

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Isp Indihome

The Impact Of Service Quality Towards Customer Satisfaction On Indihome Isp Service Users

Salsabiila¹ · Tri Indra Wijaksana²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, salsabiila@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, triindrawijaksana@telkomuniversity.ac.id

Abstract

In this technological era, the use of the internet is growing. Many internet service providers offer services to support the continued use of the internet as needed. For example, Indihome is one of the providers that many Indonesians choose. By doing good service, it is expected that the quality of service can increase and customer complaints can be increased so that customer satisfaction can increase. However, in the pre-survey conducted by the researchers and the results of the review rating given by customers to the services provided by Indihome, there is a difference between service quality and customer satisfaction, this is not in line with the implementation of customer-oriented business and operational strategies of the company. The purpose of this study was to examine and determine the effect of service quality on customer satisfaction for Indihome ISP service users. The data obtained in this study were through the distribution of questionnaires and analysis of quantitative data. As for the analytical tool used with the help of SPSS version 25. Sampling was carried out using a non-probability sampling method using a purposive sampling method with a sample of 130 respondents who had subscribed to the Indihome ISP service. The analytical method applied in this research is descriptive analysis test and simple regression analysis. The results of descriptive analysis show that the service quality variable (X) is included in the good category with a percentage value of 72.73% and customer satisfaction is included in the good category with a percentage value of 73.06%. The results based on the research indicate that service quality has an effect on consumer satisfaction with a magnitude of 77.1% affecting other variables not examined in this study.

Keywords: service quality, consumer satisfaction, indihome

Abstrak

Di era teknologi seperti sekarang, penggunaan internet makin berkembang. Banyak penyedia layanan jasa provider internet yang menawarkan produknya guna menunjang keberlangsungan penggunaan internet yang semakin dibutuhkan. Seperti contohnya Indihome salah satu provider yang banyak dipilih masyarakat Indonesia. Dengan melakukan pelayanan yang baik diharapkan kualitas pelayanan dapat meningkat dan keluhan pelanggan dapat ditekan sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat. Namun, pada pra survey yang telah peneliti lakukan dan hasil review rating yang diberikan para pelanggan terhadap layanan yang diberikan Indihome terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, hal ini tidak selaras dengan implementasi strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Tujuan penelitian ini guna menguji dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa ISP Indihome. Perolehan data penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan analisis data kuantitatif. Sedangkan untuk alat analisis yang digunakan dengan bantuan SPSS versi 25. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik metode *purposive sampling* dengan sampel berjumlah 130 responden yang berlangganan jasa ISP Indihome. Metode analisis yang diterapkan pada penelitian ini adalah uji Analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) termasuk dalam kategori baik dengan perolehan nilai persentase sebesar 72,73% dan kepuasan pelanggan sudah termasuk dalam kategori baik dengan perolehan nilai persentase sebesar 73,06%. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan besaran pengaruh sebesar 77,1% lainnya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, indihome.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telekomunikasi terus mengalami peningkatan dari masa ke masa, mendorong munculnya sektor industri telekomunikasi yang kian tersebar secara menyeluruh. Penggunaan akan telekomunikasi yang marak digunakan, memunculkan persaingan yang ketat antara sektor industri satu dengan yang lainnya. Perkembangan telekomunikasi di Indonesia sendiri mengalami perkembangan yang cukup pesat. Alur perkembangan telekomunikasi di Indonesia dimulai dengan munculnya NMT (Nordic Mobile Phone) yang mengacu pada sistem analog dikembangkan oleh The Telecommunication Administration of Sweden, Norwegia, Finlandia, dan Denmark. Setahun berjalan Setahun, teknologi bergerak ke NMT Modifikasi dengan sistem AMPS (Advance Mobile Phone System), yang mana pada sistem ini terdapat 4 operator di Indonesia yang menggunakannya, yaitu PT Rajasa Hazanah Perkasa, PT Elektrindo Nusantara, PT Centralindo Telekomindo, dan PT Panca Sakti. Tahun 1993, industri GSM (Global System for Mobile Communication) mulai berkembang di Indonesia, ditandai dengan adanya proyek percontohan seluler digital PT Telkom di pulau Batam dan Bintan.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per 18 Agustus 2021 menunjukkan Indeks Pembangunan Informasi dan Komunikasi Indonesia mengalami peningkatan. Ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan telekomunikasi di Indonesia mengalami peningkatan. Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia tercatat kembali meningkat pada 2020. Nilainya sebesar 5,59 atau naik sekitar 5% dari tahun sebelumnya yang sebesar 5,32. Peningkatan itu didukung oleh naiknya nilai setiap subindeks. Sebagai contoh, subindeks akses dan infrastruktur meningkat dari 5,53 menjadi 5,67. Subindeks ini mencakup jumlah pelanggan telepon tetap dan seluler, bandwidth internet, serta persentase rumah tangga dengan komputer dan internet. (sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>).

Dalam upaya transformasi menjadi digital telecommunication company, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (customer-oriented). Salah satu bentuk riil penerapan digital telecommunication company adalah dengan adanya peluncuran produk IndiHome yang sebelumnya ialah Speedy. IndiHome sendiri merupakan layanan digital yang menyediakan Internet Rumah, Telepon Rumah dan TV Interaktif (IndiHome TV) dengan beragam pilihan paket. Saat ini, jaringan IndiHome sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia, dan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan internet yang lebih baik bagi masyarakat.

Salah satu landasan penulis memilih Indihome Fiber sebagai objek penelitian yaitu IndiHome merupakan salah satu anak perusahaan keluaran TelkomGroup. Salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar se Indonesia yang dikelola oleh BUMN adalah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang biasa disebut PT Telkom Indonesia. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia.

Berdasarkan data hasil ulasan pengguna pada aplikasi MyIndiHome ialah masih banyaknya ulasan negatif baik berupa rating penilaian maupun komentar yang diberikan mengenai pengalaman dari konsumen yang kurang puas akan kualitas pelayanan dan produk yang di berikan oleh pihak IndiHome Fiber. Hal ini sejalan dengan fenomena yang mengatakan bahwa responden belum merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh IndiHome Fiber begitu pun dengan rasa ketidakpuasan mereka terhadap produk tersebut. Fenomena ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler bahwa Kotler (2019) mengemukakan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Berdasarkan pernyataan pada pra survey dan hasil review rating yang diberikan para pelanggan terhadap layanan yang diberikan Indihome terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, hal ini tidak selaras dengan implementasi strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*) dan juga tidak selaras dengan teori yang sudah dikemukakan oleh Kotler (2019) yang menyebutkan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, serta dalam teori Kotler (2017) lainnya mengenai kepuasan konsumen yang menyebutkan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya.

Disisi lain, dikuatkan juga oleh fenomena yang terjadi, maka maksud dari penelitian ini adalah guna mengetahui pengaruh serta faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan judul penelitian:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA ISP INDIHOME”

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa memiliki beberapa perbedaan dengan pemasaran pada umumnya, maka dari itu pengertian dari pemasaran jasa itu sendiri perlu adanya penguat dengan disandingkan teori dari beberapa ahli. Menurut Tjiptono (2019:29), jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada

pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

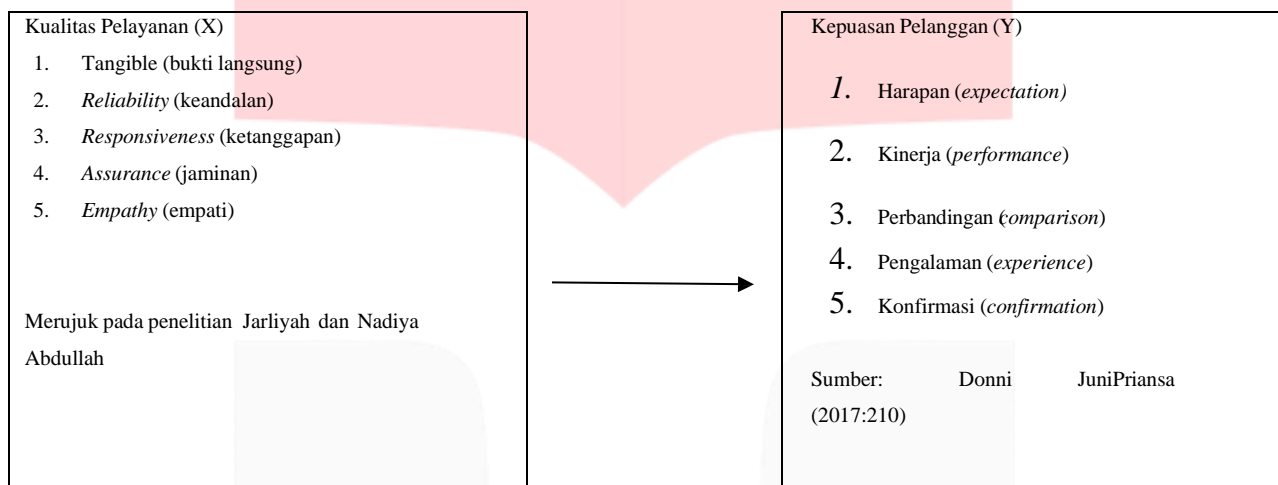
B. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) mengemukakan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.

C. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya. Dari contoh definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat kepuasan konsumen setelah menerima produk atau jasa serta membandingkan tingkat kinerja perusahaan yang menyediakan produk atau jasa tersebut dengan harapan konsumen.

D. Kerangka Pemikiran



Gambar.1. Kerangka pemikiran

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan yakni skala likert. Skala ini bertujuan guna mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang terhadap Objek atau fenomena tertentu.

B. Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dimensi (X1) ialah *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Dimensi (Y) ialah *expectation, performance, comparison, experience, dan confirmation*

C. Skala Pengukuran

Setiap variabel diukur menggunakan perangkat dengan bentuk kuisioner yang menjadikan skala ordinal untuk memenuhi pernyataan dengan tipe Skala Likert.

D. Populasi dan Sampel

Seluruh pelanggan dari Indihome Fiber dan yang pernah menggunakan jasa Indihome se Indonesia yang jumlah pastinya tidak diketahui dengan akurat menjadi populasi dari penelitian ini. Formula Pengambilan sampel pada penelitian yakni dengan metode *non- probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Peneliti mendapatkan hasil minimum ukuran sampel yaitu sebanyak minimal 96 responden dan dibulatkan 100 responden menggunakan metode bernoulli. Pembulatan ini bertujuan untuk mengurangi error dalam penyelesaian

kuesioner sehingga diperoleh hasil pengolahan data yang maksimal.

E. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

1) Uji Validitas

Uji validitas dapat diukur berdasarkan pada segmen item atas pernyataan tersimpan dalam kuisisioner dengan rumus Korelasi *Product Moment* atau Korelasi Pearson's dari Sugiyono (2018:286) :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel X dan variable Y, dua variabel yang dikorelasikan

X : variabel X

Y : variabel Y

X² : kuadrat dari X

Y² : kuadrat dari Y

ΣXY : jumlah perkalian X dengan Y

n : jumlah sampel

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel, di mana *degree of freedom* (df) = n - 2 dengan sig 5%. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Jika r hitung > r tabel maka perbedaan itu signifikan sehingga instrumennya dinyatakan valid.
- b) Jika r hitung < r tabel maka perbedaan itu signifikan sehingga instrumennya dinyatakan tidak valid.

Hasil uji validitas dalam penelitian ini yang disebar kepada 30 responden dengan 16 butir pernyataan menunjukkan nilai korelasi (*r* hitung) dari seluruh dimensi di atas 0,361 (*r* tabel) sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam analisis regresi linier berganda.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas merupakan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Reliabilitas yang dianggap sudah cukup tinggi adalah > 0,6 dengan rumus *alpa cronbach* sebagai berikut:

:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = koefisien reliability instrument (cronbach alfa)

k = banyaknya butir pertanyaan

Σ = total varians butir σ = total varians

Kriteria uji reliabilitas jika nilai r ≥ 0,6 maka butir pertanyaan tersebut reliabel namun jika r < 0,6 maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel.

3) Teknik Analisis Data

A. Analisis Deskriptif

Menurut teori yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:232) menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan, menggambarkan data yang telah terkumpul seperti adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

B. Method Succesive Interval (MSI)

Penelitian menggunakan program MSI pada microsoft Excel untuk memfasilitasi konversi data dari ordinal menjadi data interval.

C Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Menurut Indrawati (2017:189), uji normalitas data dilakukan agar data dalam populasi berdistribusi normal yang selanjutnya digunakan pada uji statistik (uji t atau uji F) untuk diinterpretasikan ke dalam parameter populasi. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov metode Monte Carlo dengan ketentuan data jika:

Nilai Probabilitas > 0,05, data berdistribusi normal.

Nilai Probabilitas < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Dalam teori yang dikemukakan oleh Danang Sunyoto (2016:90) tertulis bahwa uji heteroskedastisitas dalam persamaan regresi beranda perlu adanya pengujian terkait sama atau tidaknya varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas berikut dasar pengambilan keputusan:

- 1) Terjadi heteroskedastisitas apabila adanya pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

4) Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut teori yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:260) analisis regresi dilakukan untuk membuat keputusan apakah naik atau menurunnya suatu variabel dependent dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent atau tidak. Untuk persamaan umum regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

Y: variabel dependen (kepuasan konsumen)

X: variabel independen (kualitas pelayanan)

a: bilangan konstanta

b: koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen didasarkan pada variabel independen.

5) Uji Hipotesis

Untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara variabel X terhadap Y penulis melakukan uji hipotesis yang bertujuan untuk menentukan apakah diterima atau ditolaknya variabel yang diteliti. Untuk penelitian ini menggunakan rumus uji t yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017: 147)

t: hasil tingkat signifikan: koefisien regresi

n: jumlah data

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Jika t hitung \geq t tabel : Ho ditolak dan Ha diterima

Jika t hitung < t tabel : Ho diterima dan Ha ditolak Hipotesis

- a) Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima dan H1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Indihome.
- b) Jika t hitung \geq t tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.
- c) t tabel dilihat pada $\alpha = 0,05$; dengan derajat kebebasan dk = n-k.
- d) Kriteria lain jika nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak, atau nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H0 diterima.

6) Koefisien Determinasi

Menurut Imam Ghozali (2018:97) pengujian koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai adjusted R-Square. Nilai adjusted R-Square pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

Adapun rumus yang digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

KD= koefisien Determinasi

r= Koefisien Korelasi

Nilai koefisien determinasi adalah $0 \leq r^2 \leq 1$, apabila koefisien determinasi semakin kecil maka variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat namun apabila koefisien determinasi semakin besar maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Analisis deskriptif

No.	Variabel	Persentase (%)	Keterangan Variabel
1.	Kualitas Pelayanan	72,32%	Baik
2.	Kepuasan Pelanggan	73,06%	Baik

Pada tabel diatas, persentase variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 72,32%, yang artinya masuk kedalam kategori baik yang artinya responden sudah merasa bahwa Kualitas Pelayanan pada Indihome memiliki nilai yang baik. Tingkat variabel strategi Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 73,06% yang artinya Indihome telah menerapkan strategi yang tepat.

B. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Hasil uji kolmogorof-smirnov metode monte carlo menggunakan SPSS versi 25 menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari alpha ($0,192 > 0,05$). Sehingga, disimpulkan bahwa data untuk seluruh variabel berdistribusi normal.

B. Uji Heterokedastisitas

Titik-titik pada scatterplot menyebar di atas dan di bawah titik angka 0 pada garis sumbu Y dan tidak membentuk pola yang membuktikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

C. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,336	1,354		2,463	,015
	Kualitas Pelayanan	,529	,025	,878	20,750	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar.2. Regresi linear sederhana (Hasil Olahan SPSS, 2022)

Berdasarkan hasil regresi linear sederhana pada gambar 1 diatas, maka dapat dirumuskan persamaan berikut :

$$Y = a + b X \quad Y = 3,336 + 0,529X$$

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 3,336. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa setiap penambahan nilai trust sebesar 1 maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0,529. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan pihak Indihome maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

A. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini bertujuan untuk membuktikan apakah kepuasan kerja memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kinerja karyawan, maka dilakukan pengujian dengan hipotesis seperti berikut:

H0: Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan derajat kebebasan $df = 130 - 2 - 1 = 127$ diperoleh nilai tabel sebesar 1.656940. Hasil yang didapat dari pengujian uji t dapat dilihat pada gambar berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,336	1,354		2,463	,015
	Kualitas Pelayanan	,529	,025	,878	20,750	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 3. Gambar *coefficients* variabel kepuasan pelanggan (y) (Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022)

Berdasarkan hasil uji t yang di peroleh dapat di lihat pada gambar 4.21 dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 20.75 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, maka H0 ditolak. Karena $t\text{-Hitung} (20.75) > t\text{-Tabel} (1.656940)$ sehingga H0 di tolak dan H1 di terima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi dibantu dengan menggunakan software SPSS versi 25 pada gambar 4.22 sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,878 ^a	,771	,769	3,25398

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Gambar 4. Koefisien determinasi model summary variabel kepuasan pelanggan (y) (Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022)

Berdasarkan gambar 4.22 di atas, menunjukkan bahwa besarnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di tunjukkan dengan perolehan nilai R Square sebesar 0,771. Adapun besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di tunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,771 \times 100\% \\ &= 77,1\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan di dapatkan persentase sebesar 77,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 77,1% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 22,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 53%. Dari seluruh sampel responden, responden yang paling banyak berusia 19-24 tahun sebesar 76%. Selanjutnya pada karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat di lihat bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 73%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna Indihome didominasi oleh pelajar/mahasiswa.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan, di dapatkan persentase skor sebesar 72,32% dan skor tersebut termasuk dalam kategori yang baik. Maka dengan nilai persentase tersebut dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan Indihome Fiber sudah di lakukan dengan baik. Dari ke 15 item pernyataan yang di ajukan mengenai variabel kualitas pelayanan, didapatkan nilai tertinggi pada item pernyataan ke persentase sebesar 77,43%. Item pernyataan ke 7 ini berkaitan dengan Zalora cepat dalam memproses pengajuan yang di lakukan konsumen. Hal tersebut menunjukan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan pelayanan yang di berikan pihak Zalora karena cepat dan tanggap dalam memproses pengajuan yang di lakukan oleh konsumen. Sedangkan, skor terendah terdapat pada item pernyataan ke 2 dengan nilai persentase sebesar 74,35%. Item pernyataan ke 2 ini berkaitan dengan tampilan fitur pada website/ aplikasi Zalora yang banyak. Hal tersebut menunjukan bahwa mungkin mayoritas responden beranggapan fitur atau tampilan pada aplikasi atau website Zalora tidak begitu banyak seperti marketplace lain. Namun hal tersebut bisa menjadi nilai plus bagi sebagian responden karena fitur terlihat lebih simple.

Berdasarkan hasil pengujian parsial dapat di simpulkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan di peroleh nilai T hitung yaitu (20.75) > T-Tabel (1.656940) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005. Oleh sebab itu dapat di simpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang di berikan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome Fiber. Hal ini sejalan dengan penelitian Fathira Virdha Noor (2020) yang hasil penelitiannya menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia. Fathira menjelaskan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan terhadap masyarakat yang berlangganan pada jasa dari Indihome Fiber tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Indihome Fiber terdapat dimensi buktinyata/*tangible*,kehandalan/*reliability*,dayatanggap/*responsiveness*,jaminan/*assurance*,dan perhatian/*empathy* sudah dilakukan dengan baik ini dibuktikan dengan perolehan nilai sebesar 72,32% dengan masing-masing perolehan nilai komponen variabel bukti nyata/*tangible* sebesar 77,43%, kehandalan/*reliability* sebesar 72,97%, daya tanggap/*responsiveness* sebesar 72,20% jaminan/*assurance* sebesar 68,97% dan perhatian/*empathy* sebesar 70,05%.
2. Pada kepuasan pelanggan Indihome Fiber terdapat dimensi harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman, serta konfirmasi pada layanan yang diberikan petugas terhadap kepuasan konsumen sudah baik ini dibuktikan dengan perolehan nilai sebesar harapan 73,30%, kinerja 71,92%, perbandingan 72,53%, pengalaman 69,91%, dan konfirmasi sebesar 68,92%.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome Fiber ini dibuktikan dengan perolehan nilai dari R square dengan besaran pengaruhnya 77,1% dan hasil dari perolehan nilai T hitung yaitu (20.750) > T-Tabel (1.656940) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005.

B. Saran

Berikut merupakan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk perusahaan kedepannya sehingga dapat memberikan solusi guna membantu kemajuan perusahaan:

1. Disarankan agar pihak Indihome dapat memaksimalkan call center yang ada guna mempermudah pelanggan mengajukan pertanyaan tentang produk Indihome Fiber maupun pengajuan keluhan beberapa diantaranya adalah lewat peningkatan kualitas pelayanan seperti respon yang cepat dalam menanggapi keluhan maupun pertanyaan yang masuk juga memprosesnya dengan waktu yang efektif sehingga pelanggan tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan Indihome.
2. Secara keseluruhan pelayanan Indihome memiliki nilai yang baik dalam melayani pelanggannya. Namun, masih ada sebagian pengguna yang memiliki pengalaman yang kurang baik ketika menggunakan produknya seperti jaringan yang kurang mendukung ketika sedang digunakan. Oleh karena itu, sebaiknya Indihome meningkatkan lagi kualitas produk yang ditawarkan seperti peningkatan kualitas jaringan sehingga pelanggan dapat memaksimalkan kegunaan produk untuk menunjang aktivitas dan dapat menekan pengalaman-pengalaman kurang baik yang dirasakan oleh para pelanggan.

REFERENSI

- Abdullah Cecep. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Genesis Coffee Bandung*. Skripsi pada Universitas Pasundan Bandung.
- Alamsyah Akbar Nur. (2020). *Kinerja Bhabinkamtibmas Dalam Penerapan Perpolisian Masyarakat di Wilayah Hukum Polsek Lengkong Kota Bandung*. Skripsi pada Repository Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana Bandung.
- Ariantika Yessy. (2021). *Pengaruh Informasi Akuntansi dan Informasi Non-Akuntansi Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi pada Musi Charitas Catholic University Repository Palembang.
- Dony Hendrix Corniawan. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Wijsoen Coffee Container Jalan Uler KAMBANG PONOROGO*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Fariyah Lailatul. (2018). *Pengaruh Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Kelas X Manajemen Pemasaran 1 di SMK Pasundan 4 Bandung (Studi Kasus di Kelas X Manajemen Pemasaran 1 SMK Pasundan 4 Bandung Semester Genap Tahun Ajaran 2017/2018)*. Skripsi pada Universitas Pasundan Bandung.
- Febriansyah Kurnia. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang*. Skripsi pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Fibrianiingsih Sarah. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online GOJEK (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik)*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Harfika Jarliyah dan Abdullah Nadiya (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya, Economic, Business, Management, and Accounting Journal*
- Imanuel Brilliance Hymy, dan Tanoto Sherly. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel Sidoarjo, Jurnal Agora, Vol. 7 no 1.*
- Indria Mauldy. (2020). *Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)*. Skripsi pada Respository STEI Indonesia Jakarta.
- Intan Iis. (2018). *Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Radana Bhaskara Finance Cabang Ciputat Tangerang Selatan*. Skripsi pada Universitas Pamulang, 2018.
- Jaya Sukma. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Geprek Benu di Bandar Lampung*. Skripsi pada Repository Institut Informatika dan bisnis Darmajaya Lampung.
- Komara Azmi Putri. (2019). *Kualitas Audit Yang Di Determinasi Dengan Pengalaman Kerja Auditor, Due Professional Care Dan Integritas Auditor (Survey Pada Kap Di Kota Bandung)*. Skripsi pada E-library Unikom Bandung.
- Lidwina Andrea dan Bayu Dimas Jarot Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia [Online] // DataBoks Website. - Badan Pusat Statistik, 18 08 2021. - 2021 10 10. -

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/18/indeks-pembangunan-tik-indonesia-naik-jadi-559-pada-2020>.

- Masduko Uko dan Indah Dewi Yulianti. (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung*. Skripsi pada Universitas Pasundan Bandung.
- Oscar Bhebeb dan Sumirah Diah. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung. *Jurnal Politeknik Pos Indonesia*. Vol. 9 no 1.
- Rini Sarini. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Teman Sebaya Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Pada Kalangan Remaja Putri di Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh.
- Rohaeni Heni dan Marwa Nisa. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis BSI*. Vol. 2 no 2 .
- Rusakamto Muhammad. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat pada Kantor Administrasi Hukum Umum Cikini Jakarta (KEMENKUMHAM)*. Skripsi pada Repository STEI Indonesia Jakarta.
- Sanny Bisma Indrawan,. dan Dewi Rina Kaniawati,. Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. [Jurnal]. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 04 no 01.
- Situmorang Vinsensius, Sutrisno Niantoro dan Pramulanto Himawan. (2021). Pengaruh Total Productive Maintenance (TPM) Terhadap Kelancaran Produksi Perusahaan PT. NGK Ceramics Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 5 no 6.
- William dan Purba Tiurniari. (2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, Vol. 8 NO 1.
- Windiani Khanza Ozalea Putri. (2019). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)*, *Kano Model*, dan *Quality Function Deployment (QFD)* (Studi Kasus: UPT. Puskesmas X). Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wulansari. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada PT. Sun Star Prima Motor Bekasi)*. Skripsi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Zinedine Brilliant Achmad. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen yang Melakukan Pembelian Online Melalui ZALORA*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung
- IndiHome About-Us | Speedy IndiHome | PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk (myindihome.web.id) (diakses pada 10 Oktober 2021)
<https://www.telkom.co.id> (diakses pada 10 Oktober 2021)
- Video Tutorial Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS Lengkap - YouTube (diakses pada 4 Februari 2022)
- Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan SPSS Full Edisi - YouTube (diakses pada 10 Februari 2022)
- Uji t dan Uji F dalam Analisis Regresi Berganda dengan SPSS Lengkap - YouTube (diakses pada 15 Februari 2022)
- Trik Analisis Regresi Linear Berganda Sekaligus Uji Asumsi Klasik dengan SPSS - YouTube (diakses pada 15 Februari 2022)
- Membuat Daftar Gambar, Daftar Tabel, Daftar Lampiran, dll Otomatis di Ms Word - Tutorial Singkat - YouTube (diakses pada 23 Februari 2022)