

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada Konsumen Indihome di Jepara)

Ahmad Faisal Adi Putra¹, Agus Hermani², Widayanto³

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

¹Email: faisaladiputra1818@gmail.com

Abstract: *The development of an increasingly rapid era makes human needs increase, especially in the field of technology and information. This encourages various companies engaged in these fields to compete to win the competition. In an effort to win the competition, it takes consumer loyalty. The loyalty expected by the company is high consumer loyalty. it is influenced by good product quality and good service quality. According to complaint data on Indihome, it shows an increase in complaints reported by consumers in 2019-2020. This study aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer loyalty Indihome PT Telkom. This type of research is explanatory research with a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. Data collection techniques used questionnaires and interviews with 100 respondents who currently or have subscribed to Indihome within the last three years. The data analysis method used is regression analysis using the SPSS 25.0 application. The results showed that product quality and service quality partially or simultaneously had a positive and significant effect on consumer loyalty.*

Keywords: *Product Quality; Service Quality; Consumer Loyalty*

Abstrak: Perkembangan zaman yang semakin pesat membuat kebutuhan manusia semakin meningkat, terutama di bidang teknologi dan informasi. Hal ini mendorong berbagai perusahaan yang bergerak di bidang tersebut menjadi berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan. Dalam upaya memenangkan persaingan, dibutuhkan adanya loyalitas konsumen. loyalitas yang diharapkan oleh perusahaan adalah loyalitas konsumen yang tinggi. hal itu dipengaruhi oleh kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang baik. Menurut data keluhan pada Indihome menunjukkan adanya peningkatan keluhan yang dilaporkan oleh konsumen di tahun 2019-2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT Telkom. Tipe penelitian ini merupakan *explanatory research* dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara kepada 100 responden yang sedang atau pernah berlangganan Indihome dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Loyalitas konsumen

Pendahuluan

Seiring cepatnya perkembangan zaman berimbas kepada kebutuhan manusia yang semakin banyak termasuk pada bidang komunikasi dan teknologi informasi. Hal ini membuat konsumen menjadi lebih sering dalam menggunakan teknologi di dalam kehidupan sehari-harinya. Teknologi informasi dan komunikasi sudah mengalami perubahan yang cepat, dari yang dulunya terbatas, sekarang menjadi sebuah bagian penting didalam kehidupan sehari-hari.

Kebutuhan dalam mencari informasi, dahulu hanya dapat melalui media cetak seperti koran atau majalah, namun dengan adanya kemajuan teknologi, informasi dapat diperoleh dengan mudah melalui media elektronik baik televisi atau radio bahkan seiring dengan perkembangan zaman, informasi dapat di akses melalui gadget yang memudahkan untuk diakses dimanapun dan kapanpun. Hal ini menyebabkan semakin cepatnya perkembangan dunia teknologi informasi. Tentu ini juga terjadi pada perkembangan teknologi komunikasi yang dulu hanya dapat berkomunikasi dengan surat, yang menyebabkan harus menunggu berhari-hari, kemudian mulai berkembang dengan adanya telepon kabel yaitu ada telepon menggunakan koin atau telepon rumah yang tidak bisa dipindah-pindah atau tidak bisa bergerak. Sampai akhirnya muncullah sebuah inovasi yaitu telepon yang bisa bergerak dan sangat mudah dibawa kemana-mana yang disebut telepon genggam atau handphone. Dengan adanya perkembangan tersebut, menyebabkan kebutuhan dalam menggunakan media yang lebih modern semakin meningkat dan kebutuhan dalam mengikuti perkembangan teknologi juga meningkat. Hal ini juga sejalan dengan kebutuhan menggunakan internet untuk mendukung dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Internet atau kependekan dari Internconnection Network merupakan semua jaringan komputer yang tersambung mempergunakan sebuah sistem yang berstandar global yaitu Internet Protocol Suite (IP) atau Transmission Control Protocol (TCP). Internet merupakan suatu perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, internet mendatangkan banyak manfaat seperti praktis, canggih, serta mudah kepada penggunanya, sehingga menciptakan sebuah kesenangan dalam menggunakannya. Kebutuhan akan penggunaan internet di Indonesia pun meningkat, maka muncul beberapa perusahaan yang melihat peluang ini lalu menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satunya yakni PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang muncul dengan produk penyedia internetnya bernama Indihome atau Indonesia Digital Home.

Indihome sendiri sebagai sebuah paket layanan penyedia internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet), telepon rumah (voice) dan layanan televisi interaktif (USee TV Cable, IP TV). Melalui 3 layanan tersebut, perusahaan menyebut Indihome adalah layanan 3-in-1 sebab selain internet, pelanggan juga dapat menikmati layanan telepon serta tayangan televisi. Hal tersebut menjadi sebuah paket yang diharapkan perusahaan dapat memanjakan pelanggan. Indihome mempergunakan kabel serat optik yang memungkinkannya mendapatkan kecepatan internet hingga 100 Mbps. Indihome memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan provider lain, sebagaimana merupakan layanan yang aman dari gangguan cuaca, menyediakan berbagai paket kecepatan mulai dari 10 Mbps hingga 100 Mbp, dapat diakses di tempat lain dengan menggunakan wifi, id, serta paket-paket promosi yang ditawarkan juga menarik dan terbilang harganya terjangkau. Salah satu paket yang ditawarkan adalah paket *learning from home* untuk pelajar yang harganya hanya Rp.169.000 selama 3 bulan dengan kecepatan yang didapatkan adalah 10 Mbps dan tersedia 2 pilihan paket yaitu *dual play* (dengan bonus telepon) dan *triple play* (dengan bonus telepon dan TV interaktif). Hal ini menjadikan perusahaan ini unggul dari para kompetitor dan membuat perusahaan yakin bahwa Indihome adalah layanan broadband yang mampu bersaing dan akan menjadi pilihan utama bagi masyarakat.

Disamping kelebihanannya, Indihome juga memiliki beberapa kekurangan dan kelemahan, seperti adanya sebuah abonemen (ikatan kontrak) setiap bulannya, kecepatan yang terkadang lambat dikarenakan adanya gangguan baik dari cuaca atau kabel, jaringan yang tidak bisa digunakan karena kabel rusak atau terputus tanpa diketahui sebabnya,

sinyal yang masih belum stabil dan modem yang harus di matikan dan dinyalakan ulang berkali-kali agar koneksi menjadi stabil dan dapat digunakan kembali. Hal ini tentunya menjadi sebuah hal sangat disayangkan bagi konsumen dan menjadi sebuah peluang bagi para pesaing yang dapat memberikan fasilitas serta jaminan penggunaan yang lebih baik. Jika permasalahan ini tidak segera dirampungkan, keberlangsungan perusahaan akan terancam karena untuk mendapatkan konsumen yang setia dengan perusahaan itu bukan cara yang mudah.

Perilaku konsumen menjadi aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis, hal ini didukung oleh (Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah, 2013) yang menyatakan perilaku konsumen adalah seluruh aktivitas dan tindakan yang memberikan dorongan kepada konsumen mulai dari sebelum membeli, ketika membeli, serta menggunakan sebuah barang atau jasa. Studi tentang perilaku konsumen juga menjadi dasar yang penting bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran karena dapat membantu mengetahui cara berpikir konsumen.

Loyalitas merupakan aspek yang penting dalam memenangkan persaingan, karena jika perusahaan berhasil memiliki konsumen yang loyal, maka untuk mendapatkan konsumen baru perusahaan tidak perlu membutuhkan banyak usaha. Adanya konsumen yang loyal pula, perusahaan akan terus mendapatkan keuntungan karena adanya pembelian secara berulang, jika hal ini terjadi secara terus-menerus, maka perusahaan akan semakin berkembang dan memenangkan persaingan. Sebaliknya apabila tidak mampu memiliki konsumen yang loyal, maka perusahaan akan kehilangan banyak konsumen yang beralih kepada layanan pesaing, sehingga hal tersebut akan membuat keuntungan perusahaan menjadi menurun karena tidak adanya pembelian ulang. Jika terjadi secara berkelanjutan, maka akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan perusahaan.

Adanya Indihome membuat warga Kabupaten Jepara menjadi terbantu dalam kebutuhan koneksi internet. Karena Kabupaten Jepara sendiri merupakan wilayah yang ada di paling ujung di Jawa Tengah yang berdekatan langsung dengan laut, tentunya itu membuat perkembangan wilayah ini tidak sepesat daerah lainnya yang masih satu provinsi. Biznet, perusahaan pesaing Telkom, memberikan penawaran kecepatan lebih stabil dan dengan harga yang bersaing dengan Indihome. Hal ini tentunya mengancam keberlangsungan Indihome jika Indihome tidak mampu memberikan kualitas yang terbaik.

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ditemukan pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Indihome di Jepara?
2. Apakah ditemukan pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome di Jepara?
3. Apakah ditemukan pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome di Jepara?

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah (2013), menyatakan perilaku konsumen merupakan seluruh aktivitas, tindakan, serta proses psikologi yang memberikan dorongan untuk melakukan aktivitas dari sebelum membeli, saat membeli, memakai, serta menghabiskan sebuah barang atau jasa.

Kualitas Produk

Martinich dalam Badri (2011:63), mendefinisikan kualitas produk merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya dalam memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Kualitas Pelayanan

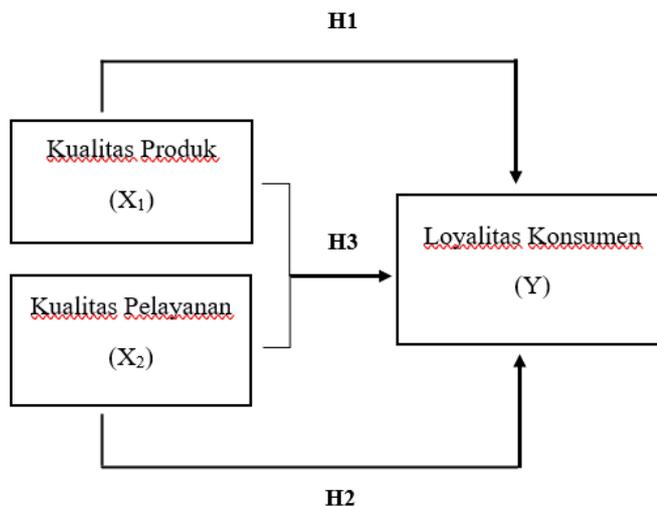
Tjiptono (2014) menyatakan kualitas pelayanan merupakan upaya menyampaikan suatu jasa yang digunakan guna memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen yang berkaitan dengan ketepatan dari penyampaian tersebut sehingga mampu mengimbangi harapan dari konsumen.

Loyalitas Konsumen

Tjiptono (2008), menjelaskan bahwa loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini dirumuskan secara one tail terhadap variabel yang diujikan, diantaranya Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen. Alasan dirumuskan secara one tail dikarenakan penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai landasan hasilnya semua mengarah pada pengaruh positif. Berikut hipotesis pada penelitian ini:



Gambar 1. Model Hipotesis

H1: Diduga terdapat adanya pengaruh antara kualitas produk (X1) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada konsumen Indihome PT Telkom di Jepara.

H2: Diduga terdapat adanya pengaruh antara kualitas pelayanan (X2) loyalitas konsumen (Y) pada konsumen Indihome PT Telkom di Jepara.

H3: Diduga terdapat adanya pengaruh antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada konsumen Indihome PT Telkom di Jepara.

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan *explanatory research*. Penelitian eksplanasi merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk

menjelaskan kedudukan dari setiap variabel yang sedang diteliti serta memiliki maksud menjelaskan hubungan antar variabel yang ada di dalamnya. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang kedudukan variabel kualitas produk, variabel kualitas pelayanan, variabel loyalitas konsumen serta pengaruh variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y) Indihome PT Telkom. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini memerlukan kriteria yaitu konsumen yang pernah atau sedang berlangganan Indihome PT Telkom dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yang berada di Kabupaten Jepara. Sampel merupakan Sebagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sedang berlangganan Indihome PT Telkom di Kabupaten Jepara. Sampel digunakan karena keterbatasan peneliti dan jumlah populasi yang besar sehingga digunakan sampel untuk merepresentasikan populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan *non probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, bahwa variabel kualitas produk (X_1) dapat dikategorikan masih buruk dengan Persentase 50% seperti internet yang tidak stabil ketika digunakan, ketika diakses masih susah/sulit, dan juga daya tahan router serta instalasi yang buruk ketika cuaca sedang hujan. Kualitas produk mempunyai peranan yang penting bagi Indihome PT Telkom untuk membuat konsumennya tetap loyal terhadap perusahaan. Karena kualitas produk menurut (Martinich dalam Badri, 2011) merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya dalam memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Sebagaimana konsumen selalu berharap untuk mendapatkan produk yang baik, sesuai dengan yang dibutuhkan sehingga dapat memenuhi keinginannya dan jika produk sudah sesuai maka konsumen akan menjadi loyal dengan produk terkait.

Berdasarkan hipotesis penelitian yang pertama, yaitu “terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen” dapat diterima. Pada koefisien korelasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen yakni 0,379 yang memiliki arti variabel kualitas produk berpengaruh rendah/lemah atas loyalitas konsumen. kemudian koefisien determinasi sebesar 14,4% yang artinya loyalitas konsumen dipengaruhi kualitas produk sebesar 14,4%. Selanjutnya arah penelitian kedua variabel menunjukkan arah yang positif dengan nilai regresi linier sederhana sebesar 0,402 dengan nilai konstanta 12,484. Lalu uji t memperoleh t hitung sebesar 4,058 sebagaimana t hitung lebih besar daripada t tabel 1,661 dengan persamaan $t \text{ hitung } 4,058 > t \text{ tabel } 1,661$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara. Maka muncul kesimpulan bahwasannya semakin baik kualitas dari produk milik Indihome Jepara, maka loyalitas konsumen juga akan naik. Begitu pula jika terjadi sebaliknya, maka bentuk hubungan yang muncul yakni positif antara kualitas produk dan pelayanan dengan loyalitas konsumen.

Hal tersebut didukung oleh (Nasution, 2005) yang menyatakan “kualitas barang atau jasa yang sesuai dengan tuntutan pelanggan dapat memenangkan persaingan. Karena akan terjadi adanya pembelian ulang jika konsumen merasa produk yang dibelinya sesuai dengan yang diharapkan”. Jika dilihat dari teori tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin

baik kualitas produk maka akan membuat konsumen menjadi setia atau terus menggunakan suatu produk atau jasa tertentu itu. Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Kevin Kalfiansyah Tarigan (2017) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome di Yogyakarta. Hasil penelitiannya adalah variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dikatakan variabel kualitas produk masih buruk seperti internet tidak mudah saat digunakan, selain itu berkaitan dengan kestabilan serta kelancaran, Indihome masih dikatakan kurang, sehingga perusahaan wajib meningkatkan kualitas produknya agar konsumen merasa nyaman dan juga selalu setia atau loyal dengan produk Indihome.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dapat dikategorikan masih buruk dengan Persentase sebesar 63% seperti pemasangan tidak sesuai dengan yang dijadwalkan, petugas kurang terampil dan tidak adanya jaminan garansi terhadap ketidaksesuaian yang terjadi. Kualitas pelayanan memegang peranan penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan (Tjiptono, 2006) “Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas konsumen, maka dari itu penyedia layanan jasa harus dapat memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin agar loyalitas konsumen dapat tetap terjaga. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan loyalitas konsumen yang tinggi”. dari teori tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memang ibarat jantung bagi sebuah perusahaan yang berkecimpung di bidang jasa.

Hipotesis yang kedua yaitu “terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen” dapat diterima. Koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 0,253 yang memiliki arti variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lemah terhadap loyalitas konsumen. kemudian koefisien determinasi sebesar 6,4% yang artinya loyalitas konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan sebesar 6,4%. Selanjutnya arah penelitian kedua variabel menunjukkan arah yang positif dengan nilai regresi linier sederhana sebesar 0,112 dengan nilai konstanta 14,430. Lalu uji t memperoleh t hitung sebesar 2,589 sebagaimana t hitung lebih besar daripada t tabel 1,661 dengan persamaan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, 2,589 > 1,661. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara. Maka muncul kesimpulan bahwasannya semakin baik kualitas dari pelayanan milik Indihome Jepara, maka loyalitas konsumen juga akan naik. Begitu pula jika terjadi sebaliknya, maka bentuk hubungan yang muncul yakni positif antara kualitas produk dan pelayanan dengan loyalitas konsumen.

Hal diatas didukung oleh (Kotler & Keller, 2009) yang menyatakan “kualitas pelayanan yang baik terlihat dari penampilan personil serta fasilitas fisik yang baik, respon yang cepat dalam membantu konsumen, reliabilitas yang akurat, adanya empati yang dimiliki, dapat memberikan rasa yakin terhadap konsumen” jika dilihat dari pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen. Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Mulidiadillah (2016) dengan judul penelitian Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan produk Indihome Fiber (studi pada Plasa Telkom

Yos Sudarso Jakarta Utara). Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Plasa Telkom Yos Sudarso.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan masih buruk seperti respon serta perhatian karyawan yang tidak mendahulukan kepentingan konsumen, selain berkaitan dengan rasa aman dan nyaman masih belum dirasakan konsumen, karena sebagian besar konsumen belum mengetahui dan merasakan adanya garansi atau jaminan yang diberikan Indihome, sehingga perusahaan wajib meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen merasa nyaman dan juga selalu setia atau loyal dengan produk Indihome.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. maka dari itu apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan semakin baik, akan semakin tinggi pula loyalitas konsumen. sebaliknya semakin buruk kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan semakin rendah tingkat loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara.

Hipotesis penelitian yang ketiga merupakan “terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen” dapat diterima. Koefisien korelasi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 0,383 yang memiliki arti variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang rendah/lemah terhadap loyalitas konsumen. kemudian koefisien determinasi sebesar 14,7% yang artinya loyalitas konsumen dipengaruhi kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 14,7%. Selanjutnya arah penelitian ketiga variabel menunjukkan arah yang positif dengan nilai regresi linier berganda kualitas produk sebesar 0,363 dan kualitas pelayanan sebesar 0,030 dengan nilai konstanta 11,915. Lalu uji F memperoleh F hitung sebesar 8,362 sebagaimana F hitung lebih besar daripada F tabel 3,09 dengan persamaan $F \text{ hitung } 8,362 > F \text{ tabel } 3,09$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara. Maka muncul kesimpulan bahwasannya semakin baik kualitas dari produk dan pelayanan milik Indihome Jepara, maka loyalitas konsumen juga akan naik. Begitu pula jika terjadi sebaliknya, maka bentuk hubungan yang muncul yakni positif antara kualitas produk dan pelayanan dengan loyalitas konsumen.

Hal tersebut didukung oleh (Lovelock dan Wirtz, 2007) yang menyatakan “konsumen akan melakukan observasi terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, setelah itu akan melakukan perbandingan, hasil dari itu akan menyebabkan terbentuknya loyalitas konsumen yang tinggi maupun rendah sehingga membuat konsumen memilih salah satu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya”. Jika dilihat dari pernyataan tersebut maka dapat dikatakan semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen. hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahdi Latief Damsir (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome di Pekanbaru. Hasil penelitiannya menjelaskan secara simultan terdapat adanya pengaruh signifikan dan positif antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen layanan

Indihome di Pekanbaru, semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa variabel loyalitas konsumen masih rendah karena konsumen masih enggan untuk menjadikan Indihome sebagai layanan pilihan utama, konsumen belum yakin untuk merekomendasikan Indihome kepada orang yang ada disekitarnya, kemudian masih belum adanya keinginan konsumen untuk membeli produk lini antar jasa yang dimiliki Indihome dan konsumen tidak menjamin bahwa tidak akan beralih dari layanan Indihome. Sehingga hal ini perlu menjadi perhatian khusus agar konsumen tidak beralih dan tetap setia menggunakan layanan Indihome.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, kualitas produk pada Indihome PT Telkom Jepara dapat dikatakan masih buruk karena internet yang dinilai masih lambat/susah saat diakses, jaringan internet yang dinilai tidak stabil ketika digunakan, daya tahan router yang dinilai tidak kuat karena sering *error*, dan daya instalasi dinilai masih buruk karena kabel pernah putus dan pemasangan tidak rapi.

Kedua, kualitas pelayanan pada Indihome PT Telkom Jepara dapat dikatakan masih buruk dikarenakan ketepatan waktu pemasangan dinilai tidak sesuai dengan yang dijadwalkan, petugas dinilai tidak terampil dalam memasang peralatan yang digunakan untuk jaringan internet, sikap petugas dinilai buruk pada waktu pemasangan peralatan, paket internet yang disediakan Indihome dinilai hanya cukup beragam, paket kapasitas jaringan internet Indihome dinilai sangat tidak beragam, petugas dinilai memiliki sikap buruk dalam merespon permintaan konsumen, jaminan garansi dinilai tidak tersedia terhadap kerusakan alat/fasilitas peralatan internet, Indihome dinilai tidak menyediakan kompensasi terhadap ketidaksesuaian layanan dengan apa yang dipesan, karyawan dinilai tidak perhatian terhadap konsumen, dan karyawan dinilai bersikap buruk dalam menanggapi konsumen.

Ketiga, loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara dapat dikategorikan masih rendah karena konsumen dinilai tidak bersedia untuk selalu berlangganan Indihome, konsumen juga dinilai tidak bersedia untuk menjadikan Indihome sebagai layanan pilihan utama jika ingin melakukan pemasangan di tempat lain, konsumen dinilai enggan/tidak bersedia merekomendasikan penggunaan jasa layanan Indihome kepada orang lain, konsumen juga dinilai tidak bersedia untuk membeli lini produk jasa PT Telkom, dan konsumen tidak bersedia untuk tidak beralih ke penggunaan jasa selain Indihome.

Keempat, variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT Telkom artinya jika kualitas produk yang ditawarkan semakin baik maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen, sebaliknya jika kualitas produk yang ditawarkan buruk maka akan semakin rendah tingkat loyalitas konsumen. Dibuktikan dengan uji korelasi yang menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen adalah sebesar 0,379 yang artinya kualitas produk memiliki pengaruh yang lemah/rendah terhadap loyalitas konsumen. kemudian koefisien determinasi sebesar 14,4% yang artinya loyalitas konsumen dipengaruhi kualitas produk sebesar 14,4%. Selanjutnya arah penelitian kedua variabel menunjukkan arah yang positif dengan nilai regresi linier sederhana sebesar 0,402 dengan nilai konstanta 12,484. Lalu uji t memperoleh t hitung sebesar 4,058 sebagaimana t hitung lebih besar daripada t tabel 1,661

dengan persamaan t hitung $4,058 > t$ tabel $1,661$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara.

Kelima, variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT Telkom artinya jika semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen, sebaliknya jika semakin buruk kualitas pelayanan yang ditawarkan maka akan semakin rendah pula tingkat loyalitas konsumen. Dibuktikan dengan uji korelasi yang menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen adalah sebesar $0,253$ yang artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lemah/rendah terhadap loyalitas konsumen. kemudian koefisien determinasi sebesar $6,4\%$ yang artinya loyalitas konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan sebesar $6,4\%$. Selanjutnya arah penelitian kedua variabel menunjukkan arah yang positif dengan nilai regresi linier sederhana sebesar $0,112$ dengan nilai konstanta $14,430$. Lalu uji t memperoleh t hitung sebesar $2,589$ sebagaimana t hitung lebih besar daripada t tabel $1,661$ dengan persamaan t hitung $2,589 > t$ tabel $1,661$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara.

Keenam, variabel kualitas produk dan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen Indihome PT Telkom artinya jika kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan semakin baik maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen, sebaliknya jika kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan buruk maka akan semakin rendah tingkat loyalitas konsumen. Dibuktikan dengan uji korelasi yang menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen adalah sebesar $0,383$ yang artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lemah/rendah terhadap loyalitas konsumen, kemudian koefisien determinasi sebesar $14,7\%$ yang artinya loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar $14,7\%$. Selanjutnya arah penelitian ketiga variabel menunjukkan arah yang positif dengan nilai regresi linier berganda sebesar $0,363$ untuk kualitas produk dan $0,030$ untuk kualitas pelayanan dengan nilai konstanta $11,915$. Lalu uji F memperoleh F hitung sebesar $8,362$ sebagaimana F hitung lebih besar daripada F tabel $3,09$ dengan persamaan F hitung $8,362 > F$ tabel $3,09$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, ada beberapa saran untuk memperbaiki kualitas produk dan kualitas pelayanan pada Indihome PT Telkom sehingga dapat meningkatkan tingkat loyalitas konsumen. Hasil penelitian menunjukkan jika kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara, maka dari itu untuk meningkatkan tingkat loyalitas konsumen, Indihome perlu meningkatkan daya tahan router, seperti mengganti dengan merek yang lebih bagus seperti asus atau tp-link serta meningkatkan daya tahan instalasi agar mampu bertahan di segala situasi sehingga konsumen terus merasa nyaman dan setia dalam berlangganan Indihome.

Hasil penelitian menunjukkan jika kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT Telkom Jepara, maka dari itu untuk meningkatkan tingkat loyalitas konsumen, Indihome perlu meningkatkan

pelayanan seperti meningkatkan ketepatan waktu pemasangan yang sesuai dengan jadwal, meningkatkan keterampilan petugas dengan pelatihan, meningkatkan soft skill karyawan tentang bersikap baik terhadap konsumen, membuat variasi paket kapasitas jaringan internet agar lebih beragam, meningkatkan training untuk karyawan agar merespon konsumen dengan baik, menyediakan jaminan garansi serta kompensasi terhadap ketidaksesuaian pelayanan yang diberikan. Sehingga konsumen merasa aman, nyaman dan selalu berlangganan Indihome.

Saran untuk peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan juga dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel penelitian lain guna mengukur tingkat loyalitas konsumen karena variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan hanya dapat memberikan 14,7% untuk loyalitas konsumen. Harapannya agar penelitian ini menjadi lebih berkembang dan sesuai dengan kondisi Indihome PT Telkom Jepara pada saat itu. Selain itu dapat menambah data sampel dengan kategori usia serta pekerjaan responden yang bervariasi agar analisis yang dihasilkan jauh lebih bervariasi pada Indihome PT Telkom Jepara. Demikian saran yang diberikan semoga dapat membantu penelitian yang akan datang.

Daftar Referensi

- Amin Widjaja Tunggal. 2008. *Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Mazvancheryl, S. K. (2004). Customer satisfaction and shareholder value. *Journal of marketing*, 68 (4), 172-185.
- Andrian Payne. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Liberty.
- Attas, Anne. et al. (2018). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*. Vol. 4, No. 1.
- Badri, M. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Badri, Markoni. 2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis ke-VI*.
- Etta, M. S. Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi pertama. Yogyakarta: Andi.
- Gaspersz, V. (2005). *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi: Balanced Scorecard dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. (2006). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Massachusetts: MIT Press Books.
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*, Edisi ke 1. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Kanuk, S., & Schiffman, L. G. (2004). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol* Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2007). *Marketing dei servizi. Risorse umane, tecnologie, strategie*. Inggris: Pearson.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen jasa terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- _____. (2010). *Manajemen jasa terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pabundu, M. (2006). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, M., & Efendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei* (cetakan kesembilanbelas). Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- _____. (2006). *Manajemen Jasa*, edisi pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2010). *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uma Sekaran, (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Service marketing: integratiing customer focus across the firm*. Singapura: McGraw-Hill.