

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN INDIHOME

Tri Nuraini ¹⁾, Sri Zuliarni, S.Sos., M.B.A.²⁾

¹⁾Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Jl. Ahmad Yani, Batam, 29461

²⁾Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Jl. Ahmad Yani, Batam, 29461

¹⁾trinuraini2110@gmail.com, ²⁾sri.zuliarni@polibatam.ac.id

Abstract

One of the fastest growing forms of communication is the internet. There are many internet access service providers, one of which is PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Competitive pressure forces companies to improve service quality and meet customer satisfaction. Several factors that influence customer satisfaction are perceptions related to the price offered by a product, the quality of services provided by the company and the quality of the products offered. The purpose of this study was to examine the effect of price, service quality and product quality on customer satisfaction in using indihome services using multiple linear regression analysis. The population in this study are indihome users in Batam City *purposive sampling*. From the results of data analysis, it be concluded that price, service quality and product quality affect customer satisfaction in using indihome services.

Keywords: *Price, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak

Salah satu bentuk perkembangan komunikasi yang paling pesat adalah dengan internet. Penyedia jasa akses internet sangat banyak, salah satunya adalah PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Tekanan kompetisi memaksa perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kepuasan pelanggan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah persepsi terkait harga yang ditawarkan suatu produk, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan kualitas dari produk yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan indihome dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna indihome di Kota Batam. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dari hasil analisis data maka dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan indihome.

Kata Kunci: *Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Pembangunan telekomunikasi di Indonesia bertujuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai kepada masyarakat dalam skala global, Persaingan yang semakin ketat di bidang industri informasi dan komunikasi membuat perusahaan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk menjaga keunggulan perusahaan. Perusahaan terus mengembangkan berbagai produk baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih banyak sehingga membuat konsumen menjadi lebih loyal kepada perusahaan. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) adalah perusahaan

penyedia jasa layanan dan jaringan telekomunikasi terlengkap di Indonesia. Yang menyediakan layanan kabel tidak bergerak, layanan nirkabel tidak bergerak dan layanan telepon seluler.

Memenuhi permintaan yang meningkat akan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong PT. Telekomunikasi Indonesia untuk mengembangkan berbagai produk berdasarkan pemenuhan kebutuhan akses internet, salah satu produk terbaru milik PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk ialah Indihome. Indihome merupakan penyedia layanan saluran Internet, suara dan TV, Indihome berbasis pada teknologi akses Gigabit Passive Optical Network (GPON), yang menggunakan fiber to the home atau fiber to the home (FTTH).

Keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari harga yang ditawarkan, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan untuk memuaskan pelanggan dan membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Perasaan senang atau kecewa yang diperoleh dengan membandingkan kesan seseorang terhadap kinerja produk yang sebenarnya dengan kinerja produk yang diharapkan dapat menunjukkan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Harapan konsumen dapat dipahami dari pengalaman pribadi saat menggunakan layanan ini, informasi lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi dalam hal keterkaitan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan penjelasan beberapa ahli diatas, maka akan dilakukan analisis mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di kota batam. Dari hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Indihome”.

METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini adalah para pengguna jasa layanan indihome yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan ketentuan memiliki usia minimal 17 tahun dan telah menggunakan layanan indihome lebih dari 1 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Pada penelitian ini dilakukan uji validitas untuk mengetahui tingkat kevalidan dari dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Item dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dikatakan tidak valid. R tabel dilihat dengan cara menghitung $N - 2$, yaitu $100 - 2 = 98$. Sehingga dapat dilihat nilai R Tabel untuk 100 orang adalah 0.196. Setelah melakukan pengujian ditemukan hasil bahwa seluruh nilai r_{hitung} setiap item

pertanyaan pada variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan pelanggan lebih besar dari r tabel. Maka data pada penelitian ini dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini untuk melihat indikator-indikator kuesioner tersebut apakah reliabel dan dapat diketahui dari cronbach alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel. Setelah dilakukan pengujian, maka ditemukan hasil bahwa nilai Cronbach Alpha variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dari $0,60$. yaitu sebagai berikut variabel harga memiliki nilai cronbach alpha $0,469$, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai cronbach alpha $0,234$, kualitas produk memiliki nilai cronbach alpha sebesar $0,067$ dan kepuasan pelanggan memiliki nilai cronbach sebesar $0,159$. Maka dapat disimpulkan data penelitian ini reliabel.

c. Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil pengolahan data, dari 100 responden pengguna layanan indihome. Mayoritas berusia 17 – 50 tahun dengan jenis kelamin laki - laki. Berdasarkan pekerjaan yang paling banyak mengisi ialah pelajar/ mahasiswa. Setelah itu, distribusi jawaban responden terlebih dahulu di analisis untuk setiap item pertanyaan yang mendukung masing-masing variabel penelitian. Pada variabel harga secara keseluruhan menghasilkan akumulasi rata-rata skor sebesar $3,28$. Selanjutnya pada variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata skor sebesar $3,32$. Kemudian kualitas produk yang memiliki akumulasi rata-rata sebesar $3,30$. Dan kepuasan pelanggan memiliki akumulasi rata-rata sebesar $3,29$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan indihome sangat tinggi.

d. Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Uji tersebut perlu dilakukan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal apabila $Asymp.Sig > 0,05$. Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan hasil bahwa nilai kolmogorovsmirnov menunjukkan nilai sebesar $0,07$ yang berarti data berdistribusi normal.

- Uji Heteroskedastisitas

Pengujiannya menggunakan Uji Glejser, dilakukan dengan meregresikan variabel variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Model yang baik adalah apabila tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai t dengan probabilitas $sig > 0,05$. Hasil yang ditemukan adalah harga, kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan nilai $Sig. > 0,05$ yaitu $0,010$, $0,589$ dan $0,046$. Maka, tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

- Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ada korelasi yang kuat antar variabel independen dengan melihat nilai VIF (Variance Inflasi Factor) < 10 dan $tolerance > 0,10$. Hasil yang ditemukan adalah harga, kualitas pelayanan

dan kualitas produk memiliki nilai *tolerance* 0,278, 0,508 dan 0,196 > 0,10 dan nilai VIF 3,483, 1,970 dan 5,098 < dari 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

e. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk melihat seberapa kuat hubungan antar Variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Adapun persamaan regresi yaitu:

$$Y = 1,345 + 0,176 X_1 + 0,225 X_2 + 0,628 X_3 + e$$

Tabel. 1: Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,345	0,785	
	Total.X1	0,176	0,072	0,197
	Total.X2	0,225	0,053	0,254
	Total.X3	0,628	0,11	0,554

a. Dependent Variable: Total.Y

f. Uji t

Uji ini dilihat dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka disimpulkan memiliki pengaruh. Adapun nilai t_{tabel} didapatkan sebesar 1,660 dengan signifikan 5%. Berdasarkan pengolahan data, ditemukan hasil yaitu nilai t_{hitung} variabel harga sebesar 2,456 > nilai t_{tabel} maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 4,221 > nilai t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian kualitas produk memiliki nilai sebesar 5,714 > nilai t_{tabel} dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel. 2: Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,345	0,785		1,724	0,000
	Total.X1	0,176	0,072	0,197	2,456	0,000
	Total.X2	0,225	0,053	0,254	4,221	0,000
	Total.X3	0,628	0,11	0,554	5,714	0,000

a. Dependent Variable: Total.Y

g. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat adanya pengaruh atau tidaknya antara harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan. Uji ini dilihat berdasarkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka memiliki pengaruh. Adapun nilai F_{tabel} yang didapatkan yaitu sebesar 3,90. Berdasarkan hasil pengolahan data terdapat nilai F_{hitung} sebesar 149,028 > nilai F_{tabel} . Dengan demikian disimpulkan variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel. 3: Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230,925	3	76,975	149,028	.000 ^b
	Residual	49,585	96	0,517		
	Total	280,510	99			
a. Dependent Variable: Total.Y						
b. Predictors: (Constant), Total.X3, Total.X2, Total.X1						

h. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji ini digunakan untuk mengukur variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari nilai R *Square*. Berdasarkan hasil pengolahan data, menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R *Square*) sebesar 0,818 yang berarti bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat sebesar 81,8%. Sedangkan sisanya (100% - 81,8% = 18,2%) dipengaruhi oleh variabel yang lain diluar persamaan regresi dari penelitian ini.

Tabel. 4: Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	0,825	0,818	0,719
a. Predictors: (Constant), Total.X3, Total.X2, Total.X1				

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari hasil dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Indihome.
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Indihome
3. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Indihome
4. Harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Indihome.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, Riduwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Herlistyani, Listien, Yunus Winoto & Asep Saeful Rohman. 2012. Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Informasi Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Kepada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran* Vol. 1 No.1: 1–14.
- Kusuma, Yanuar. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Pelanggan PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang). Skripsi dipublikasikan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Keller, Kevin. L. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, International Edition, (2nd ed)*. Prentice-Hall, New Jersey.
- Nugroho, N. T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta). *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(02), 115570.
- Ramadhan, F. Y. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Serta Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Indi Home PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Wilayah Samarinda Kota). *Ekonomia*, 6(2), 150-157.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, Perilaku Konsumen, C.V Andi Offset Switching Costs, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15 No. 1, Januari 2011, Hal. 22-
- Norman, G., Likert scales, *level of measurement and the 'laws' of statistics*. *Advances in Health Science Education* 2010. 15(5): p. 625-632.
- Suhartanto, Dwi, *Analisa Data untuk Riset Bisnis: SPSS, AMOS, PLS Edisi 2*. Politeknik Negeri Bandung 2020.
- Riduwan, & Akdon. (2006). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Wijayanti, E., 2006, Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Kijang (Studi Kasus Pada PT. NASMOCO KALIGAWA SEMARANG).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Vol. 2)*. Jakarta: Erlangg.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (Vol. 1)*. Jakarta: Erlangga
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.