

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WIFI
INDIHOME DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Di susun oleh:

Leon Engelka

11180397

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen (S1)

Disusun oleh :

LEON ENGELKA

NIM : 11180397

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leon Engelka
NIM : 11180397
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WIFI
INDIHOME DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 25 Januari 2022

Yang menyatakan



(Leon Engelka)
NIM.11180397

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WIFI
INDIHOME DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Leon Engelka

11180397

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 10 Januari 2022

Nama Dosen

1. Dra. Purwani Retno, MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Hardo Firmana G.G Manik, SE., M.Sc
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.pd, Dipl. Secr, MM
(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 18 Januari 2022

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WIFI
INDIHOME DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi Sebagai syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan hasil dari tiruan atau duplikasi terhadap karya pihak lain yang ada di Perguruan Tinggi atau Instansi mana pun, terkecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya

Apabila dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 13 Desember 2021



Leon Engelka

NIM. 11180397

DUTA WACANA

HALAMAN MOTTO

Kolose 2:1

“Karena aku mau, supaya kamu tahu betapa beratnya perjuangan yang ku lakukan untuk kamu”

Filipi 4:6

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

Kebijakan (De 德)

Yang nyaman belum tentu baik, yang serba menantang juga belum tentu baik.

Apa yang membuat anda bertumbuh itulah yang terbaik.

John Lennon

“Hitunglah umurmu dengan teman bukan tahun, hitunglah hidupmu dengan senyum, bukan air mata”

Albert Einstein

“Hidup itu seperti bersepeda. Kalau kamu ingin menjaga keseimbanganmu, kamu harus terus bergerak maju”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus Kristus yang selalu menuntun dan menyertai seluruh aspek kehidupan saya dan keluarga
- Papa dan Mama tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, motivasi, finansial, kasih sayang dan perhatian yang selalu diberikan kepada penulis melebihi orang lain.
- Saudara dan Sepupu yang selalu memberi semangat dan dorongan kepada penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi.
- Seluruh keluarga yang mendukung secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkuliahan saya.
- Dosen Pembimbing saya Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM yang telah sabar memberikan bimbingan, bantuan, saran dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
- Teman - teman seperjuangan saya (Agus, bg Wahyu Dkk) terima kasih buat dukungan dan semangat yang diberikan, serta kesediaan untuk memberi saran dan masukan.
- Kakak - kakak dan teman - teman dalam kepengurusan dan kepanitian IMKA
- Teman - teman dari seluruh angkatan yang pernah berjuang bersama baik di dalam kegiatan kampus maupun tugas harian dan kelompok selama perkuliahan, yang mana namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
- Semua pihak yang telah membantu dan mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi saya dapat selesai dengan baik.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wifi IndiHome Di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

Adapun tujuan dari penulis skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selanjutnya dengan kerendahan hati, penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tentunya tidak dapat selesai dengan tepat waktu tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka, dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah memberikan bimbingan dan dukungannya.

Sebagai penulis tentunya tetap menyadari bahwa karya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, maka dalam hal ini penulis sangat mengharapkan adanya kritikan dan saran yang tepat membantu melengkapi setiap kekurangan dari skripsi ini. Semoga dengan karya skripsi yang telah dibuat ini, dapat membantu banyak pihak dalam melakukan penelitian selanjutnya maupun sebagai sumber referensi.

Yogyakarta, 13 Desember 2021

Penulis



Leon Engelka

NIM. 11180397

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Digitalisasi Bisnis	10
2.2 Manajemen Pemasaran	11
2.3 Kualitas Produk	12
2.4 Kualitas Pelayanan	16
2.5 Persepsi harga	19
2.6 Kepuasan Konsumen	22
2.7 Penelitian terdahulu	26
2.8 Kerangka Berpikir	32
2.9 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Data	36
3.1.1 Data primer	36
3.1.2 Data Sekunder	36
3.2 Populasi	37
3.3 Sampel	37

3.4	Metode Sampling	38
3.5	Desain Penelitian	39
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
3.5.1	Variabel Penelitian.....	40
3.5.2	Variabel bebas (<i>independent</i>)	40
3.5.3	Variabel terikat (<i>dependent</i>).....	41
3.5.4	Definisi Operasional.....	42
3.6	Teknik Pengumpulan data	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1	Metode Analisis Data	45
3.7.2	Uji Instrumen Penelitian	45
3.7.3	Analisis Deskriptif.....	46
3.7.4	Analisis Regresi	47
3.7.5	Uji Hipotesis	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		53
4.1.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	54
4.1.1.	Uji Validitas.....	54
4.1.2.	Uji Reliabilitas	56
4.2	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	61
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	62
4.2.6.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	63
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	64
4.3	Analisis Linier Berganda.....	66
4.3.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.3.2	Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	69
4.3.3	Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T).....	70
4.4	Pembahasan Hasil Analisis	71
4.4.1.	Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen....	73
4.4.2.	Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen .	74
4.4.3.	Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	75
BAB V PENUTUP.....		77
5.1.	Kesimpulan.....	77

5.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden	77
5.1.2. Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R²).....	79
5.1.3 Hasil Analisis Uji F	79
5.1.4 Hasil Analisis Uji T	79
5.2 Saran	80
5.2.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan	80
5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	27
Tabel 3.1.....	42
Tabel 3.2.....	45
Tabel 4.1.....	55
Tabel 4.2.....	56
Tabel 4.3.....	57
Tabel 4.4.....	57
Tabel 4.5.....	57
Tabel 4.7.....	58
Tabel 4.8.....	59
Tabel 4.9.....	60
Tabel 4.10.....	61
Tabel 4.11.....	62
Tabel 4.12.....	63
Tabel 4.13.....	64
Tabel 4.14.....	65
Tabel 4.15.....	66
Tabel 4.16.....	68
Tabel 4.17.....	69
Tabel 4.18.....	70
Tabel 4.19.....	72

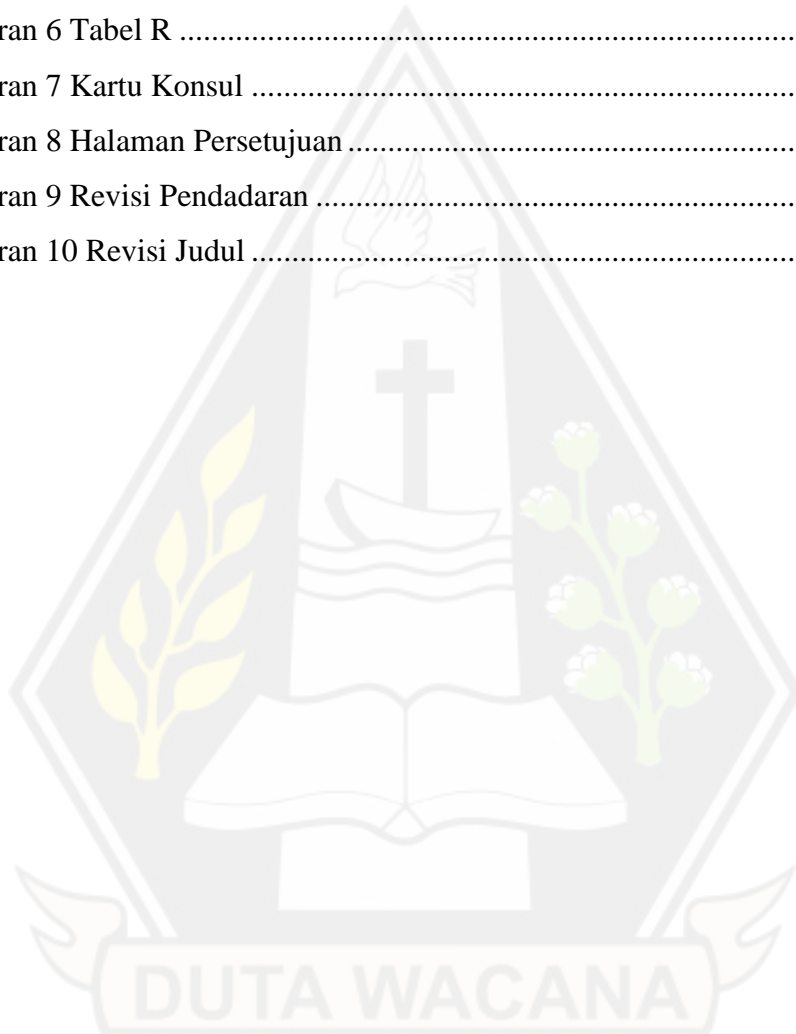
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	2
Gambar 1. 2.....	3
Gambar 1. 3.....	4
Gambar 2. 1.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian	87
Lampiran 2 Uji Validitas & Reliabilitas	92
Lampiran 3 Uji Regresi SPSS	95
Lampiran 4 Data Persentase Kusioner	97
Lampiran 5 Data Jawaban Responden	100
Lampiran 6 Tabel R	103
Lampiran 7 Kartu Konsul	104
Lampiran 8 Halaman Persetujuan	106
Lampiran 9 Revisi Pendadaran	107
Lampiran 10 Revisi Judul	108

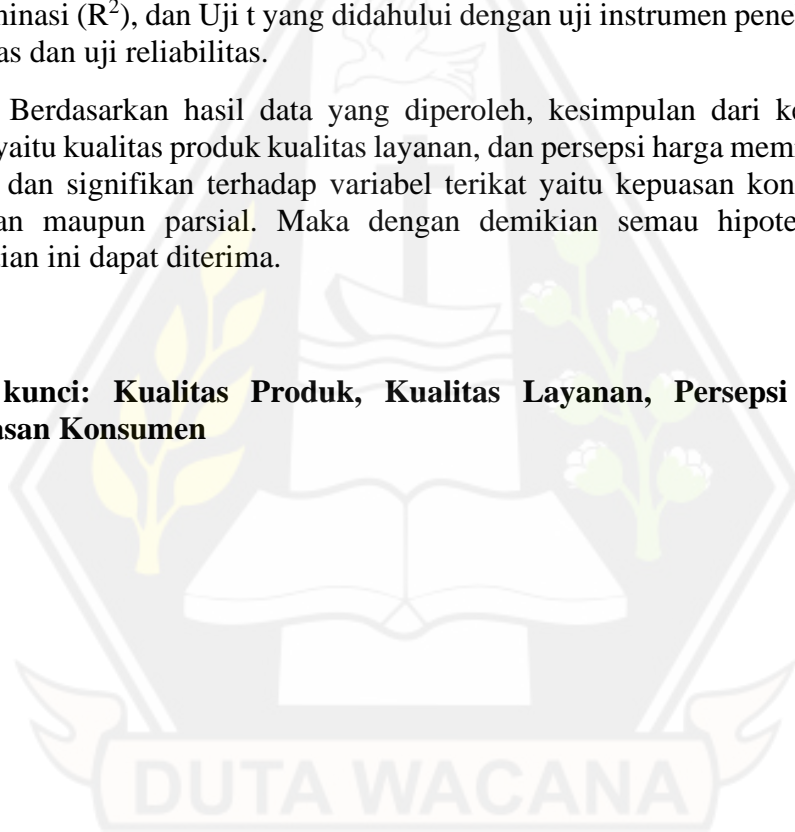


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen wifi indiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen wifi IndiHome, dengan Teknik pengambilan sampel *Non-probability sampling*, yaitu mereka yang pernah berlangganan dan menggunakan wifi indiHome minimal atau lebih dari 1 bulan dan minimal berusia 17 tahun. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Dalam hal pengambilan data sampel, dilakukan melalui metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada responden. Kemudian peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 26 untuk mengolah data responden serta menggunakan teknik analisis berupa analisis deskriptif, regresi linier berganda dengan uji hipotesis yaitu Uji F, Koefisien Determinasi (R^2), dan Uji t yang didahului dengan uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, kesimpulan dari ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen secara simultan maupun parsial. Maka dengan demikian semua hipotesis di dalam penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, service quality and price perceptions on consumer satisfaction with indiHome wifi in the Special Region of Yogyakarta. This study uses a quantitative approach method. The population in this study is IndiHome wifi consumers, with Non-probability sampling technique, namely those who have subscribed and used indiHome wifi for at least or more than 1 month and at least 17 years old. The samples taken in this study were 100 respondents. In terms of taking sample data, it is done through a survey method by distributing questionnaires via Google Form to respondents. Then the researchers used the SPSS version 26 application to process respondent data and used analytical techniques in the form of descriptive analysis, multiple linear regression with hypothesis testing, namely the F test, the coefficient of determination (R^2), and the t test which was preceded by the research instrument test, namely the validity test and reliability test.

Based on the results of the data obtained, the conclusions of the three independent variables, namely product quality, service quality, and price perceptions have a positive and significant influence on the dependent variable, namely simultaneous or partial consumer satisfaction. Thus, all the hypotheses in this study can be accepted.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price Perception and Consumer Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

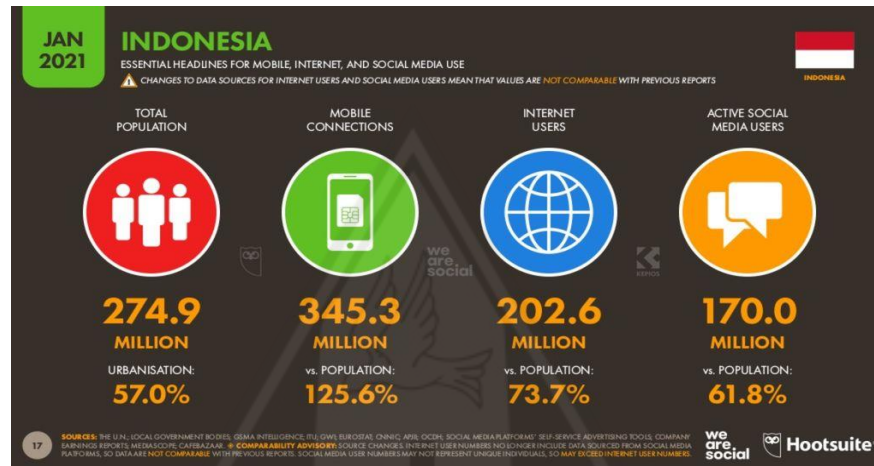
Pada era digitalisasi sekarang ini pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar hingga ke penjuru dunia, pandemi secara tidak langsung banyak mengubah perilaku dan kebutuhan konsumen. Demi meminimalisasi penyebaran virus terutama di Indonesia, pemerintah menerapkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM), sebagai akibatnya banyak kantor baik pemerintah maupun swasta yang kemudian menerapkan skema pembelajaran jarak jauh atau bekerja dari rumah *Work From Home* (WFH). Kondisi ini menyebabkan pergeseran kebutuhan konsumen dimana internet sekarang menjadi kebutuhan yang sangat penting pada masa pandemi.

Peluang ini tentunya direspon dengan cepat oleh perusahaan penyedia layanan internet. Para perusahaan penyedia layanan internet dituntut untuk dapat memberikan kapasitas berinternet dengan yang harga yang kompetitif dan tentunya kuota yang tanpa batas. Menurut Febriani (2021) mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah meningkat yaitu mencapai 202,6 juta orang dengan rata-rata memakai internet sekitar 8 jam per hari. Pesatnya perkembangan teknologi dan akses jaringan berbasis internet memungkinkan untuk dapat menyediakan banyak

layanan yang beragam dalam mengakses jaringan internet. Berikut adalah data pengguna internet di Indonesia.

Gambar 1. 1

Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2021



Sumber: Hootsuite (2021)

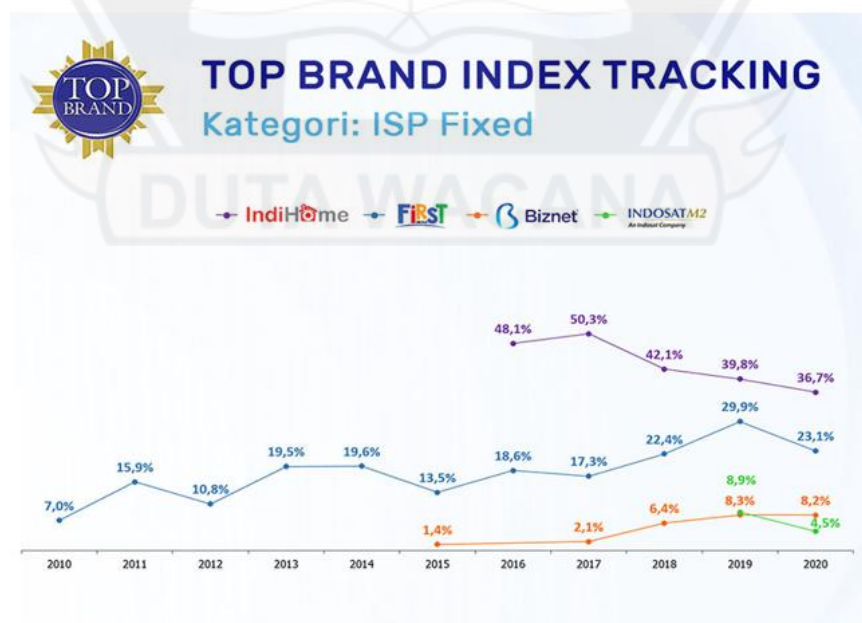
Total jumlah penduduk di Indonesia sendiri ini adalah 274,9 juta jiwa, ini artinya, penetrasi internet Indonesia di awal 2021 mencapai 73,7%. Dari gambar di atas pada Januari 2021 dari 274 juta penduduk Indonesia terdapat 202 juta pengguna aktif internet, 345 juta pengguna *handphone* dan pengguna media sosial sebanyak 170 juta (Hootsuite, 2021). Gambaran tersebut menunjukkan bahwa adanya peluang usaha yang dapat diciptakan dengan memanfaatkan internet dan jaringan kuat pada saat ini. Dengan perkembangan yang sangat pesat saat ini, internet memang sangat menjanjikan sehingga penerapan teknologi internet haruslah sesuai dengan yang diharapkan, salah satu contoh yaitu mengembangkan teknologi akses jaringan berbasis internet yang kuat dan kencang untuk dapat menyediakan layanan yang beragam. Tantangan ini juga didukung oleh beberapa perusahaan sejenis yang menawarkan produk dengan karakteristik yang hampir sama sebagai tindakan mempertahankan eksistensi perusahaan.

Bertambah padatnya jumlah penduduk sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet dan dengan adanya dampak pandemi covid-19 hal ini memberikan peluang kepada penyedia layanan *triple play* (wifi), layanan ini berupa langganan TV kabel, telepon rumah dan akses internet, termasuk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang memanfaatkan peluang tersebut. Pemenuhan akan kebutuhan teknologi internet dijawab dengan dikembangkannya produk berbasis pemenuhan kebutuhan terhadap akses internet, salah satu produknya adalah IndiHome dengan teknologi *fiber optic* yang memiliki tingkat kecepatan tinggi dan mampu mentransfer data lebih dari 100 mbps (IndiHome, 2020).

Sejak diluncurkan layanan *fiber optic*, IndiHome mendapatkan respon positif terbukti pada *top brand* indeks kategori ISP (*internet service provider*), IndiHome mendominasi layanan internet dengan persentase paling tinggi, Berikut Top Brand Indeks layanan *tripleplay* (wifi) di Indonesia.

Gambar 1. 2

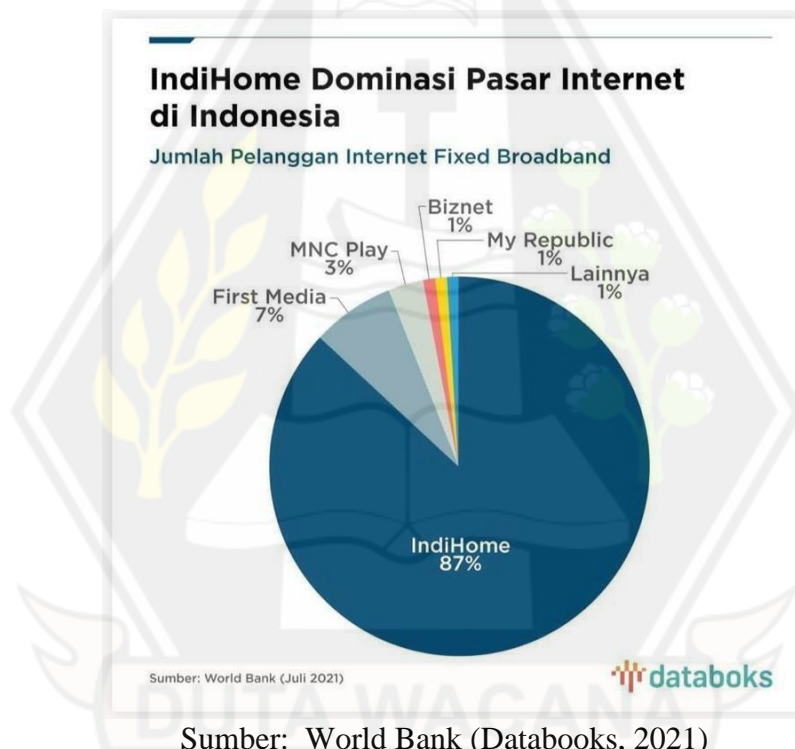
Top Brand Indeks Layanan Tripleplay Indonesia Tahun 2020



Dari tabel 1.2 mulai dari tahun 2016 sampai 2020 diatas diketahui berdasarkan indeks *tracking* pangsa pasar IndiHome meraih persentase angka 36,7 % dan disusul oleh layanan internet lain seperti First Media, Biznet dan IndosatM2. Kemudian di tahun 2021 IndiHome mendominasi pasar Indonesia sebagai layanan internet terbesar di Indonesia menandakan pelanggan-pelanggan masih tertarik dengan layanan Internet IndiHome. Berikut dominasi pasar layanan Internet di Indonesia sebagai berikut:

Gambar 1. 2

Dominasi Pasar Layanan Internet Tripleplay Di
Indonesia Tahun 2021



Dari gambar diatas pada Juli 2021 dominasi pasar internet di Indonesia dengan pelanggan terbanyak adalah IndiHome, yaitu sebesar 87% pelanggan, First Media 7%, Mnc Play 3%, Biznet 1%, My Republic 1% dan lainnya 1% seperti IndosatM2 dan Speedy. Berdasarkan data dikutip dari laman (Liputan 6, 2021) diungkapkan bahwa menurut Bank Dunia, dengan menguasai pangsa pasar sebesar 87%,

IndiHome menjadi layanan *fixed broadband* teratas di Indonesia. Perusahaan telekomunikasi juga mengklaim sembilan pulau di Indonesia juga telah dijangkau Indihome, yaitu antara lain Bintan, Karimun, Kei, Alor, Simeule, Weh, Sebatik, Rote dan Sabu. Bertambahnya pelanggan IndiHome berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankannya, dapat dengan memperhatikan kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga yang diberikan, diharapkan IndiHome dapat lebih memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang sangat penting meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:164) dalam Bangkit Rohman (2019), menyatakan bahwa kualitas produk ialah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari keinginan konsumen kemudian digunakan atau dirasakan oleh konsumen. Apabila produk jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang terbilang cukup rendah maka harapan dari konsumen akan merasa tidak puas, namun apabila produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang bagus dan sama dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Menurut Kotler pada Pusparani dan Rastini (2015) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan karakteristik yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, jika semakin bagus dan tinggi tingkat dari kualitas produk yang diberikan seperti keandalan, daya tahan, akurasi dan pengoperasian maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh oleh konsumen, dengan tingginya kepuasan yang diperoleh konsumen maka secara tidak langsung kualitas produk yang ditawarkan perusahaan dapat diterima dan bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Selain kualitas produk, faktor lain dalam menciptakan kepuasan konsumen ialah dari segi kualitas layanannya, kualitas layanan sangat penting bagi kepuasan konsumen karena memudahkan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa melalui kenyamanan dari pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Menurut Tjiptono (2016:268) dalam Mahira, Prasetyo dan Heni (2021), kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Apabila suatu layanan yang diberikan buruk maka akan berdampak pada kekecewaan pada konsumen. Tetapi apabila layanan yang diberikan cepat dan melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan yang tercipta akan memberikan sebuah kepuasan bagi konsumen. Maka dari itu kualitas layanan mempengaruhi kepuasan bagi konsumen dalam hal ketika diberikan pelayanan yang terbaik bahkan memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan lebih aktif dalam proses mengkonsumsi jasa dari perusahaan dikarenakan adanya rasa kepuasan yang dirasakan dari pelanggan (Nasution, 2017:39).

Kemudian keberhasilan suatu perusahaan tidak lepas dari harga yang ditawarkan, selain kualitas produk dan kualitas layanan, persepsi harga yang diberikan juga harus diperhatikan perusahaan agar dapat memuaskan pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakan. Persepsi harga juga mempunyai peranan penting dalam persaingan usaha terutama dalam penyedia layanan internet, sebelum konsumen dapat menikmati manfaat dari produk yang ditawarkan, konsumen juga harus mengeluarkan sebuah biaya. Pengorbanan biaya tersebut haruslah memberikan hasil yang setimpal dengan manfaat yang diterima, karena hal tersebut juga merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen. Pada penelitian

yang dilakukan oleh Harjati dan Vanesia (2015) menemukan bahwa persepsi harga menjadi pengaruh dominan dari kepuasan konsumen dan bisa menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian ulang. Maka dari itu persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena dapat dijadikan perbandingan konsumen untuk pandangan mengenai harga yang dimiliki sebuah produk ataupun jasa yang sesuai dengan manfaat yang diberikan (Rivai dan Wahyudi, 2017).

Berdasarkan fenomena dan latar belakang diatas. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga untuk membangun kepuasan bagi konsumen IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan perkembangan pesat yang dialami IndiHome, maka penulis memfokuskan penelitian mengenai **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta.**

1.2 Rumusan Penelitian

Dari uraian diatas mengenai latar belakang peneliti mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- b. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- c. Apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian diatas dapat dirumuskan beberapa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- c. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.4 Manfaat penelitian

- a. Manfaat bagi penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan terhadap penelitian tentang wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagai sarana untuk menerapkan ilmu manajemen yang sudah diperoleh dalam bidang pemasaran. Kemudian bisa menjadi referensi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen.

- b. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat membantu Indihome lebih baik dalam menanggapi situasi dan dapat memberikan solusi bagi

IndiHome untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan dapat menjadi tolak ukur bagi bisnis untuk membangun strategi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen di wilayah Yogyakarta.

c. Manfaat bagi akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dalam akademisi atau praktisi mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah penelitian yang diteliti tidak terlampau luas, maka penelitian ini dibatasi pada:

- a. Lokasi penelitian : Daerah Istimewa Yogyakarta
- b. Responden penelitian : Konsumen yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang pernah berlangganan dan pernah menggunakan layanan wifi IndiHome minimal 1 bulan.
- c. Jumlah responden : 100 responden
- d. Waktu penelitian : Oktober - Desember 2021
- e. Variabel :
 1. Variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen (Y)
 2. Variabel bebas, kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan persepsi harga (X3)

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen dengan IndiHome Wi-Fi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai hasil penelitian, evaluator menggunakan sampel sebanyak 100 orang dimana responden penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan dan berlangganan minimal satu bulan dan konsumen berusia minimal 17 tahun. Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 100 orang, peneliti terlebih dahulu membagikan kuesioner kepada 30 responden untuk memverifikasi validitas dan reliabilitas dengan data telah terkumpul. Ketika semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, peneliti baru melanjutkan ke fase penelitian berikutnya.

5.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

1. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase pengguna wifi indihome berdasarkan jenis kelamin (*gender*) didominasi oleh pria dengan jumlah 56% dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi.
2. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase pengguna wifi IndiHome berdasarkan jenjang umur didominasi oleh para responden yang berusia 21 – 26 tahun yaitu 32% dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi.
3. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase pengguna wifi IndiHome berdasarkan Pendidikan terakhir didominasi oleh

SMA/SMK/SMU dengan jumlah 33% dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi.

4. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase pengguna wifi IndiHome berdasarkan domisili terbanyak yaitu dari Kota Yogyakarta dengan jumlah 27% dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi.
5. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase pengguna wifi IndiHome berdasarkan status pekerjaan, mayoritas pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 30% dari 100 orang yang telah berpartisipasi.
6. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase pengguna wifi IndiHome berdasarkan pendapatan per bulan, pendapatan tertinggi dari responden yaitu berjumlah Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000 sebanyak 40% dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi.
7. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase pengguna wifi IndiHome berdasarkan lama berlangganan yaitu lebih dari 1 tahun dengan jumlah 38% dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi.
8. Disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif, persentase penggunaan IndiHome dengan pemanfaatan digunakan sebagai hiburan dan kebutuhan keluarga/rumah tangga seperti (Belanja Online, berkomunikasi dengan keluarga yang jauh, update berita dll) dengan jumlah 23% dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi dan boleh menjawab lebih dari 1 pernyataan.

5.1.2. Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai *adjusted* (R^2) yaitu sebesar 67,7%, disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 (kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga) memiliki pengaruh sebesar 67,7% terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan sisanya yang berjumlah 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.1.3 Hasil Analisis Uji F

Hasil analisis yang telah dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang terdiri dari kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0.000.

5.1.4 Hasil Analisis Uji T

- a. Berdasarkan hasil uji parsial yang dikerjakan menunjukkan bahwa koefisien regresi pada kualitas produk produk, mempunyai hasil perbandingan nilai sig dengan tingkat signifikansi yang dapat dikatakan H_a diterima dan H_0 ditolak, Secara parsial (secara individual) mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Wi-Fi IndiHome di wilayah Yogyakarta.
- b. Berdasarkan hasil uji parsial yang dikerjakan untuk variabel kualitas pelayanan, hasil perbandingan nilai sig dengan tingkat signifikansi maka dapat dikatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, membuktikan koefisien regresi terhadap kualitas pelayanan. secara parsial (secara individual)

mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap wifi IndiHome di wilayah Yogyakarta. .

- c. Berdasarkan hasil uji parsial yang dikerjakan maka dapat dikatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, pada variabel persepsi harga yang memperoleh hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, ini menandakan koefisien regresi pada persepsi harga secara parsial (individu) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wifi IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan

- a. Variabel penelitian yang diteliti terbatas pada kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga sementara banyak variabel lain yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. Penelitian ini dilakukan dimasa pandemi sehingga dominan responden berasal dari kalangan mahasiswa sehingga ada peluang penelitian dengan responden yang jauh lebih variatif seperti kepada non mahasiswa.
- c. Penelitian yang hanya terbatas di Daerah Istimewa Yogyakarta.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan

Hasil penelitian terhadap variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga, ditemukan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen IndiHome Wi-Fi di

Yogyakarta. Berikut saran yang dapat diberikan kepada perusahaan mengenai variabel penjelas yang digunakan dalam penelitian ini.

1. IndiHome harus mengembangkan fitur-fitur dari sisi kualitas produknya karena sangat bermanfaat bagi kegiatan konsumen pada era pandemi saat ini, seperti mengembangkan dan meningkatkan kualitas akses jaringan, kapasitas jaringan pemasangan produk indihome dan tentunya konsistensi jaringan yang stabil sehingga meminimalkan terjadinya gangguan dan produk wifi IndiHome dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.
2. IndiHome juga disarankan selalu meningkatkan dan menjaga kualitas layanannya terutama pada via *online*, dimasa pandemi ini konsumen lebih berhati-hati dalam menyesuaikan kondisi saat ini sehingga layanan yang dilakukan kebanyakan bersifat *online*. Diharapkan karyawan lebih disiplin dalam melayani konsumen, selanjutny akan lebih baik jika IndiHome menambahkan jumlah *customer service* sehingga kecepatan dalam menanggapi laporan gangguan bukan hal sulit untuk dilakukan, apabila hal ini dapat terealisasikan dengan baik maka banyak konsumen yang merasa puas dan senang akan pelayanannya.
3. Diharapkan pihak Indihome untuk terus mempertahankan harga bahkan menawarkan harga yang masuk akal agar dapat terjangkau oleh konsumen, mengingat pada masa pandemi ini jaringan internet yang kuat sangat diperlukan oleh banyak kalangan masyarakat sehingga kepuasan terhadap harga wifi IndiHome akan terus meningkat.

5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini telah dikembangkan diatas, berikut adalah saran-saran untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi:

1. Dalam menyusun kuesioner diharapkan dapat menggunakan kata-kata yang tepat serta padat dan jelas. Ini memiliki pengaruh dalam pengisian kuesioner terhadap hasil dari penelitian, hal dilakukan juga agar mempermudah responden memahami pernyataan yang diberikan dan tidak membosankan bagi responden yang mengisi.
2. Pernyataan diberikan tidak hanya kuesioner saja namun akan lebih efektif jika menggunakan metode wawancara, agar jawaban yang dihasilkan sesuai dengan pandangan responden bukan dari kuesioner peneliti saja.
3. Pada penelitian yang akan datang, dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi dan diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan analisis dan memperdalam penelitian yang berbeda dengan menggunakan variabel yang berbeda juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen - VOL. 12 (1) 2020*, 32-39, 1-8.
- Bayu rifa'I, N. W. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smarfren Denpasar. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 1-12.
- Boedijoewono, N. (2016). *Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Febriyani, C. (2021, Oktober 1). *Peningkatan Pengguna Internet Harus Diiringi dengan Etika Penggunanya*. Retrieved from industry.co.id: <https://www.industry.co.id/read/94385/peningkatan-pengguna-internet-harus-diiringi-dengan-etika-penggunanya>
- I Kadek Suarjana, N. W. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek IndiHome. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 4, 2018: 1920-1949* ISSN : 2302-8912 ISSN : 2302-8912, 1 - 30.
- IndiHome. (2020, November 20). *Penjelasan Lengkap dan Menarik Seputar IndiHome Fiber*. Retrieved from indihome.co.id: <https://indihome.co.id/blog/penjelasan-lengkap-dan-menarik-seputar-indihome-fiber>
- Industri.Kontan.co.id. (2021, Juli 2). *indihome targetkan capai 9,6 juta pelanggan pada akhir tahun 2021*. Retrieved from kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/indihome-targetkan-capai-96-juta-pelanggan-pada-akhir-tahun-2021>

- Kalfiansyah, K. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan IndiHome Di Yogyakarta. *Skripsi Fakultas Ekonomi UII* , 1 - 165.
- Kevin Candra Cung, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Indihome PT. Telkom . *Prosiding Seminar Nasional Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi Universitas Mercu Buana Jakarta*, 1-11.
- Kotler, P. &. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran (IX ed.)*. Jakarta: indeks.
- Kotler, P. &. (2013). *PrinsipPrinsip Pemasaran (12 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Liputan 6. (2021, Agustus 09). *Bank Dunia, IndiHome Kuasai 87 Persen Pangsa Pasar Fixed Broadband*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/teknoread/4628024/bank-dunia-indihome-kuasai-87-persen-pangsa-pasar-fixed-broadband>
- Mahira, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Volume 2*, 1-17.
- Meysi Ramayana Munthe, F. R. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan. *Jurnal Teknovasi Volume 08, Nomor 02, 2021, 100 – 118 ISSN: 2540-8389* , 1-19.
- Money.Kompas. (2021, Agustus 21). *Penuhi Kebutuhan Internet Selama Pandemi, IndiHome Hadirkan Berbagai Promo untuk Pelanggan Baru*. Retrieved frommoney.kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/08/27/181500826/penuhi-kebutuhan-internet-selama-pandemi-indihome-hadirkan-berbagai-promo>
- Munir, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk IndiHome Fiber. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember 2018*, 1 - 16.

- Padek.Jawapos. (2021, September 6). *Kinerja Telkom Semester I-2021, Bisnis Digital Mulai Membuahkan Hasil*. Retrieved from padek.jawapos.com: <https://padek.jawapos.com/bisnis/06/09/2021/kinerja-telkom-semester-i-2021-bisnis-digital-mulai-membuahkan-hasil/>
- Putri, A. L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Penlanggan Wifi IndiHome Di Surabaya. *Artikel Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*, 1-15.
- Rohmat, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider (Studi Kasus Pada Pengguna layanan Indosat Ooredoo di Kota Magelang). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhamadiya Magelang*, 1-62.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Susilowati, A. N. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik Volume 2 Nomor 3* , 1-8.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran, Edisi II*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vicky Desna Adi Lelono, R. V. (2020). Pengaruh Antrian Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Biznet Home Di Branch Kelapa Gading. *Jurnal Sains Sosio Humaniora P-ISSN: 2580-1244 Volume 4 Nomor 2 Desember 2020*, 1 - 12.