

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
INDIHOME DATEL CIBADAK
PT. TELEKOMUNIKASI SELULER**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
INDIHOME DATEL CIBADAK
PT. TELEKOMUNIKASI SELULER**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2025**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DATEL CIBADAK PT. TELEKOMUNIKASI SELULER

NAMA : ERIKA SITI OKTAVIA

NIM : 20210080125

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 21 Mei 2025



ERIKA SITI OKTAVIA

Penulis

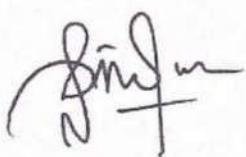
PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN INDIHOME DATEL CIBADAK PT.
TELEKOMUNIKASI SELULER
NAMA : ERIKA SITI OKTAVIA
NIM : 20210080125

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada Sidang Skripsi tanggal Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 21 Mei 2025

Dosen Pembimbing 1



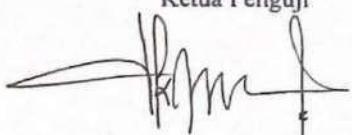
Dr. Mulus Wijaya Kusuma
NIDN. 8945420021

Dosen Pembimbing 2



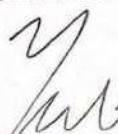
Ryan Mirdan Fauz, M.Si
NIDN. 0419069402

Ketua Pengaji



Ikmalul Miftah Zainuthalibien
NIDN. 2125129404

Ketua Program Studi Manajemen



Ana Yuliana Jasuni, M.M.
NIDN. 0414079101

Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H.
NIDN. 04140580705

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, kekuatan, dan kesabaran selama proses panjang penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Atas segala karunia-Nya yang tak terhingga, yang telah memberi penulis kehidupan, waktu, Kesehatan, dan kesempatan untuk menempuh Pendidikan hingga tahap ini. Dalam setiap Langkah, Tuhan adalah tempat berserah, tempat meminta kekuatan saat rapuh, dan tempat kembali Ketika tak tahu arah.
2. Yang selalu menjadi Cahaya di setiap kegelapan dalam hidup penulis yaitu bapak Lili Suhaeli dan ibu Mamay Setiawati. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, cinta yang tak bersyarat, kesabaran yang tak terkira luasnya serta kerja keras dan pengorbanan yang tidak terhitung sejak penulis belum mengerti apa-apa hingga sampai saat ini. Semoga kelak karya ini menjadi bagian kecil dari kebanggaan kalian terhadap anakmu ini.
3. Untuk seorang anak perempuan kecil yang telah bertahan. Terima kasih telah berani melangkah sejauh ini, melewati hari-hari yang tak selalu mudah, dengan banyak rintangan yang harus di lalui meski dalam ketidakpastian datang tanpa aba-aba. Engkau pernah merasa tidak cukup kuat, terus belajar meski sering lelah, terus mencoba meski sering gagal. Semua luka, air mata, dan tawa menjadi saksi bahwa perjuangan ini layak untuk dihargai. Terima kasih telah bertahan, tumbuh, dan tetap percaya bahwa setiap usaha akan menemukan jalannya.
4. Saudara kandung dan ipar tercinta, Lisma Siti Anggraini, S.Ap., dan Asep Maulana, S.Ip., yang senantiasa menjadi tempat cerita, kekuatan, dan motivasi untuk penulis. Terima kasih atas canda, perhatian, serta dukungan yang selalu hadir dalam bentuk sederhana namun penuh makna.
5. Keponakan tersayang, Nadhifa Kayla Putri yang hadir sebagai teman kecil di Tengah hiruk-pikuk perjuangan ini. Terima kasih karena kehadirannya memberi warna dan semangat baru di saat penulis hampir kehilangan arah.
6. Segenap keluarga besar, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril yang tak ternilai. Terima kasih atas kehangatan, cinta, dan kepercayaan yang telah menjadi fondasi kokoh dalam perjalanan ini.
7. Untukmu yang belum penulis temui sampai saat ini, entah siapa dan di mana, semoga kelak dipertemukan dalam waktu terbaik menurut-Nya. Semoga Ketika saat itu tiba, kita bisa saling menemani, menguatkan, dan tumbuh bersama dalam kehidupan yang penuh makna.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah hadir dalam suka dan duka, dalam tangis dan tawa, terima kasih atas Kerja sama, canda, motivasi, dan kebersamaan yang tidak tergantikan. Bersama kalian perjalanan ini menjadi lebih berwarna dan bermakna.
9. Dosen pembimbing penulis, bapak Dr. Mulus Wijaya Kusuma sebagai dosen pembimbing 1 dan bapak Riyand Mirdan Faris sebagai dosen pembimbing 2, terima kasih atas waktu, kesabaran, bimbingan, dan ilmu yang telah diberikan. Setiap masukan dan arahan bapak sangat berarti bagi

penyusunan karya ini dan menjadi bekal berharga dalam perjalanan selanjutnya.

10. Dosen pengaji, yang telah memberikan koreksi, saran,, dan masukan yang sangat berharga untuk menyempurnakan karya ini. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang diberikan.
11. Rektor, Dekan, dan Ketua Program Studi, sebagai pemimpin akademik yang telah menciptakan ruang belajar dan pengembangan diri yang kondusif. Terima kasih atas segala fasilitas, kebijakan, serta kesempatan yang memungkinkan penulis menyelesaikan studi di institusi ini.



ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di wilayah Datel Cibadak. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 68 responden pengguna IndiHome di wilayah Cibadak. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik *Structural Equation Modelling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa kualitas produk bukan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan IndiHome di wilayah ini. Harga juga ditemukan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa perubahan harga tidak secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Sebaliknya, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa aspek pelayanan merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan IndiHome di Cibadak. Penelitian ini juga menemukan bahwa ketika kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dianalisis secara simultan, ketiganya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan Telkomsel dan para pembuat kebijakan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan, khususnya di wilayah Cibadak.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, IndiHome, datel Cibadak.

ABSTRACT

This study examines the effect of product quality, price, and service quality on IndiHome customer satisfaction in the Datel Cibadak area. Using a quantitative approach, this study involved 68 IndiHome user respondents in the Cibadak area. This study was conducted to evaluate the extent to which product quality, price, and service quality affect customer satisfaction. The instrument used to collect data was a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Data analysis was carried out using the Structural Equation Modeling (SEM) technique. The results of the study showed that product quality had an insignificant effect on customer satisfaction, which means that product quality is not the main factor influencing IndiHome customer satisfaction in this area. Price was also found to have an insignificant effect on customer satisfaction, indicating that price changes do not directly affect their level of satisfaction. Conversely, service quality had a significant effect on customer satisfaction, which means that the service aspect is a key factor in shaping IndiHome customer satisfaction in Cibadak. This study also found that when product quality, price, and service quality were analyzed simultaneously, all three had an effect on customer satisfaction. These findings have important implications for Telkomsel and policy makers in designing more effective strategies to optimize customer satisfaction, especially in the Cibadak area..

Keywords: product quality, price, service quality, customer satisfaction, IndiHome, datel Cibadak.

KATA PENGATAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome datel cibadak PT. Telekomunikasi Seluler”*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Kurniawan, S.T., M.Si., MM., selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Pradiftha J., S.Pd., M.T., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak Dr. Mulus Wijaya Kusuma., selaku Dosen Pembimbing I, atas bimbingan, saran, dan arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Riyan Mirdan Faris, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan masukan dan dukungan yang sangat berarti dalam menyempurnakan penelitian ini.
7. Bapak Ikmalul Miftah Zainutthalibien, MBA., selaku ketua penguji dan bapak Andri Ardhiyansyah, MBA., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam proses sidang skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, dan dukungan selama masa studi.
9. Pimpinan dan seluruh staf karyawan PT Telkomsel yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan data yang dibutuhkan.

10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Lili Suhaeli dan Ibu Mamay Setiawati, atas kasih sayang, doa, dan semangat yang tak pernah putus, yang menjadi motivasi terbesar penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.
11. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moral dan spiritual sepanjang perjalanan akademik penulis.
12. Teman-teman kelas MN21J dan MN21I yang telah menjadi bagian dari perjuangan bersama sebagai kelas internasional selama masa studi.
13. Sahabat-sahabat angkatan 2021 dan rekan-rekan di *Management Student Association*, terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang telah dibangun bersama.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bentuk bantuan, doa, dan dukungan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan di masa yang akan datang.

Sukabumi, 21 Mei 2025

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erika Siti Oktavia

NIM : 20210080125

Program Studi : Manajemen

Jenis karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DATELCIBADAK PT. TELEKOMUNIKASI SELULER”

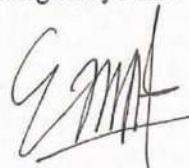
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Sukabumi

Pada Tanggal : 21 Mei 2025

Yang menyatakan



Erika Siti Oktavia

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGATAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kepuasan pelanggan.....	16
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	17
2.3.2 Teori Harapan Diskonfirmasi	17
2.3.3 Dimensi kepuasan pelanggan	19
2.3.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	20
2.4 Kualitas produk	21
2.4.1 Pengertian kualitas produk	21
2.4.2 Klasifikasi Produk	22
2.4.3 Dimensi kualitas produk.....	23
2.4.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk	24

2.4.5 Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.....	26
2.5 Harga	26
2.5.1 pengertian harga	27
2.5.2 Dimensi Harga.....	28
2.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga.....	29
2.5.4 Hubungan harga dengan kepuasan pelanggan.....	30
2.6 Kualitas Pelayanan	30
2.6.1 pengertian Kualitas Pelayanan	31
2.6.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	31
2.6.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	32
2.6.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	33
2.6.5 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan kepuasan pelanggan.....	34
2.7 Kerangka Pemikiran	36
2.8 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Tahap Penelitian	38
3.1.1 Desain Penelitian	38
3.1.2 Lokasi Penelitian	38
3.1.3 Sumber data penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	40
3.4 Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel	40
3.5 Metode Pengolahan Data.....	40
3.5.1 Pengujian Validitas Kuesioner.....	41
3.5.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner.....	41
3.5.3 Pengujian Hipotesis	42
3.5.4 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	42
3.5.5 Pengujian Goodnes Of Fit (GoF)	42
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Deskripsi Objek/Tempat Penelitian	44
4.1.2 Demografis responden.....	44

4.1.2.1 Jenis Kelamin	44
4.1.2.2 Umur.....	45
4.1.2.3 Pendidikan terakhir.....	45
4.1.2.4 Pekerjaan	46
4.1.2.5 Lama berlangganan.....	47
4.1.2.6 Tujuan penggunaan.....	47
4.1.3 Analisis Variabel Penelitian	48
4.1.4 Hasil Analisis Pengolahan Data.....	51
4.1.4.1 Pengujian validitas.....	52
4.1.4.2 Pengujian Reliabilitas	60
4.1.4.3 Pengujian Hipotesis	61
4.1.4.4 Koefisien Determiasi	65
4.1.4.5 Goodness of Fit (GoF).....	65
4.2 Pembahasan Penelitian	66
4.2.1 pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	66
4.2.2 pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan	67
4.2.3 pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	67
4.2.4 Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	69
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Perusahaan.....	70
5.2.2 Saran Peneliti Selanjutnya	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	82

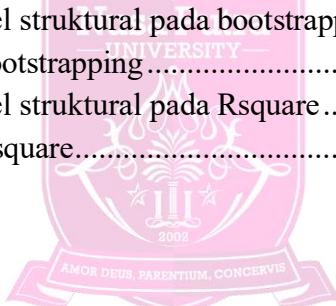
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung GraPari karena Keluhan Tahun 2024.....	4
Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung GraPari karena Keluhan Tahun 2023	4
Gambar 2. 1 Expextancy Disconfirmation Paradigm (EDP)	18
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1 Model Estimasi Pertama.....	55
Gambar 4. 2 Model Re-Estimasi	57
Gambar 4. 3 Model Bootstrapping	65
Gambar. 1 Penyebaran Kuesioner	82
Gambar. 2 Penyebaran Kuesioner	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan harga Layanan sebelum dan setelah pengakuisisian	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4. 1 Demografis jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Demografis umur	45
Tabel 4. 3 Demografis pendidikan terakhir	45
Tabel 4. 4 Demografis Pekerjaan	46
Tabel 4. 5 Demografis lama berlangganan	47
Tabel 4. 6 Demografis tujuan penggunaan	47
Tabel 4. 7 Alternatif jawaban kualitas produk	48
Tabel 4. 8 Alternatif jawaban harga	49
Tabel 4. 9 Alternatif jawaban kualitas pelayanan	50
Tabel 4. 10 Alternatif jawaban kepuasan pelanggan	51
Tabel 4. 11 Kriteria model pengukuran pada uji validitas	52
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Factor loading	57
Tabel 4. 13 Hasil Nilai AVE	59
Tabel 4. 14 Kriteria model pengukuran pada uji reliabilitas	60
Tabel 4. 15 Hasil Nilai Composite Reliability (CR)	60
Tabel 4. 16 Kriteria model struktural pada bootstrapping	61
Tabel 4. 17 Hasil Nilai bootstrapping	62
Tabel 4. 18 Kriteria model struktural pada Rsquare	65
Tabel 4. 19 Hasil Nilai Rsquare	65



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam industri telekomunikasi, keandalan koneksi internet merupakan aspek penting dari kualitas produk. Dalam penelitian Rizky Maulana (2021), Kualitas produk adalah salah satu faktor dalam memuaskan pelanggan, dengan meningkatkan kualitas ini akan menjadi peningkatan reputasi pada perusahaan. Menurut Agung (2024) dalam penelitiannya, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga koneksi internet yang andal adalah langkah krusial untuk memenuhi harapan pelanggan.

Untuk sebuah layanan jasa telekomunikasi, Keandalan mendukung berbagai aktivitas pengguna seperti pembelajaran pada penelitian (Yudhistira et al., 2021), pekerjaan, dan hiburan secara *online*. Selain itu Kestabilan jaringan pada layanan internet juga menjadi kunci, karena gangguan koneksi dapat mengurangi kenyamanan pengguna dan produktivitas pelanggan. ketidakstabilan jaringan yang tidak fleksibel dan kurangnya keamanan secara intrinsik juga menjadi salah satu yang tidak terlihat namun berdampak besar (Steven Wang, 2017).

Namun selain kualitas jaringan yang andal pada sebuah produk, faktor lain yang tidak kalah penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Dalam hal ini perusahaan juga perlu mempertimbangkan penetapan harga yang sesuai dengan semua segmen pelanggan. Pelanggan rumah tangga cenderung mencari harga yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan lain mereka, seperti jumlah perangkat yang dapat terhubung dan koneksi internet yang dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, penyedia layanan yang mampu memahami kebutuhan pasar dan menyediakan pilihan harga yang kompetitif dengan tetap menjaga kualitas layanan akan lebih mampu bertahan dalam pasar yang dinamis. Selain itu, dengan berkembangnya industri telekomunikasi harga yang ditawarkan juga harus mencerminkan kemajuan tersebut, sehingga pelanggan merasa bahwa mereka sudah mendapatkan yang terbaik dari harga yang mereka bayar .

Selain dari kualitas jaringan pada produk dan harga yang kompetitif, kualitas pelayanan juga tidak kalah pentingnya untuk menjawab harapan pelanggan. Menurut Ibrahim Amin (2008), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang dinamis, di mana konsumen saling berhubungan dengan produk atau jasa, manusia, lingkungan dan proses terjadinya pemberian atas barang tersebut. Pada layanan jasa telekomunikasi, kualitas pelayanan menjadi kunci untuk mempertahankan pelanggan berlangganan, mulai dari kecepatan tanggapan dalam menanggapi keluhan pelanggan misalnya kecepatan responsivitas *customer service* saat melayani dan hingga dukungan teknis yang kompeten ketika terjadi gangguan untuk memastikan gangguan dapat diselesaikan dengan cepat.

Ditengah persaingan yang ketat, menjaga loyalitas pelanggan merupakan faktor kunci bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Ini sejalan dengan sebuah pernyataan bahwa salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam

meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan (Eko et al., 2020), Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berkontribusi pada terciptanya loyalitas pelanggan secara konsisten.

Dalam menghadapi meningkatnya kebutuhan akan akses internet yang cepat dan stabil, penyedia layanan telekomunikasi perlu mengadopsi strategi inovatif untuk mempertahankan daya saing mereka. Sebagai bentuk upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya PT. Telkomsel yang juga bergerak dibidang telekomunikasi jaringan telah mengambil langkah strategis dengan melakukan akuisisi IndiHome yang sebelumnya dikelola oleh TelkomGroup. Sebagai salah satu penyedia layanan terbesar di Indonesia, Telkomsel berupaya untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Akuisisi ini bertujuan untuk memperluas portofolio Telkomsel, selain layanan seluler, internet rumah juga sudah banyak diminati oleh masyarakat. Dengan langkah ini, Telkomsel berharap dapat memperkuat posisinya di industri telekomunikasi dengan menyediakan layanan yang lebih lengkap bagi pelanggan.

Pada tanggal 21 Juli 2023, IndiHome resmi dialihkan operasional dan pengelolaannya kepada anak perusahaannya yaitu Telkomsel. IndiHome yang sudah dikenal luas oleh masyarakat dengan layanan internet rumah kini beroperasi di bawah manajemen Telkomsel. Telkomsel mengakuisisi IndiHome dari TelkomGroup bukan hanya dengan tujuan untuk memperluas portofolio saja, terutama dalam menghadapi permintaan pasar yang semakin tinggi untuk layanan internet cepat dan TV berbasis internet. Peralihan ini diharapkan dapat menciptakan sinergi layanan seluler dan internet rumah, juga memberikan akses digital yang lebih luas, dan mendukung layanan digital yang tengah berlangsung di Indonesia ini.

Meskipun terjadi perubahan manajerial setelah diakuisisi oleh Telkomsel, layanan paket IndiHome yang ditawarkan tetap konsisten dengan paket yang telah ada sebelumnya, sejak pertama dikembangkan pada tahun 2015 oleh TelkomGroup, memiliki layanan paket komunikasi dan data yang sama seperti telepon rumah (*Voice*), layanan internet (*internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), IPTV (*Internet Protocol Television*). Untuk paket layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, yaitu (1) *Single Play*, yaitu paket yang menyediakan koneksi internet saja (2) *Dual Play*, yaitu paket *combo* yang menyediakan koneksi internet dan telepon rumah, (3) *Triple Play*, yaitu paket yang menyediakan koneksi internet, Telepon rumah dan IPTV. Tidak hanya itu, setiap paket *IndiHome* juga hadir dengan layanan tambahan seperti *platform* musik digital dan sistem otomatisasi rumah.

IndiHome mempunyai peran penting sebagai salah satu layanan internet utama di Indonesia, menyediakan akses internet yang cepat dan stabil di seluruh rumah di Indonesia. Dengan menawarkan paket yang lengkap, IndiHome sudah menjadi pilihan utama bagi banyak pelanggan. Layanan ini juga mendukung transformasi digital, memungkinkan banyak kegiatan daring seperti bekerja, belajar, dan *streaming*, serta terus berkembang di jangkauan yang mencakup hampir seluruh wilayah nusantara.

IndiHome juga merespon kebutuhan pasar dengan penambahan fitur-fitur baru seperti akses ke hiburan digital (IPTV), portal musik digital dan *Home*

Automation. Dengan menambahkan fitur ini menawarkan nilai lebih yang menjadikan layanan semakin menarik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan mempertahankan keandalan, stabilitas, serta inovasi, penyedia layanan dapat menguatkan ketahanan pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar yang penuh persaingan.

Dalam konteks di atas kepuasan pelanggan IndiHome tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas jaringan internet produk itu sendiri maupun dari harga yang ditetapkan, tetapi juga oleh interaksi pelanggan dengan teknisi lapangan, dan kemudahan akses terhadap bantuan baik dari aplikasi maupun pusat layanan pelanggan. Seperti pada penelitian (Panjaitan & Yuliati, 2016), menemukan bahwa kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan, kepastian, kenyataan, empati dan daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menciptakan pertanyaan yang menarik mengenai bagaimana interaksi tersebut berfungsi di berbagai area, termasuk Cibadak. Daerah ini memiliki masalah tertentu yang membuatnya penting untuk dianalisis, baik dalam hal penurunan atau peningkatan jumlah pelanggan maupun masalah yang berkaitan dengan kualitas layanan yang dihadapinya.



Gambar 1. 2
Jumlah Pengunjung GraPari karena Keluhan Tahun 2023



Gambar 1. 1
Jumlah Pengunjung GraPari karena Keluhan Tahun 2024



Sumber: Data Internal PT. Telekomunikasi Seluler Datel Cibadak, 2024

Dalam konteks ini, Wilayah Cibadak dipilih sebagai studi kasus karena memiliki masalah khusus terkait layanan IndiHome, termasuk masih banyaknya jumlah pelanggan yang berkunjung ke GraPari untuk melaporkan gangguannya dalam beberapa bulan terakhir. Oleh karena itu, Cibadak menjadi kawasan analisis untuk memahami tantangan yang ada dan potensi perbaikannya. Studi ini akan menyelidiki tiga variabel utama yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan IndiHome di wilayah Cibadak. Ketiga faktor ini, seperti keandalan koneksi internet, harga yang kompetitif dan pelayanan yang responsif, memainkan peran penting dalam bentuk pengalaman pelanggan.

Berdasarkan laporan internal, terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah pelanggan yang mengajukan keluhan antara tahun 2023 dan 2024. Pada

tahun 2023, tercatat 213 pelanggan yang berhenti berlangganan, 406 pelanggan yang mengalami keluhan gangguan, dan 461 pelanggan yang melakukan perubahan paket. Sementara pada tahun 2024, meningkat menjadi 432 pelanggan yang berhenti berlangganan, 1.162 pelanggan yang melaporkan adanya gangguan, dan 193 pelanggan yang mengganti paket mereka. Peningkatan yang signifikan berada pada keluhan mengenai gangguan jaringan yang dialami menunjukkan bahwa kualitas jaringan kini terduga menjadi isu utama.

Gangguan jaringan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor alam, seperti hujan deras atau pohon tumbang. Selain karena faktor alam, keluhan pelanggan mengenai kualitas produk yang terjadi pada gangguan jaringan, juga muncul karena faktor lain, yaitu penurunan kualitas jaringan menjelang tanggal akhir pembayaran, terutama ketika kuota per bulan pelanggan sudah habis sebelum memasuki bulan berikutnya. Hal ini biasanya terjadi setelah tanggal 21, karena pelanggan diwajibkan melakukan pembayaran terakhir setiap tanggal 20 per bulan nya. Ketika kuota habis, kecepatan internet otomatis berkurang secara signifikan, ini mengakibatkan pengalaman pelanggan yang kurang optimal. Situasi ini menunjukkan bahwa keterbatasan kuota dalam paket yang tersedia mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas IndiHome.

Faktor yang mungkin berkontribusi terhadap penurunan pengguna IndiHome lainnya, yang kedua, yaitu mengenai harga. Pelanggan di wilayah Cibadak mengeluhkan bahwa harga paket yang ditetapkan oleh perusahaan kurang kompetitif setelah diakuisisi oleh Telkomsel. Perubahan yang terjadi adalah peningkatan harga layanan, yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebelumnya paket internet terendah yang ditawarkan IndiHome di kecepatan 10Mbps. Namun, setelah diakuisisi, paket terendah kini naik menjadi 30Mbps. Perubahan ini menyebabkan harga berlangganan untuk pelanggan yang ingin pasang baru menjadi mahal, yang berimbang pada anggaran yang terbatas.

Perubahan selanjutnya terjadi karena ada penyesuaian paket yang ditetapkan oleh Telkomsel. Sebelumnya IndiHome yang dikeola oleh telkomGroup memiliki harga yang lebih terjangkau untuk beberapa paket. Seperti paket 30Mbps yang sebelumnya dihargai Rp255.000,00 setelah diakuisisi oleh telkomsel kini harga paket 30Mbps meningkat secara signifikan menjadi Rp316.350,00, penyesuaian ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan ketetapan harga dari Telkomsel, yang mungkin memiliki biaya operasional dan strategi harga yang berbeda. Kenaikan harga ini menjadi salah satu alasan pelanggan merasa tidak nyaman, terutama bagi mereka yang merasa harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan.

Tabel 1. 1
Perbedaan harga Layanan sebelum dan setelah pengakuisisian

Harga Paket IndiHome sebelum di akuisisi, Feb 2023		Harga Paket IndiHome setelah di akuisisi, Des 2024	
Harga	Paket layanan	Paket layanan	Harga
Rp200.000,00/bulan	Paket 1P Internet 20Mbps	Paket Jitu 2 - Internet Only 30Mbps	Rp249.750,00/bulan
Rp255.000,00/bulan	Paket 1P Internet 30Mbps	Paket Jitu 1 - Internet Only 30Mbps	Rp316.350,00/bulan
Rp320.000,00/bulan	Paket 1P Internet 50Mbps	Paket Jitu 1 - Internet+ Use TV 30Mbps	Rp382.950,00/bulan
Rp360.000,00/bulan	Paket 2P Internet + TV 50Mbps	Paket Jitu 1 - Internet Only 50Mbps	Rp394.050,00/bulan
		Paket Jitu 1 - Internet Only 100Mbps	Rp477.300,00/bulan

Sumber: Data Internal PT. Telekomunikasi Indonesia Datel Cibadak

Yang terakhir, yang sering dikeluhkan oleh pelanggan terkait kualitas pelayanan. “Kualitas pelayanan adalah proses upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mewujudkan harapan konsumen” (Apriyani, 2017). Banyak *complain* pelanggan yang harus di layani dan kurang nya *customer service representative* yang tersedia sehingga mengakibatkan lambatnya respon, serta minimnya teknisi lapangan untuk menangani gangguan dengan cepat. Selain itu, pelanggan juga sering mengeluhkan terkait proses pengaduan melalui aplikasi yang dianggap terlalu rumit, seperti terlalu banyak persyaratan yang harus dilengkapi sebelum kendala dapat di proses. Hal ini menyebabkan butuh banyak waktu lagi untuk sampai ditangani dan membuat pelanggan merasa kurang dihargai. Kondisi ini secara keseluruhan menciptakan ketidakpuasan pelanggan, sehingga mendorong mereka untuk berhenti berlangganan atau berganti layanan pada penyedia jasa lainnya.

Dengan adanya fenomena masalah pada lokasi penelitian peneliti, penelitian ini penting dianalisis untuk memberikan wawasan kepada PT. Telkomsel untuk meningkatkan layanan IndiHome di wilayah Cibadak. Dengan menganalisis faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, perusahaan akan memperoleh informasi lebih mendalam untuk memahami ekspektasi dan kebutuhan pelanggan di daerah Cibadak. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi masalah yang dialami pelanggan, seperti gangguan jaringan, keluhan terkait harga yang meningkat atau ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan. Wawasan tersebut akan membantu

PT. Telkomsel dalam merumuskan strategi yang lebih tepat untuk memperbaiki kualitas layanan, menyesuaikan penetapan harga, dan meningkatkan pelayanan pelanggan di wilayah Cibadak.

Penelitian sebelumnya oleh Agung Setiawan (2024) memiliki variabel yang serupa dengan penelitian ini, namun fokusnya berbeda karena ditujukan pada pelanggan HNI-HPAI yang berbeda di Curup. Di sisi lain, penelitian oleh Hartanto Setiadi dan Niken Widayastuti mengkaji dampak dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan, kepercayaan, loyalitas, dan kesenangan pelanggan IndiHome di datel Purbalingga ketika masih berada dalam naungan TelkomGroup. Juga sejalan dengan penelitian Rizky Maulana (2021), yang menganalisis kontribusi dari kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Balifiber Home tanpa mengikutsertakan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kekurangan dengan memperluas variabel independen dan mengkaji kepuasan pelanggan IndiHome di wilayah Cibadak usai diakuisisi oleh Telkomsel, dalam konteks kepemilikan dan manajemen yang berbeda.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian kepuasan pelanggan IndiHome di wilayah Cibadak belum pernah dilakukan, selain itu, penelitian terdahulu yang mengkaji kepuasan pelanggan umumnya tidak menggabungkan 3 variabel independen pada penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, secara bersamaan untuk melihat bagaimana pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. kesenjangan lainnya, penelitian sebelumnya dilakukan sebelum IndiHome diakuisisi oleh Telkomsel. Perubahan pengelolaan ini tentu membawa informasi baru, baik dalam hal kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi, tidak hanya karena konteksnya yang spesifik di wilayah Cibadak, tetapi juga menawarkan konteks baru terkait pengelolaan IndiHome pasca-akuisisi oleh Telkomsel. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang signifikan, baik dalam aspek akademis maupun praktis. Dari perspektif akademis, harapan penelitian ini akan menjadi sumber rujukan baru yang mengintegrasikan tiga variabel independen dalam konteks yang berbeda. Dari sudut pandang praktis, penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada PT. Telkomsel untuk memperbaiki standar layanan, harga, dan produk IndiHome, terutama di daerah wilayah Cibadak.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna IndiHome di wilayah Cibadak, sekaligus memberikan wawasan yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Melalui studi ini, diharapkan dapat diidentifikasi langkah-langkah yang bisa meningkatkan mutu layanan IndiHome, serta mempertahankan kesetiaan pengguna di daerah Cibadak, yang pada gilirannya akan berpengaruh baik pada peningkatan kepuasan pengguna secara umum.

Berdasarkan penjelasan penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Pada

permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk menarik judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DATEL CIBADAK PT. TELEKOMUNIKASI SELULER”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang diamati di wilayah Datel Cibadak PT. Telekomunikasi Seluler, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana berbagai faktor memengaruhi kepuasan pelanggan IndiHome. Penelitian ini berangkat dari pertanyaan mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, serta apakah harga yang ditawarkan turut memengaruhi persepsi mereka terhadap layanan. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan juga menjadi perhatian utama dalam menilai tingkat kepuasan pengguna. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana ketiga faktor tersebut—kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan—secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan IndiHome di wilayah tersebut.

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.
2. PT. Telekomunikasi Seluler datel Cibadak sebagai objek penelitian

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di datel Cibadak PT. Telekomunikasi Seluler
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di datel Cibadak PT. Telekomunikasi Seluler
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di datel Cibadak PT. Telekomunikasi Seluler
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di datel Cibadak PT. Telekomunikasi Seluler

1.5 Manfaat Penelitian

Setelah menyebutkan beberapa tujuan yang hendak dicapai nantinya, peneliti juga memberikan sedikit gambaran mengenai manfaat apa saja yang akan didapatkan dalam dua bagian utama di antaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam pengembangan di bidang penelitian khususnya yang berkaitan dengan penelitian mengenai kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

2. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini memperoleh pemahaman penulis untuk melatih meningkatkan dan mengembangkan kemampuan berpikir dari ilmu yang sudah dipelajari dibangku perkuliahan
- 2) Memberikan informasi dan referensi atau perbandingan untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan di bidang ini.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi PT. Telkomsel untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan agar dapat lebih meningkatkan kualitas pelanggan IndiHome.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih rinci mengenai penelitian ini, penelitian ini dibagi ke dalam beberapa sub bab dengan presentasi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan, penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, batasan masalah untuk penelitian, tujuan daripada penelitian ini, manfaat penelitian, dan memberikan gambar struktur sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini penulis akan membahas mengenai teori dan landasan yang mencakup definisi dan karakteristik dari setiap variabel yang diperoleh dari kutipan buku yang relevan dengan penyusunan skripsi ini, serta beberapa kajian literatur dari penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini, penulis akan membahas jenis penelitian, jenis dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini, penulis akan menguraikan deskripsi dari hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan data yang dikumpulkan dan diolah. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan hasil penelitian dengan teori buku yang relevan, untuk memberikan pemahaman lebih mendalam terkait pengaruh variabel independen terhadap dependen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini, penulis akan membahas simpulan penelitian sesuai dengan rumusan masalah serta penulis akan memberikan saran bagi pihak terkait, dan masukan untuk penelitian selanjutnya yang dapat mengembangkan kajian pada topik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar referensi yang digunakan dalam penelitian ini, mencakup buku, artikel jurnal, dan sumber-sumber lain yang relevan, disusun sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.



BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Kualitas produk tidak secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0.326, t-statistik 1.958 (< 1.96), dan $p\text{-value}$ 0.051 (> 0.05). Hasil survei menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi keandalan, yaitu 3.255. Ini menunjukkan bahwa rendahnya keandalan produk membuat pelanggan kurang yakin terhadap produk, terutama jika layanan tidak konsisten atau sering mengalami gangguan teknis. Ketidakkonsistenan ini menurunkan kepercayaan pelanggan, sehingga meskipun aspek lain dari kualitas produk dinilai baik, faktor keandalan yang rendah menghambat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.
2. Harga memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0.170, t-statistik 1.153 (< 1.96), dan $p\text{-value}$ 0.249 (> 0.05). Hasil survei menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu 3.383. Ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa manfaat yang diperoleh belum sebanding dengan harga yang dibayarkan, baik karena ekspektasi yang lebih tinggi, adanya produk lain yang lebih bernilai, atau manfaat yang belum sepenuhnya terlihat. Oleh karena itu, pelanggan cenderung mempertimbangkan faktor lain, seperti promosi produk.
3. Kualitas layanan memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,462, T-statistik 3.454 ($> 1,96$) dan $p\text{-value}$ ($0,001 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan sangat mempertimbangkan aspek layanan dalam memilih produk atau layanan, sehingga kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan mereka secara signifikan.
4. Perhitungan $R\text{ Square}$ sebesar 0,857 menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berkontribusi kuat terhadap kepuasan pelanggan. Model ini memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik, dengan 85,7% variabilitas kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel X1, X2, dan X3, sementara 14,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Perusahaan

1. IndiHome perlu meningkatkan keandalan jaringan untuk mengurangi gangguan teknis dan memastikan layanan yang lebih konsisten, sehingga pelanggan dapat lebih percaya terhadap kualitas produk.
2. Selain itu, evaluasi ulang terhadap struktur harga diperlukan agar manfaat yang diperoleh pelanggan sebanding dengan biaya yang dibayarkan, misalnya melalui program promosi atau paket layanan yang lebih bernilai.
3. Mengingat kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, IndiHome harus terus meningkatkan responsivitas,

- keterampilan teknis, serta kemudahan akses layanan pelanggan agar pengalaman pengguna semakin optimal.
4. Selain itu, dengan kontribusi variabel penelitian sebesar 85,7%, IndiHome juga perlu mempertimbangkan faktor lain di luar model, seperti inovasi layanan, peningkatan pengalaman pelanggan, dan strategi loyalitas untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

5.2.2 Saran Peneliti Selanjutnya

1. Menggali faktor lain di luar variabel yang diteliti.
Mengingat bahwa aspek kualitas produk dan harga tidak menunjukkan dampak signifikan dalam studi ini, peneliti di masa mendatang mungkin ingin mempertimbangkan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan konsumen, citra merek, promosi, atau pengalaman pelanggan yang mungkin lebih relevan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada subjek yang sama maupun yang berbeda.
2. Memperluas jangkauan populasi atau objek penelitian
Peneliti yang akan datang dianjurkan untuk memperluas area penelitian atau memilih objek yang berbeda agar hasil studi dapat dibandingkan dan memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai perilaku konsumen dalam konteks yang bervariasi.
3. Mengembangkan instrumen penelitian yang lebih bervariasi dan spesifik
Alat yang diterapkan dalam penelitian ini mungkin belum sepenuhnya dapat mencerminkan pandangan responden terhadap kualitas produk dan harga. Oleh karena itu, sangat disarankan untuk mengembangkan indikator yang lebih terperinci dan relevan dengan karakteristik objek penelitian.
4. Menganalisis pengaruh hubungan tidak langsung (mediasi atau moderasi)
Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan model analisis lanjutan, seperti analisis mediasi atau moderasi, guna mengeksplorasi apakah ada variabel perantara yang dapat memperkuat atau mengurangi hubungan antara variabel independen dan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- A, H., & Rambat, L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Agung, S. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUSINESS CENTER HNI-HPAI CURUP*. 89–89.
- Agustina, V. (2012). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, DAN NILAI PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN JOGLOSEMAR BUS*. FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG.
- Al Aliyah, H., & Istiyanto, B. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9.
- Alfah Amador, A. (2012). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Kasus pada Semerbak Coffee Tembalang Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMaj)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Apriyani, D. A. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop di Kota Sidoarjo)*.
- Apshari, A. M. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk, Word Of Mouth dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Telkomsel Simpati Kota Ponogoro*.
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *JURNAL PARAMETER*, 6(1), 38–49.
- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FAKTOR EMOSIONAL, BIAYA DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN BELANJA BUSANA SECARA DARING*. 10.
- Ayunani, N. A., Yanuar Varadina, ;, Ayu, ;, & Octavia, N. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN*

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 290–299.

Azizah, S. N., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2022). *PENGARUH PENERAPAN ABSENSI FINGERPRINT TERHADAP DISIPLIN KERJA APARATUR SIPIL NEGARA PADA BAGIAN PENGADAAN BARANG/JASA SEKRETARIAT KOTA BANDAR LAMPUNG* (Vol. 2, Issue 1). <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>

Bessie, J. L. D., & Suki, N. N. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroenk Resto & Café Kota Kupang)*.

Boimau, H., & Bessie, JuitaL. D. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRABBIKE (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online GrabBike Kota Kupang). *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, 14.

Budiono. Aris. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BEBEK KALEO TEBET JAKARTA SELATAN DIMASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17.

Candy. (2018). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TUNAS INTERIOR BATAM.*

Cengiz, E. (2010). MEASURING CUSTOMER SATISFACTION: MUST OR NOT? In *Journal of Naval Science and Engineering* (Vol. 6, Issue 2).

Charles W. Lamb, Joe F. Hair, & Carl McDaniel. (2012). *Marketing* (12th ed.). Cengage Learning.

Chusnul Muna, R. (2022). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA E-COMMERCE LAZADA (STUDI KASUS MAHASISWA UNISBANK KAMPUS II SEMARANG)*. UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI.

Dale. (2003). *Quality Controll* . Pratice Hall.

Dwi Kurniawan, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>

- Dwi Putri, N., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 15.
- Eko, B., Program, B., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2020). *ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APOTEK KIMIA FARMA RANTAUPRAPAT*.
- Elvina, C., & Lestari, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ichiban Sushi Di Palembang Trade Center. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3.
- Faris, R. M. (2020). *PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP PENINGKATAN INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN DI RSUD DRAJAT PRAWIRANEGERA KABUPATEN SERANG*.
- Fitriyatul Bilgies, A. (2016). *PERAN KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BILLAGIO SKINCARE CLINIC SIDOARJO* (Vol. 1, Issue 1).
- Gasperz, V. (1997). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka.
- Ghazali, I. (2008). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (Edisi 2). badan penerbit diponegoro.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). ANALYSIS OF PRICE, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY TO CONSUMER SATISFACTION ON MANADO GRACE INN HOTEL. In *Maret* (Vol. 3, Issue 1).
- Gunawan, R., & Azhar, D. (2020). HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN KOPILAO PUNCAK BOGOR RELATIONSHIP OF PRODUCT QUALITY WITH CUSTOMER SATISFACTION IN BOGOR'S KOPILAO RESTAURANT. In *Jurnal Visionida* (Vol. 6).
- Gusti, I., Agung Maharani, A., Putu, N., Anggraini, N., & Ribek, P. K. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG MINA CABANG DALUNG*. 3.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). The Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Handayani, P. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RSIA ARTHA MAHINDRUS*.

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA FAKULTAS EKONOMI
MEDAN .

- Hariono, R., Assumpta, M., & Marlina, E. (2021). SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR PADA STAR MOTOR CARWASH. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 6, Issue 1).
- Hermawan, Y., Maylani, D., & Mulyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 641–652. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.1256>
- Husna, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA AYAM GEPREK WARUNG ENDUS SIBUAYA. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 1.
- Ibrahim Amin. (2008). *Teori Dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Mandar Maju .
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Jaya, W., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang)*.
- Karjuni, A., & Susliawati, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka (Studi Kasus Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka)*.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Rajagrafindo Persada.
- Kennedy, M. S., Ferrell, L. K., & Leclair, D. T. (2001). Consumers' trust of salesperson and manufacturer: an empirical study. *Journal of Business Research*, 51(1), 73–86. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00039-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00039-9)
- Kotler P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 1* (Edisi 11). Jakarta Indeks.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (H. Crisanti, Ed.; 6th ed.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Airlangga.
- Kumrotin, E. Iaili, & Susanti, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE KO.WE.COK DI SOLO. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1).
- Kurniawan, R. C. (2016). INOVASI KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PEMERINTAH DAERAH Innovation Quality Public Services Local Government. In *Fiat Justicia Journal of Law* (Vol. 10). <http://jurnal.fh.unila.ac.id/index.php/fiat>
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2008). *Sampling of Populations: Methods and Applications*. John Wiley & Sons.
- Lindung Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 5(2).
- Loo, P., & Kristina. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PASAR SWALAYAN MAJU BERSAMA GLUGUR*. 6(1).
- Mega Bansaleng, J., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA KARTU XL DI MANADO*. 331–340.
- Mentang, J. J. J., Ogi, I. W. J., & Samadi, R. L. (2021). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY TOWARD CONSUMER SATISFACTION AT MARINA HASH IN MANADO RESTAURANT THE COVID-19 PANDEMIC. *Jurnal EMBA*, 9, 680–690.
- Metayunika, V. (2013). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, DAN EMPHATY) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Dealer Mitsubishi PT Bumen Redja Abadi Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Nabilah. (2022). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha*.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Manajemen, M. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7.

- Novia Sari, P., Dumad, & Harini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Nurramaadhanti, D. H., & Yulia, Y. A. (2021). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Sha'ring Karanganyar. ::*Jurnal Manajemen,Bisnis Dan Pendidikan*, 8(2), 161–167. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Oktavianus, L., & Megawati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Springbed Procella Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 2.
- Oliver, R. (1980). *Expectancy-Disconfirmation Paradigm (EDP)*.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11, 265–289. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:157508603>
- Purnama, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan IndiHome di Kantor Pelayanan Lembong Bandung)*. Universitas Pasundan.
- Putra, R., & Suryoko, S. (2017). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pelanggan Sriwijaya Air Rute Semarang-Jakarta)*.
- Putri, D., Srikandi, A., & Sunarti, K. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 37, Issue 1).
- Putri Daming, M. (2022). *ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BISNIS JASA KURIR DI KOTA PALOPO*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO.
- Rizal, S., Abdullah, I., Tinggi, S., & Makassar, W. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. Vivid Violin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).

Rizayanti, N. (2021). *SKRIPSI PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCOLATTE DI PIDIE JAYA*.

Rizky Maulana. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BALIFIBER HOME PT. BALI TOWERINDO SENTRA.TBK.*

Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas, Produk Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan sofyan Frozen. *Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470–478. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.99>

Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE 3.AM KOFFIE SPOT MANADO ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT CAFE 3.AM KOFFIE SPOT MANADO. *126 Jurnal EMBA*, 9(4), 126–135.

Saputri, E. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. HPAI (Herbal Penawar Alwahida Indonesia) Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, 6.

Saputri, E. A. (2021). PENGARUH KOMPETENSI DAN SELF EFFICACY TERHADAP KINERJA PEGAWAI MELALUI LINGKUNGAN KERJA MAP FASHION TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.

Sari, N., & Khalid, J. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Sop Petir Iga Sapi Legok. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/index>

Sari, R. R., Marnisah, L., & Zamzam, F. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH ERA COVID 19 (STUDI KASUS DI PT. BANK MANDIRI KANTOR CABANG PALEMBANG). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPro*, 2. <https://doi.org/10.35908/ijmpro>

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–47). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2

- Sejati, D. M. (2021). *Pengaruh Proses Produksi dan Kualitas Bahan baku Terhadap Kualitas Produk Pada Usaha Tape Ketan 38 Magelang*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (Seventh Edition). John Wiley & Sons Ltd. www.wileypluslearningspace.com
- Siagian, S., Muljono, P., & Munandar, M. J. (2019). Pengaruh Strategi Knowledge Management dan Inovasi terhadap Kinerja Organisasi PT. KCJ (Kereta Commuter Jabodetabek). *IPB Repository*.
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CILLO COFFEE. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2>
- Sinollah, S., Siti Magfirotul Wahida, & Khoiriyah, N. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone. *JOURNAL ISLAMIC BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.33379/jibe.v1i1.1596>
- Siregar, A. H., Susana, Ritonga, Z., Hasibuan, D., & Elviina. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 1.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2).
- Steven Wang. (2017). *ANALISIS PERBANDINGAN KESTABILAN JARINGAN INDIHOME MENGGUNAKAN WIRESHARK DAN NETBALANCER PADAWARNET DI KOTA BATAM*.
- Sudarnice, Titing, A. S., & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo (Studi Kasus pada Ziola Aneka Jaya Kolaka). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET>
- Sulistyo Herlambang, A., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 2, 56–64.

- Sunarto. (2006). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (Cet.1). Yogyakarta : UST Press.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Pertama). Kencana.
- Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal: Studi Kasus Indihome di Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.567>
- Syahidin, & Adnan. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4, 20–32. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/gpjer>
- Tafonao, A., Waruwu, Y., & Telaumbanua, S. M. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UD. FANY KOTA GUNUNG SITOLI. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 7. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JEB>
- Tandra, M. M., Lumanauw, B., & Rogi, M. H. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ERA NEW NORMAL PADA STARBUCKS MANADO TOWN SQUARE*. 9, 1476–1484.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Andi Offset.
- Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan FOKUS EKONOMI PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN (Studi Pada Pelanggan Antarksa Coffeeshop Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Valencia, V. (2021). *IMPLEMENTASI ETIKA PRODUKSI ISLAM DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN KERUPUK TURI KOTA BENGKULU*. PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU.

Widodo, P. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Photocopy Nirwana Ponogoro*. Institut Agama Islam Negeri Ponogoro.

Wijaya, W. R. B., C. Widayati, C., & Hikmah Perkasa, D. (2023). wilibrodus wijaya. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 1.

Wijayanti, T. (2021). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN LOGAM MULIA EMAS (Studi PT. Emas Optimasi Abadi Cabang Purwokerto)*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO.

Yudhistira, Hermanto, Nuraeni Herliinawati, & Muhammad iqbal. (2021). JURNAL ABDIMAS BSI. *Journal Abdimas BSI*, 256. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimashighereducation.Tofulfilone>

Yüksel, A., & Yüksel, F. (2008). *Consumer Satisfaction Theories: A Critical Review*.

