55.74	73.810	.648	.940
x07	55.71	71.129	.766	.937
x08	55.90	72.136	.751	.937
x09	55.64	73.355	.781	.937
x10	55.91	69.498	.812	.936
x11	55.66	73.891	.675	.939
x12	55.50	75.421	.648	.940
x13	55.62	74.103	.720	.938
x14	55.80	72.342	.703	.939
x15	55.80	73.308	.581	.942

Sumber: Output SPSS

bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis. Jenis penelitian ini dapat menjawab pertanyaan apa, di mana, kapan dan bagaimana, tetapi tidak untuk pertanyaan mengapa. Cara untuk menyajikan laporan penelitian deskriptif yaitu bisa menggunakan ukuran kuantitatif misalkan bentuk persentase atau mean. (Veronica & Abas, 2021)

Menurut Sugiyono (Widyana & Nurjanah, 2018) memberikan pengertian mengenai metode deskriptif sebagai berikut: "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas Dalam Sugiyono dalam (Wirakanda & Putri, 2022) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara

data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor faktor positif dan besarnya 0,30 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Bila harga korelasi di bawah 0,30, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji Validitas variabel customer complaint handling sebagai variabel X menunjukkan bahwa hasil corrected-item total correlation r hitung > r tabel (0,3). Oleh karenanya, instrument penelitian dapat digunakan pada penelitaian ini.

## 2. Uji Reliabilitas

Secara teori besarnya koefisien reliabilitas yaitu antara -1 s/d +1, akan tetapi koefisien yang besarnya kurang dari nol (0) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien yang positif (+). Teknik Alpha Cronbach adalah teknik yang paling umum dipakai. Koefisien Alpha Cronbach >0,60 menunjukkan bahwa koefisien memiliki tingkat reliabilitas cukup baik, dan jika koefisien Alpha Cronbach >0,60 menunjukkan bahwa koefisien tidak reliabel.

**Tabel 9 Uji reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	15

Sumber: Output SPSS

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha 0,943 >0,6. Maka item pertanyaan Customer Complaint Handling adalah reliabel.

## 3. Analisi Deskriptif

Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara

akurat dan sistematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana penilaian pelanggan mengenai *Customer Complaint Handling* pada pengguna indihome PT.Telkom Indonesia-STO Rajawali, Bandung sebagai berikut Pada penelitian ini adanya responden yang digunakan yaitu berjumlah 90 responden, dengan sistem penilaian yang digunakan yaitu menggunakan skala likert, dengan bobot nilai yaitu 1 sampai dengan 5, dimulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Adapun rumus yang digunakan dalam menghitung garis kontinum dalam menentukan range skor responden yaitu sebagai berikut ;

$$Nji \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi}-\text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pernyataan}} \dots\dots\dots$$

Sehingga adanya kesimpulan yang ditarik yaitu sebagai berikut;

- a. Range tertinggi = 90 x 5 = 450
- b. Range terendah = 90 x 1 = 90

Dengan nilai jenjang interval yang didapat ;

$$Nji = \frac{450 - 90}{5} = 72$$

Sehingga dapat disimpulkan range skor nya seperti tabel berikut ini

**Tabel 10 Skor interval**

Skala	Interval Presentase (%)	Kategori
90-159	20% - 35,6%	Sangat Rendah
160-232	36% - 51,6%	Rendah
233-305	51,7% - 67,8%	Sedang
306-377	68% - 83,8%	Tinggi
378-450	84% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Diolah Penulis

Berdasarkan hasil analisis deskriptif Dalam variabel ini, terdapat 3 dimensi yang akan dibahas, diantaranya keadilan distributif, keadilan procedural dan keadilan interkasional. Adapun setiap dimensi mendapatkan skor dan predikat, rata – rata predikat yang diperoleh dari setiap dimensi ialah Tinggi. Untuk aspek yang pertama yang mendapatkan predikat sangat tinggi ialah pernyataan pegawai melayani pelanggan dengan sopan dengan nilai 385,



yang dimana indikator ini ada pada dimensi ketiga yaitu keadilan interaksional.

Hal ini mencerminkan bahwa memang pada saat melayani pelanggan yang sedang memberikan keluhan, pegawai harus melayani dengan sopan agar pelanggan merasa nyaman dan dihargai ketika sedang menjelaskan permasalahan yang dia hadapi. Kemudian dalam aspek keadilan *procedural*, pernyataan yang mendapatkan nilai yang paling tinggi yaitu pegawai memberikan pelayanan dengan nyaman dengan nilai 378, dengan predikat tinggi, hal ini membuktikan bahwa pegawai memberikan pelayanan dengan nyaman pada saat pelanggan mengutarakan keluhan, petugas berusaha memberikan sikap empati terhadap pelanggan yang sedang mengutarakan keluhan, dan berusaha memberikan jalan keluar atas setiap permasalahan yang menimpa pelanggan. Selanjutnya aspek yang terakhir pada dimensi keadilan distributif mengenai pernyataan pegawai memberikan hasil yang positif kepada pelanggan dengan nilai sebesar 369 dengan predikat tinggi.

Hal ini mencerminkan dari pegawai bahwa sangat penting bagi setiap perusahaan memberikan hasil yang positif kepada setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, karengan dengan memberikan hasil yang positif, pelanggan akan merasa bahwa keluhannya ditanggapi dengan serius dan pelanggan merasa sangat dihargai ketika sedang mengutarakan keluhannya.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai penanganan keluhan pelanggan pada PT.Telkom Indonesia-STO Rajawali, Bandung, dan disamping itu disamping itu informasi yang terdapat dalam penelitian ini bisa menjadi informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil penyusunan Tugas Akhir ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Dapat ditarik kesimpulan bahwa tanggapan responden dapat diketahui bahwa secara umum *Customer Complaint Handling* yang dilaksanakan oleh

PT.Telkom Indonesia-STO Rajawali, Bandung, sudah beri penilaian yang baik oleh para pelanggan, terutama pelanggan yang pernah mengutarakan keluhan. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah rata-rata predikat yang dihasilkan yaitu tinggi. Dan yang perlu menjadi perhatian perusahaan bahwa aspek yang memiliki item yang paling tinggi ialah mengenai dimensi keadilan Interaksional dalam aspek Pegawai melayani pelanggan dengan sopan, maka hal inilah yang perlu dipertahankan oleh perusahaan agar pelanggan tetap loyal atau setia menggunakan produk indihome ini

### 2. Saran

Bahwa PT.Telkom Indonesia-STO Rajawali, Bandung perlunya meningkatkan *customer complaint handling* karena dari hasil penelitian ini bahwa jika penanganan keluhan pelanggan terkelola dengan baik, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan, jadi dengan memiliki loyalitas pelanggan maka tujuan perusahaan untuk meningkatkan pemasukan akan tercapai.

## F. REFERENSI

- Apjii. (2023, Maret 10). Retrieved from <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Dewi, I. R., & Puspitarini, D. A. (2021). PEMULIHAN LAYANAN MELALUI CUSTOMER AFFECTION PADA KEPUASAN PENANGANAN KELUHAN MITRA PENGEMUDI ONLINE. *Jurnal Maneksi*, 36-37.
- Harmadji, D. E., & Effendi, N. I. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (konsep Dasar)*. Get Pess.
- Oscar, B., & Fadilah, A. (2022). PERANAN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN STUDI PADA LINTAS SHUTTLE

- BTC PASTEUR. Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 5.
- Pahlevi, R. (2022, januari 10). YLKI. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/ylki-indihome-dan-telkomsel-paling-banyak-dikeluhkan-konsumen>
- Saputra, S., & Kusumawardani, L. W. (2020). ANALISIS PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN LAYANAN POS EXPRESS PADA KANTOR POS KEDIRI 64100. Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 3.
- Veronica, A., & Abas, M. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Padang: Get press.
- Widyana, S. F., & Nurjanah, M. S. (2018). ANALISIS PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN POS EXPRESS PADA KANTOR POS CIMAHI. Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 52.
- Wirakanda, G. G., & Putri, I. S. (2022). ANALISIS PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN (STUDI KASUS DI KANTOR POS BANDUNG 40000). Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 1.