

PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME PADA PT TELKOM INDONESIA SEMARANG

Chantika Putri Aissyah¹, Agus Hermani², Hari Susanta Nugraha²

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: chantikaputria@gmail.com

Abstract: *The business world is increasingly showing its rapid development and progress in various fields. The telecommunications, information, and media sectors need some creative innovations from various companies that fulfill the needs of the Indonesian people. There are many ways to win the competition, one of them is to have high customer loyalty. This can be influenced by several things, including the offer of low product prices and good service quality. In fact, not all companies have a high level of customer loyalty, including Indihome PT Telkom Semarang. This study aims to determine whether there is an influence between price and product quality on Indihome PT Telkom Semarang customer loyalty. The types and research techniques used in this research are explanatory research and non-probability sampling. The sample used in this research is 100 respondents who have or are still using service products from Indihome PT Telkom Semarang. Researcher using the SPSS 25.0 to test and analyze the regression data analysis. The results of this study indicate that price has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, and price and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty.*

Keywords: *Price, Service Quality, and Customer Loyalty.*

Abstraksi: Dunia bisnis semakin menunjukkan perkembangannya secara pesat dan mengalami kemajuan di berbagai bidang. Pada sektor telekomunikasi, informasi dan media khususnya, saat ini membutuhkan perusahaan yang dapat menciptakan inovasi-inovasi kreatif yang memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Untuk memenangkan persaingan dalam sector telekomunikasi, salah satunya adalah dengan memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi. Loyalitas pelanggan yang tinggi dapat dipengaruhi dengan ditawarkannya harga produk yang murah dan juga kualitas pelayanan yang baik. Pada kenyataannya, tidak semua perusahaan mempunyai tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi termasuk Indihome PT Telkom Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indihome PT Telkom Semarang. Tipe yang digunakan pada penelitian ini adalah tipe penelitian *explanatory research* dan Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. sampel yang digunakan adalah 100 konsumen yang pernah atau masih menggunakan produk jasa dari Indihome PT Telkom Semarang. Pengujian analisis data regresi menggunakan aplikasi SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Dunia bisnis menunjukkan perkembangannya secara signifikan dan mengalami kemajuan di berbagai bidang milenial ini. Pada sektor telekomunikasi, informasi dan media khususnya, saat ini membutuhkan perusahaan yang dapat menciptakan inovasi-inovasi kreatif yang memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Perihal tersebut merupakan contoh faktor pendorong sekaligus tantangan untuk seluruh perusahaan teknologi telekomunikasi di dunia agar dapat menciptakan produk sesuai dengan yang pasar butuhkan. Peluang ini dimanfaatkan oleh perusahaan telekomunikasi dan berperan lebih besar dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi masing-masing negara, tidak terkecuali Indonesia. Skenario ini memberi perusahaan telekomunikasi kesempatan untuk memperbarui posisi pasar, sekaligus menghasilkan inovasi-inovasi baru serta memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, seperti halnya yang dialami oleh PT Telkom Indonesia. PT Telkom Indonesia, Tbk merupakan salah satu perusahaan

berbasis telekomunikasi yang berada dalam naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia. *Indonesia Digital Home*, atau yang biasa disebut IndiHome, ialah satu dari sekian layanan PT Telkom Indonesia yang mengadopsi system paket layanan.

Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah perusahaan harus mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Dengan loyalnya pelanggan yang dimiliki, pelanggan diharapkan dapat melakukan transaksi atau pengulangan transaksi beli sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Semakin banyak jumlah pelanggan yang datang maka ini merupakan kesempatan perusahaan dalam mengambil hati para pelanggan agar terciptanya rasa loyal dalam benak pelanggan. Apabila perusahaan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi, maka akan memudahkan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usaha bisnisnya.

Harga dan kualitas pelayanan termasuk faktor-faktor yang dapat menentukan loyalitas pelanggan menurut Hasan (2014). Tinggi-rendahnya harga dapat mempengaruhi pertimbangan pelanggan untuk membeli produk atau layanan tertentu. Begitu juga dengan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan dapat menghasilkan suatu pondasi awal terjalinnya hubungan yang baik antar pihak pembeli dan penjual. Hubungan yang baik inilah yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan cermat harapan-harapan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan.

Harapan yang diinginkan yaitu loyalitas pelanggan Indihome Semarang tinggi yang menguntungkan bagi perusahaan. Akan tetapi, kenyataannya terdapat penurunan loyalitas pelanggan yang ada pada PT Telkom Indonesia yang ditunjukkan dengan data penurunan penjualan pelanggan Indihome pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Jumlah Pelanggan

Tahun	Jumlah Pelanggan Baru	Jumlah Pelanggan Berhenti	Jumlah Pelanggan yang Masih Berlangganan
2018	71.154	12.869	58.285
2019	58.041	15.698	42.343
2020	57.392	30.749	26.643

Sumber: PT. Telkom Indonesia Semarang

Persaingan yang ketat saat ini mengharuskan perusahaan untuk bertahan. Salah satunya dengan cara untuk selalu berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat menarik perhatian pelanggan dan menentukan harga jual secara benar dengan mempertimbangkan kemampuan daya beli pelanggan yang akan dikeluarkan terhadap suatu produk, sehingga dapat mempertahankan pelanggan lama mereka. Sehingga, PT Telkom berusaha mencari jalan keluar guna memecahkan permasalahan yang terjadi dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan serta penentuan harga yang tepat untuk setiap produknya. Rumusan masalah adalah (1) Apakah ditemukan pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indihome Semarang? (2) Apakah ditemukan pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indihome Semarang? (3) Apakah ditemukan pengaruh antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indihome Semarang?

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan perilaku konsumen adalah mempelajari mengenai bagaimana suatu individu, kelompok, ataupun organisasi mengonsumsi suatu barang, jasa, ataupun gagasan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan personal dan profesionalnya masing-masing.

Harga

Pengertian harga menurut Kotler dan Armstrong (2016:324) adalah sejumlah nilai atau uang yang dikeluarkan sehingga dapat ditukar dengan keuntungan atas kepemilikan produk atau jasa yang diinginkan.

Kualitas Pelayanan

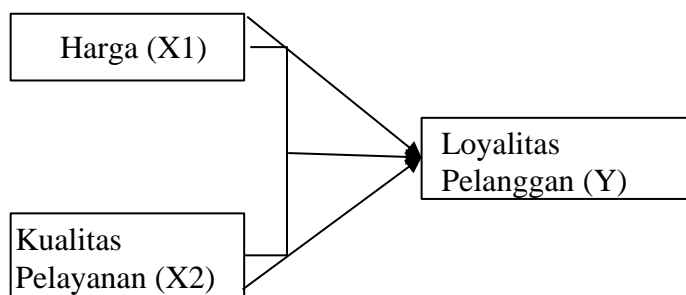
Kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2013) adalah melihat perbedaan yang terjadi antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang telah mereka terima.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan menurut Griffin (2006) adalah adanya perilaku pembelian secara konsisten atau ada rasa pada pelanggan bahwa ia wajib untuk membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini dirumuskan secara two tail terhadap variabel yang diujikan, yakni Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. Alasan dirumuskan secara two tail dikarenakan penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai landasan penelitian hasilnya tidak semua mengarah pada pengaruh positif, melainkan ada yang negatif. Berikut hipotesis pada penelitian ini adalah:



Gambar 1. Model Hipotesis

- H1 : Diduga adanya pengaruh antara harga (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Indihome PT Telkom Indonesia Semarang.
- H2 : Diduga adanya pengaruh antara kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome PT Telkom Indonesia Semarang.
- H3 : Diduga adanya pengaruh simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome PT Telkom Indonesia Semarang.

Metodologi Penelitian

Tipe yang dipakai pada penelitian ini ialah tipe penelitian *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan metode memaparkan hubungan antara variabel satu dengan yang lain yang terdapat pada penelitian ini. Hubungan yang dimaksud adalah pengaruh antar variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakteristiknya akan diteliti. Populasi pada penelitian ini ialah pelanggan yang pernah atau masih berlangganan paket internet dari Indihome PT Telkom Indonesia Semarang. Sampel merupakan komponen dari populasi yang mempunyai karakteristik yang sama terhadap populasi itu sendiri. Menurut Sugiyono (2010), sampel ialah bagian terkecil dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut sehingga dapat menjadi representatif bagi populasi tersebut. Sampel dibutuhkan dikarenakan, adanya keterbatasan dari peneliti dan populasi yang besar sehingga, peneliti tidak mungkin meneliti semua anggota populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability*

sampling. Pengambilan sampel secara *non probability sampling* ditujukan bahwa tingginya peluang bagian untuk terpilih menjadi subjek penelitian tidak akan diketahui (Sekaran, 2003).

Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini variabel yang diteliti yaitu variabel harga, variabel kualitas pelayanan, dan variabel loyalitas pelanggan. Hasil penelitian pada variabel harga yang memiliki empat indikator, diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 81 orang (81%) menilai bahwa harga dari Indihome PT Telkom Semarang terbilang mahal. harga yang ditawarkan Indihome mahal memiliki makna bahwa harga paket berlangganan WiFi Indihome dinilai tidak terjangkau dengan kemampuan daya beli pelanggan, harga paket berlangganan WiFi Indihome lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis lainnya, harga paket berlangganan WiFi Indihome dinilai tidak sebanding dengan kualitas produk jasa yang diperoleh, dan harga paket berlangganan WiFi Indihome dinilai tidak sebanding dengan manfaat produk jasa yang diperoleh.

Berikutnya, variabel kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa sebanyak 85 responden (85%) memiliki persepsi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indihome PT Telkom Semarang terbilang buruk. Maknanya, ketepatan waktu pemasangan WiFi tidak sesuai dengan yang dijadwalkan, tidak terampilnya petugas dalam pemasangan peralatan WiFi yang digunakan untuk jaringan internet, sikap karyawan/petugas Indihome ketika hendak memasang WiFi yang akan digunakan oleh konsumen tidak baik, tidak beragamnya paket WiFi yang ditawarkan oleh Indihome PT Telkom (Contoh paket: 3P (Internet + TV + Phone), tidak beragamnya kapasitas (Speed & Limit) paket internet (WiFi) yang ditawarkan Indihome (Contoh paket: 10 Mbps (internet + usestv)), sikap karyawan/petugas dalam merespon permintaan/keluhan konsumen tidak baik, jaminan garansi terhadap kerusakan alat/fasilitas peralatan WiFi tidak tersedia, kompensasi terhadap layanan yang tidak sesuai/berfungsi dengan apa yang dipesan tidak tersedia, karyawan/petugas terhadap konsumen/pelanggan tidak perhatian, dan sikap karyawan/petugas dalam melayani/menanggapi konsumen/pelanggan tidak responsif.

Untuk tingkat loyalitas pelanggan pada Indihome PT Telkom Semarang diketahui bahwa sebanyak responden (48%) mempunyai loyalitas pelanggan yang mempunyai loyalitas pelanggan yang rendah. Makna loyalitas pelanggan yang rendah adalah pelanggan tidak bersedia untuk selalu berlangganan produk jasa layanan Indihome, pelanggan tidak bersedia untuk menjadikan layanan WiFi Indihome PT Telkom sebagai layanan pilihan utama jika ingin melakukan pemasangan di tempat lain, pelanggan tidak bersedia untuk merekomendasikan penggunaan jasa layanan WiFi Indihome PT Telkom kepada orang, pelanggan tidak bersedia untuk membeli lini produk jasa PT Telkom, dan pelanggan tidak bersedia untuk tidak beralih ke penggunaan jasa selain Indihome PT Telkom.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan IndiHome ini menghasilkan bahwa harga memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. dibuktikan dengan analisis tabulasi silang, ditampilkan harga yang mahal berdampak terhadap tingkat loyalitas konsumen yang rendah. Selain itu, pada uji korelasi dan determinasi menunjukkan terdapat pengaruh yang cukup kuat dan memberikan sumbangan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 19,7%. Adapun arah dari kedua variabel tersebut yaitu negatif dibuktikan dengan persamaan regresi linier yang terjadi $Y = 20.653 + (-0,961)X_1$. Terakhir pada uji t menunjukkan angka sebesar -3,679 yang berarti lebih besar dari t tabel yakni 1,984 dan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tengku Putri Lindung Bulan (2016)) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa". Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwasannya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dapat disimpulkan bahwasanya pelanggan menginginkan Indihome menawarkan harga yang cukup murah serta memiliki kualitas internet yang baik agar pelanggan merasa senang dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan IndiHome itu sendiri. Sebaliknya, pelanggan sangat tidak menginginkan adanya harga mahal yang ditawarkan IndiHome namun memiliki kualitas internet

yang buruk atau lemot. Hal ini akan memicu pelanggan untuk melakukan keluhan terhadap IndiHome sehingga dapat membuat konsumen beralih ke produk pesaing IndiHome lainnya.

Berikutnya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut dibuktikan pada analisis tabulasi silang, ditampilkan kualitas pelayanan yang buruk berdampak terhadap tingkat loyalitas pelanggan yang rendah. Selain itu, pada uji korelasi dan determinasi menunjukkan terdapat pengaruh yang sedang dan kualitas pelayanan mampu memberikan sumbangan pengaruh sebesar 16,2%. Adapun arah dari kedua variabel tersebut yaitu positif yang ditunjukkan dalam persamaan koefisien regresi linier $Y = 7,519 + 0,287X_2$. Terakhir, pada uji t menunjukkan angka sebesar 3,191 yang berarti lebih besar dari tabel yakni 1,984 dan signifikansi menunjukkan kurang dari 0,05. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 oleh Arifatu Afifah Khorunnisa dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome di Kota Semarang melalui Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen, kepuasan konsumen memberi pengaruh pada loyalitas pelanggan. Dapat disimpulkan bahwasanya, pelanggan menginginkan diberikan pelayanan yang baik oleh IndiHome. Karena pelayanan yang baik akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan IndiHome. Apabila pelanggan diberikan pelayanan yang baik oleh IndiHome maka pelanggan akan merasa senang dan puas sehingga akan menciptakan loyalitas pelanggan IndiHome yang tinggi.

Sedangkan untuk harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome PT Telkom dapat diterima. Hal tersebut dibuktikan pada uji korelasi menunjukkan terdapat pengaruh yang cukup kuat dan keduanya memiliki sumbangan pengaruh sebesar 19,1%. Adapun persamaan regresi linier berganda yang terjadi $Y = 15,843 + (-0,961) X_1 + 0,260X_2$. Terakhir, pada uji F menunjukkan angka sebesar 11,441 yang berarti lebih besar dari F tabel yakni 3,09 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paulus A. Pangaila dengan judul Pengaruh Kualitas dan Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek. Penelitian pada tahun 2018 ini menghasilkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan serta memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan bahwa apabila ingin meningkatkan loyalitas pelanggan IndiHome, hal yang seharusnya dilakukan adalah dengan menawarkan harga murah atau terjangkau serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Kesimpulan dan Saran

Harga pada Indihome PT Telkom Semarang berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa masuk ke dalam kategori mahal karena mayoritas responden (81%) menyatakan bahwa harga produk jasa Wifi Indihome PT Telkom Semarang adalah mahal. Sedangkan responden yang menyatakan harga produk jasa Wifi adalah setara sebanyak 17%. Sisanya, responden yang menyatakan bahwa harga produk jasa Wifi murah dan sangat murah sebanyak 2%. Hal itu dikarenakan produk jasa Indihome PT Telkom Semarang masih ada yang memenuhi ekspektasi mereka terutama dalam keterjangkauan daya beli pelanggan. Serta sebagian orang memiliki persepsi bahwa harga dari Indihome PT Telkom Semarang masuk dalam kategorisasi mahal dikarenakan produk jasa Indihome PT Telkom Semarang masih ada yang tidak memenuhi ekspektasi mereka terutama dalam segi kualitas jasa produk yang diperoleh, manfaat produk jasa yang diperoleh, dan perbandingan dengan produk sejenis lainnya.

Kualitas pelayanan pada Indihome PT Telkom Semarang berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa masuk ke dalam kategori buruk. Didasari hasil penelitian diketahui bahwasannya sebanyak 85 responden (85%) memiliki persepsi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indihome PT Telkom Semarang terbilang buruk. Mereka beranggapan kualitas pelayanan pada Indihome PT Telkom Semarang buruk dikarenakan mereka merasa terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan dalam melayani keluhan, memberikan standar operasional yang jelas dalam menangani keluhan, meningkatkan kemampuan/keahlian petugas dan penyediaan jaminan garansi atau kompensasi terhadap alat jika rusak. Sedangkan 11 responden (11%) mempunyai persepsi cukup baik dikarenakan masih banyak hal yang perlu

dibenahi dari petugas Indihome PT Telkom itu sendiri, salah satu contohnya seperti dalam merespon pelanggan.

Loyalitas pelanggan pada Indihome PT Telkom Semarang berdasarkan penelitian ini menunjukkan sebanyak 48 responden (48%) mempunyai loyalitas pelanggan yang rendah. Sebanyak 34 responden (34%) mempunyai loyalitas pelanggan yang cukup tinggi serta 18 responden (18%) mempunyai loyalitas pelanggan yang tinggi. Dikarenakan faktor yang menjadi penilaian pada variabel loyalitas pelanggan adalah karena pelanggan ingin tetap loyal terhadap IndiHome, namun masih ragu. Alasan keraguan responden diantaranya karena pelayanan yang diberikan IndiHome dirasa masih belum maksimal, sehingga perlu ditingkatkan. Respon *customer service* yang terkesan seperti *'template'* atau selalu sama apabila mereka mengajukan keluhan menjadikan pelanggan merasa tidak senang. Selain karena hal di atas, pengguna yang tidak setuju serta sangat tidak setuju untuk tetap loyal terhadap IndiHome menyatakan biaya langganan yang lebih mahal dari produk kompetitor kurang sebanding dengan pelayanan yang diberikan, sehingga mereka merasa terpengaruh bahkan tertarik dengan produk kompetitor yang lebih murah harganya. Karena banyaknya responden menyatakan alasan layanan yang belum sempurna menjadikan pelanggan memutuskan ragu atau bahkan tidak berlangganan kembali, sehingga pelanggan yang merasa kecewa cenderung tidak merekomendasikan IndiHome kepada konsumen lain yang ingin berlangganan *wifi*.

Adanya pengaruh harga dan loyalitas pelanggan pada penelitian ini bernilai negatif dan signifikan diterima dibuktikan dengan analisis tabulasi silang, ditampilkan harga yang mahal berdampak terhadap tingkat loyalitas konsumen yang rendah. Selain itu, pada uji korelasi dan determinasi menunjukkan terdapat pengaruh yang cukup kuat dan memberikan sumbangan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 19,7%. Adapun arah dari kedua variabel tersebut yaitu negatif dibuktikan dengan persamaan regresi linier yang terjadi $Y = 20.653 - 0,961X_1$. Terakhir pada uji t menunjukkan angka sebesar -3,679 yang berarti lebih besar dari t tabel yakni 1,661 dan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05.

Pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome PT Telkom dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut dibuktikan pada analisis tabulasi silang, ditampilkan kualitas pelayanan yang buruk berdampak terhadap tingkat loyalitas pelanggan yang rendah. Selain itu, pada uji korelasi dan determinasi menunjukkan terdapat pengaruh yang sedang dan kualitas pelayanan mampu memberikan sumbangan pengaruh sebesar 16,2%. Adapun arah dari kedua variabel tersebut yaitu positif yang ditunjukkan dalam persamaan koefisien regresi linier $Y = 7,519 + 0,287X_2$. Terakhir, pada uji t menunjukkan angka sebesar 3,191 yang berarti lebih besar dari t tabel yakni 1,661 dan signifikansi menunjukkan kurang dari 0,05.

Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome PT Telkom dapat diterima. Hal tersebut dibuktikan pada uji korelasi menunjukkan terdapat pengaruh yang cukup kuat dan keduanya memiliki sumbangan pengaruh sebesar 19,1%. Adapun arah dari kedua variabel tersebut yaitu positif dibuktikan dengan persamaan regresi linier berganda yang terjadi $Y = 15,843 - 0,961X_1 + 0,260X_2$. Terakhir, pada uji F menunjukkan angka sebesar 11,441 yang berarti lebih besar dari F tabel yakni 3,09 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian ini, hal hal yang seharusnya diperbaiki oleh pihak Indihome adalah memaksimalkan kecepatan internet pada saat menawarkan harga paket berlangganan WiFi Indihome agar sebanding dengan manfaat produk jasa yang diperoleh. Namun, beberapa hal khusus yang memang sangat perlu dibenahi adalah menawarkan harga paket berlangganan WiFi Indihome yang dapat dijangkau oleh kemampuan daya beli semua pelanggan, melakukan survey perbandingan harga produk sejenis lainnya oleh provider lain apakah sudah lebih rendah atau bahkan sangat jauh lebih tinggi, dan Indihome ada baiknya untuk memperbaiki kualitas produknya dengan meningkatkan kecepatan internet atau koneksi agar sebanding dengan harga yang telah ditawarkan Indihome.

Berdasarkan hasil penelitian ini, hal hal yang seharusnya diperbaiki oleh pihak Indihome adalah IndiHome perlu memperhatikan ketrampilan petugas dalam pemasangan peralatan WiFi yang digunakan untuk jaringan internet, sikap karyawan/petugas Indihome ketika hendak memasang WiFi yang akan digunakan oleh konsumen, mengembangkan keragaman kapasitas (Speed & Limit) paket internet (WiFi) yang ditawarkan Indihome (Contoh paket: 10 Mbps (internet + useetv)), sikap karyawan/petugas dalam melayani/menanggapi konsumen/pelanggan, perhatian karyawan/petugas terhadap konsumen/pelanggan, dan sikap karyawan/petugas dalam merespon permintaan/keluhan konsumen. Namun ada beberapa hal khusus yang sangat perlu untuk diperbaiki oleh pihak Indihome, yaitu ketepatan waktu petugasnya dengan yang dijadwalkan, lebih mengembangkan keragaman paket WiFi atau paket bundling Internet + TV + Phone, menyediakan jaminan garansi terhadap kerusakan alat/fasilitas peralatan WiFi, serta menyediakan kompensasi terhadap layanan yang tidak sesuai/berfungsi dengan apa yang dipesan.

Untuk peneliti yang akan datang, diharapkan bisa mengembangkan dari penelitian ini dengan lebih baik diantaranya bisa menggunakan variabel penelitian lain untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan seperti kualitas produk, citra merk, serta kepuasan konsumen. Tujuannya agar penelitian bisa lebih berkembang dan menyesuaikan dengan keadaan yang semakin dinamis kedepannya. Selain itu, diharapkan lebih mampu mendapatkan sampel yang bervariasi usianya dengan tujuan data yang didapat lebih bervariasi lagi.

Daftar Referensi

- Anjani, A. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome PT Telkom Kandatel Bantul.
- 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*, 592-602.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi S.P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istikomah, T. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kereta Api Indonesia.
- Khorunnisa, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Kota Semarang Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 672-680.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen & Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Pangalila, P. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek. *Jurnal riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 2778-2787.
- Permata, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.
- Putra, H. F. (2019). Strategi Pemasaran Produk Indihome oleh PT Telkom Indonesia, Tbk Kandatel Solo.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, S. (2020). *Panduan Lengkap SPSS 26*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sari, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Schiffman, K. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yosua, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.
- Zahra, F. N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Bandung.