

**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui
Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening
(Studi pada Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Persero)
Semarang)**

Noni Permata Sari.¹ & Agung Budiarmo²
Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia
E-mail: Nonipermatasari10@gmail.com

***Abstract:** To ensure the continuity of business, a company should attempt to maintain customer's loyalty. maintaining customer's loyalty is not as easy as it looks, one of factor that influence the customer's loyalty is customer satisfaction. customer's satisfaction play an important role to maintain a continuity of business so it can face the rivalry. there are some factors to shape customer's satisfaction and create customer's loyalty. price is one amongst them, where a suitable price with its advantages can create customer's satisfaction and so followed by customer's loyalty. beside price, a good service quality or as what customer expect can also create customer's satisfaction.*

The purpose of this research is to determine the effect of price and service quality to consumer loyalty through customer satisfaction of PT Telekomunikasi Indonesia customers. the sample of this research is 100 respondents with purposive sampling approach technique. data analysis method that been used are validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determinant, simple and multiple regressionsignificance test (T test and F test) using SPSS version 21.0 and Sobel Test with Preacher Tool.

The results of this study indicate that the price category of 48% is appropriate. Service quality category known as 58% stated good. The customer satisfaction category known as 40% is satisfied. Categorization of customer loyalty is known by 47% is loyal. From the data analysis results, it is known that price and service quality have a significant influence on customer satisfaction and customer loyalty variables. Price variables that affect customer loyalty through customer satisfaction occur full mediation (full mediation) and a variable service quality that is affect customer loyalty through customer satisfaction occurs partial mediation (partial mediation).

Suggestions that can be given is that PT. Telekomunikasi Indonesia Semarang is promoting the advantages of IndiHome products from other broadband, accelerating employees in handling problems faced by customers, employees prioritizing customer interests by better understanding customer desire.

Keywords : Price, Service Quality , Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction

Abstrak: Dalam menjamin kelangsungan bisnis, perusahaan harus berusaha mempertahankan loyalitas dari pelanggan. Menjaga loyalitas pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah, salah satu faktor yang membuat pelanggan loyal adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berperan penting dalam mempertahankan kelangsungan suatu bisnis sehingga dapat memenangkan persaingan dalam bisnis. Banyak faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas pelanggan. Salah satunya faktor harga, dimana dengan harga yang sesuai dengan manfaat dapat membuat pelanggan merasa puas sehingga membentuk loyalitas pelanggan. Selain harga, kualitas pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan pelanggan akan membentuk kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan IndiHome PT Telekomunikasi Indonesia Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode analisis data yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F) dengan menggunakan program SPSS versi 21.0 serta uji Sobel Test untuk menguji variabel intervening.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kategori harga sebesar 48% menyatakan sesuai. Kategori kualitas pelayanan diketahui sebesar 58% menyatakan baik. Kategori kepuasan pelanggan diketahui sebesar 40 % adalah puas. Kategorisasi loyalitas pelanggan diketahui sebesar 47% adalah loyal. Dari hasil analisis data diketahui bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan maupun variabel loyalitas pelanggan. Variabel harga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan terjadi mediasi penuh (*full mediation*) dan variabel kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan terjadi mediasi parsial (*partial mediation*).

Saran yang dapat disampaikan adalah agar PT. Telekomunikasi Indonesia Semarang adalah melakukan promosi kelebihan produk IndiHome dari broadband lain, mempercepat karyawan dalam menangani permasalahan yang dihadapi pelanggan, karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan dengan lebih memahami keinginan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

A. Pendahuluan

Semakin berkembangnya zaman, teknologi dan telekomunikasi berkembang dengan sangat pesat. Pada awalnya teknologi informasi dan komunikasi sangat terbatas dalam menunjang kebutuhan sehari-hari, namun saat ini teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Teknologi telekomunikasi modern ditandai dengan kemampuan untuk mengakses informasi yang mudah dan cepat sehingga semakin banyak informasi yang dapat diperoleh oleh masyarakat untuk mendapatkan wawasan yang luas baik berupa sosial budaya, politik, ekonomi dan berbagai informasi yang mudah diakses melalui internet

Menurut Tjiptono (2008: 110), loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merk ataupun pemasok yang di dasarkan pada atas sikap positif yang tercermin dalam betuk pembelian ulang terhadap suatu produk yang ditawarkan. Menjaga loyalitas konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, salah satu kunci agar dapat mempertahankan loyalitas yaitu dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen berperan penting dalam mempertahankan keberadaan konsumen tersebut untuk kelangsungan suatu bisnis sehingga dapat memenangkan persaingan dalam bisnis. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Schnaars, 1991 dalam Tjiptono, 2008:24). Banyak faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas pelanggan. Salah satunya faktor harga merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas pelanggan, jika naiknya harga akan mempengaruhi pertimbangan pelanggan untuk melakukan pembelian atas produk atau jasa yang ditawarkan. Pengertian harga menurut Kotler dan Armstrong (2001 : 439) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh pelanggan atau manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Selain faktor harga, kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler, (2002 : 83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan penuh.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Indihome Semarang?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome Semarang?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Indihome Semarang?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Indihome Semarang?
5. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indihome Semarang?
6. Apakah ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome Semarang ?
7. Apakah ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan Indihome Semarang?

B. Kerangka Teori

Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (1997:340) merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono Menurut Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2004:121), kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Cadotte, Woodruff, dan Jenkins (1987) dalam Tjiptono dan Chandra (2004:197), kepuasan pelanggan dikonseptualisasikan sebagai perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk.

Loyalitas Pelanggan

Oliver dalam Ratih (2005:129) mendefinisikan loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2010: 93). Berdasarkan kerangka teori yang telah dibebaskan sebelumnya, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan
2. Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
3. Diduga terdapat pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan
4. Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
5. Diduga terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
6. Diduga terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
7. Diduga terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research* yaitu penelitian yang bermaksud menyoroti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Populasi yang digunakan sebagai dasar penelitian ini adalah pelanggan yang memutuskan membeli dan menggunakan Indihome PT. Telkom Semarang yang mana jumlah dari populasi adalah sebanyak 215.398. Metode pengambilan sampel dengan metode *sampling*, yaitu purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel berjumlah sebanyak 100 pelanggan Indihome.

E. Pembahasan

Harga dan kualitas pelayanan merupakan factor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Harga dinilai baik ketika perusahaan dapat menetapkan harga yang berbanding lurus dengan manfaat dan kualitas yang didapatkan, harga yang ditetapkan lebih murah dari pesaing sehingga menjadi daya tarik untuk pelanggan membeli produk perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus menetapkan harga sesuai dengan sasaran pasar agar pelanggan mampu untuk membeli produk

dari perusahaan.

Selain itu perusahaan juga harus menetapkan harga sesuai dengan sasaran pasar agar pelanggan mampu untuk membeli produk dari perusahaan. Kualitas pelayanan dinilai baik apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat dan tepat waktu, karyawan perusahaan mampu merespon dan membantu para pelanggan, perusahaan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Sedangkan kepuasan pelanggan dinilai baik apabila pelanggan merasa senang menggunakan produk dari perusahaan, mendapat keesesuaian layanan dengan ekspektasi / harapan pelanggan, harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan kerja tergolong sangat kuat dan bernilai positif. Hasil analisis ini didukung oleh teori Kotler (1997) yaitu salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah harga atau tarif. Harga yang ditetapkan perusahaan harus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang akan dirasakan pelanggan apabila ia mengkonsumsinya.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan kerja tergolong sedang dan bernilai positif. Salah satu yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan menurut Kotler (1997) adalah pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang baik akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Indihome mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diartikan bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin baik harga maka semakin baik pula loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Indihome telah mampu mendorong pelanggan untuk tetap berlangganan Indihome dikarenakan harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh konsumen. Pelanggan cenderung akan memilih jasa perusahaan yang memberikan manfaat yang sama dengan jasa perusahaan pesaing, tetapi dengan harga yang disesuaikan dengan manfaat yang diberikan perusahaan tersebut. Dengan kata lain loyalitas pelanggan PT. Telkom terhadap perusahaan akan terbentuk jika harga yang ditetapkan perusahaan terjangkau bagi sebagian besar pelanggan. Perusahaan yang menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan akan mendorong untuk terciptanya pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Indihome mampu mendorong pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain, serta akan mengajak orang lain untuk berlangganan Indihome. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diartikan bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan seperti adanya rasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, adanya rasa puas setelah berlangganan Indihome, serta manfaat yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diartikan bahwa jika semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Hasil analisis ini didukung oleh teori menurut Tjiptono dalam Tjiptono dan Diana (2001:102), adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya dapat memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, PT. Telkom harus terus berupaya untuk menjaga kepuasan pelanggan agar para pelanggan tetap menjadikan Indihome sebagai pilihan utama dan tidak beralih kepada pesaing

Kepuasan pelanggan memiliki keterikatan yang kuat dengan harga dan kualitas pelayanan. Kotler mengatakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, dan dua diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, pengaruh antara variabel lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja tergolong kuat dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga dan kualitas pelayanan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan harga yang ditawarkan PT. Telkom untuk berlangganan Indihome serta kualitas pelayanan yang diberikan untuk pelanggan yang berlangganan indihome telah membuat pelanggan merasa puas untuk berlangganan indihome. Apabila pelanggan merasa puas berlangganan Indihome akan memberikan beberapa manfaat bagi PT. Telkom yakni reputasi PT. Telkom menjadi baik di mata pelanggan sehingga meningkatkan jumlah laba yang diperoleh, selanjutnya kepuasan pelanggan dapat memberikan dasar yang baik untuk pelanggan untuk terus berlangganan Indihome

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji mediasi menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh intervening variabel kepuasan pelanggan dalam hubungan antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening penuh. Yang artinya, hubungan harga terhadap loyalitas pelanggan akan signifikan apabila melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji mediasi menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh intervening variabel kepuasan pelanggan dalam hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening parsial. Yang artinya, hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan akan signifikan apabila melalui kepuasan pelanggan.

F. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan kepuasan pelanggan. Selain itu, pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan tergolong sangat kuat dan bernilai positif. Artinya semakin baik harga yang diberikan perusahaan maka semakin baik kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan. Selain itu, pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tergolong sedang serta bernilai positif. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin baik kepuasan pelanggan.
3. Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan loyalitas pelanggan. Selain itu, pengaruh antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan tergolong rendah dan bernilai positif. Artinya semakin baik harga yang diberikan perusahaan maka semakin baik loyalitas pelanggan.
4. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan loyalitas pelanggan. Selain itu, pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan tergolong sedang dan bernilai positif. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka semakin baik loyalitas pelanggan.
5. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu menjelaskan loyalitas pelanggan. Selain itu, pengaruh antar variabel ini tergolong sedang serta bernilai positif. Artinya semakin baik kepuasan pelanggan maka semakin baik pula loyalitas pelanggan.
6. Harga dan Kualitas merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan loyalitas pelanggan. Selain itu, pengaruh antar variabel ini tergolong sangat kuat serta bernilai positif. Artinya semakin

baik harga dan kualitas pelayanan maka semakin baik pula kepuasan pelanggan. Harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

7. Berdasarkan hasil uji mediasi atau uji sobel menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh intervening variabel kepuasan pelanggan dalam hubungan antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia Semarang sebagai variabel intervening penuh. Yang artinya, hubungan harga terhadap loyalitas pelanggan akan signifikan apabila melalui kepuasan pelanggan. Dan terdapat pengaruh intervening variabel kepuasan pelanggan dalam hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia Semarang sebagai variabel intervening parsial. Yang artinya, hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan akan signifikan apabila melalui kepuasan pelanggan.

Saran

1. Pada variabel harga terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu kesesuaian harga dengan manfaat dan kesesuaian harga dengan kemampuan daya beli pelanggan. Saran yang diberikan peneliti kepada PT. Telkom adalah perusahaan perlu mempertimbangkan masukan dari pelanggan di dalam penetapan manfaat yang didapatkan saat berlangganan Indihome, dimana responden menginginkan manfaat yang lebih banyak seperti peningkatan kapasitas internet yang awalnya 10 Mbps menjadi lebih besar karena kapasitas internet pada pesaing lebih besar dengan harga yang lebih murah. Lalu, Berkaitan dengan variabel harga yang ditetapkan oleh Indihome, pelanggan menyatakan bahwa harga berlangganan Indihome tergolong tinggi namun sesuai dengan kualitas pelayanan. Penulis menyarankan agar pihak Indihome melakukan promosi produk seperti memberikan info akan kelebihan dari Indihome sehingga konsumen tidak ragu saat memutuskan berlangganan dengan harga yang lebih tinggi daripada broadband lainnya.
2. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu kecepatan karyawan dalam menangani permasalahan PT. Telkom harus lebih mengutamakan kecepatan karyawan dalam menangani permasalahan yang dihadapi pelanggan karena jika merespon lambat keluhan yang diajukan pelanggan akan membuat pelanggan merasa tidak puas berlangganan Indihome. Dan memberikan peralatan yang berfungsi dengan baik serta jika terjadi kerusakan pada peralatan karyawan langsung memberikan kejelasan tentang kerusakan yang terjadi dan segera memperbaiki kerusakan tersebut, karyawan merespon dengan baik saat pelanggan mengajukan permasalahan, karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan dengan lebih memahami keinginan pelanggan, menjaga penampilan karyawan agar tetap rapi dan sopan meskipun bekerja dilapangan
3. Pada variabel kepuasan pelanggan terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu kepuasan dalam berlangganan Indihome Saran yang diberikan peneliti kepada PT. Telkom adalah perusahaan perlu meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti langsung menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada pelanggan, serta memperbaiki kualitas jaringan Indihome agar lebih baik supaya pelanggan merasa puas dengan manfaat yang didapat dengan harga yang telah dibayarkan

Daftar Pustaka

- Cooper dan Emory. (1996). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran . Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2004). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasara*. Edisi 3. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Edisi I. Yogyakarta: Andi.

- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung Alfabeta
- Budi, Robertus Tri Nugroho. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Minyak Goreng Bimoli di Wilayah Perumnas Krpyak)*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang : Semarang
- Irawan, Deny dan Edwin Japariato . (2013). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.1, no. 2, 1-8
- Suwarni dan Setina Dwi Mayasari. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol. 16, no 1 (Maret) : 76-84
- Pongoh, Melysa Elisabeth. (2013). *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado*. Jurnal EMBA, Vol.4 ,no. 4 (Desember)

