

PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN INDIHOME PT. TELKOM INDONESIA JEPARA

Teresia Sitanggang¹, Naili Farida², Dinallestari Purbawati³

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

¹Email: teresiasitanggang2@gmail.com

Abstract : *Customer satisfaction when using service products is influenced by price and service quality. Based on the data obtained, sales of Indihome Jepara WiFi subscription packages have fluctuated. This study aims to determine the effect between price and service quality on customer satisfaction. The sample of this research is 100 Indihome Jepara WiFi customers. This type of research is explanatory research. Data collection was carried out through preliminary interviews and questionnaires. Data analysis with regression test and significance test. The results showed that: 1) price has a positive effect on customer satisfaction, 2) service quality has a positive effect on customer satisfaction, 3) price and service quality have a positive effect on customer satisfaction. Researchers suggest that PT. Telkom Indonesia Jepara can reconsider in setting package prices that are in accordance with the customer's purchasing power and can provide a better quality of service.*

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstraksi : Kepuasan pelanggan saat menggunakan produk jasa dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. Berdasarkan data yang diperoleh, penjualan paket berlangganan WiFi Indihome Jepara mengalami fluktuasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sampel dari penelitian ini adalah 100 pelanggan WiFi Indihome Jepara. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara pendahuluan dan kuesioner. Data analisis dengan uji regresi dan uji signifikansi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, 2) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, 3) harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti menyarankan agar PT. Telkom Indonesia Jepara dapat mempertimbangkan lagi dalam menetapkan harga paket yang sesuai dengan daya beli pelanggan dan dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang telekomunikasi sangat banyak, salah satunya adalah PT Telkom Indonesia Tbk dengan salah satu produk layanannya adalah Indihome atau Indonesia Digital Home yang merupakan produk layanan jasa internet yang tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia dan memiliki kualitas yang tinggi serta terjaminnya sarana dan prasarana fisik. Menurut Kotler dan Keller (2012), perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena adanya perbandingan kinerja yang berorientasi pada produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka merupakan pengertian dari kepuasan konsumen dalam satisfaction (kepuasan). Adapun dua faktor yang diketahui mempengaruhi kepuasan pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yaitu faktor harga dan kualitas produk. Menurut Tjiptono (2011:151), harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga merupakan salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam pemasaran dan menjadi pertimbangan bagi konsumen saat akan membeli produk atau jasa. Menurut Wyckof dalam (Arief, 2007:118), kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diinginkan dan pengoperasian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting dan diperhatikan oleh konsumen, karena kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan perusahaan wajib memperhatikan kualitas pelayanan mereka.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Telkom Indonesia Jepara. Tujuan PT. Telkom Indonesia Jepara yaitu menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat. Berikut merupakan tabel berisi penjualan produk Indihome dalam 4 tahun terakhir.

Tabel 1. Jumlah Penjualan Produk Indihome di Kabupaten Jepara

Tahun	Jumlah	Persen (%)
2018	5.663	24,14
2019	6.682	28,48
2020	6.435	27,43
2021	4.681	19,95

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa terjadi fluktuasi peningkatan dan penurunan jumlah penjualan pelanggan Indihome di Kabupaten Jepara. Pada tahun 2019 penjualan Indihome di Jepara mengalami kenaikan sebanyak 1.019 produk dan pada tahun 2020 terjadi penurunan penjualan sebanyak 247 produk. Lalu pada tahun 2021 mengalami penurunan sebanyak 1.754 produk, penjualan produk Indihome di Jepara yang mengalami fluktuasi selama empat tahun terakhir tidak terlepas dari faktor-faktor yang diduga menjadi pengaruh terhadap peningkatan pelanggan Indihome di Kabupaten Jepara seperti harga dan kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh kepada pelanggan untuk terus berlangganan internet Indihome sebagai pilihan mereka.

Di Jepara saat ini sudah terdapat jaringan wifi karena sudah banyak terlihat Fiber Optik yang terbentang panjang hingga ke pelosok desa. Terdapat beberapa provider yang tersedia di Jepara seperti Indihome, First Media, Biznet Home dan Giganet. Namun tidak semua provider yang ada di Jepara tersedia hingga ke pelosok desa, seperti Fisrt Media, Biznet Home dan Giganet hanya tersedia di Jepara Kota. Namun untuk provider Indihome sudah tersedia hingga ke pelosok desa Jepara, oleh sebab itu di Jepara Indihome merupakan provider yang banyak digunakan oleh masyarakat sekitar.

Tujuan dari setiap perusahaan adalah tingginya kepuasan pelanggan, begitu pula dengan tujuan PT. Telkom Indonesia Jepara memiliki tujuan yaitu tingginya kepuasan pelanggan. Demi keberlangsungan hidup perusahaan memiliki tujuan akhir yaitu menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi, dengan terciptanya kepuasan pelanggan diharapkan pelanggan dapat memberikan referensi kepada orang lain mengenai produk atau jasa yang telah dibelinya. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas penelitian di PT. Telkom Indonesia Jepara dengan judul: “Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia Jepara)”

Kerangka Teori

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen, menurut Kotler dan Keller (2009), adalah studi mengenai bagaimana suatu individu, kelompok, ataupun organisasi mengonsumsi suatu barang, jasa, ataupun gagasan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan personal dan profesionalnya masing-masing. Perilaku konsumen sangat penting dalam dunia bisnis, karena perusahaan dapat menganalisis tentang konsumen seperti apa yang sedang dibutuhkan, seperti apa selera konsumen dalam produk dan apa yang akan dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya.

Pemasaran

Menurut Kotler dalam Wibowo (2017) definisi pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingan. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan, baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar karena perusahaan harus dapat

memasarkan produknya dengan maksimal untuk mencapai tujuan perusahaan dan mendapatkan profit atau keuntungan secara maksimal

Harga

Definisi harga menurut Kotler & Armstrong, (2012:345) adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga juga menentukan nilai dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, seperti merek, produk, atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan pelanggan juga memperhatikan harga dan mengidentifikasi harga dengan nilai dari produk atau jasa yang akan dibeli. Adapun indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2012) indikator harga adalah :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, et al (2012), mengartikan kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara kualitas layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang dipersepsikan konsumen. Konsumen akan menilai dan menentukan kualitas pelayanan yang mereka terima, karena konsumen yang merasakan dan mendapatkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Diperlukan dimensi dari kualitas pelayanan sebagai berikut:

- 1) Keandalan (Reliability), yaitu dimilikinya kemampuan dalam pelayanan yang akurat, memuaskan dan dijanjikan dengan segera
- 2) Ketanggapan (Responsiveness), yaitu ketanggapan staff dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan dimilikinya keinginan untuk membantu pelanggan oleh staff
- 3) Jaminan (Assurance), yaitu adanya sifat yang dapat dipercaya dari para staff atau pekerja, bebas dari bahaya, kesopanan, resiko, pengetahuan dan kemampuan
- 4) Empati (Empathy), yaitu dapat memahami kebutuhan pelanggan, dapat memberikan perhatian pribadi. Adanya kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik dengan pelanggan
- 5) Bukti fisik (Tangibles), yaitu berupa fasilitas fisik pelayanan perusahaan, seperti perlengkapan, penampilan fisik karyawan dan media komunikasi

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, (2014) kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Kepuasan pelanggan yang diharapkan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan yang tinggi, karena kepuasan pelanggan adalah kunci bagi perusahaan dimana pelanggan akan menggunakan kembali jasa atau melakukan pembelian ulang terhadap produk yang nantinya dalam volume penjualan perusahaan merupakan porsi terbesar. Pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang diberikan atau produk yang digunakan cenderung akan menggunakan kembali jasa tersebut saat dikemudian hari pelanggan tersebut membutuhkannya atau membeli kembali produk yang sama seperti sebelumnya. Adapun indikator dalam kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014), yaitu :

- 1) Bersedia untuk memberikan rekomendasi adalah direkomendasikannya produk atau jasa yang dibeli kepada orang lain karena puasnya pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakannya

2) Penggunaan berkelanjutan adalah penggunaan produk atau jasa dalam waktu panjang

Hipotesis Penelitian

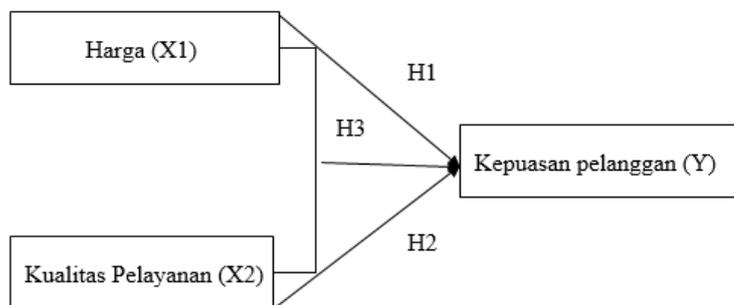
Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara terhadap adanya rumusan masalah (Sugiyono, 2014). Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: Diduga terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan WiFi Indihome PT. Telkom Indonesia Jepara

H2: Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan WiFi Indihome PT. Telkom Indonesia Jepara

H3: Diduga terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan WiFi Indihome PT. Telkom Indonesia Jepara

Gambar 1. Model Hipotesis Penelitian



Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*, dikarenakan penelitian ini dilatarbelakangi oleh tujuan awal penelitian untuk menjelaskan pengaruh antar variabel-variabel penelitian, dimana harga sebagai variabel X1, kualitas pelayanan sebagai variabel X2 dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan WiFi Indihome Jepara yang berjumlah 100 pelanggan. Pengambilan sampel dilakukan melalui *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 100 pelanggan. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda dan uji signifikansi. Instrumen analisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 26.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kebanyakan responden mengkategorikan variabel harga pada kategori murah. Hasil uji korelasi 0,818 menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan yang tergolong sangat kuat dan bernilai positif. Uji koefisien determinasi menunjukkan presentase sebesar 66,9%. Kemudian dari uji t dilakukan, diperoleh hasil bahwa angka t-hitung (14,067) lebih besar dari angka t-tabel (1,660). Harga merupakan faktor utama yang diperhatikan dalam membeli suatu produk jasa. Kepuasan pelanggan akan akan meningkat, apabila harga produk jasa yang ditawarkan sesuai dengan daya beli pelanggan dan manfaat yang diterima. Dengan bervariasinya harga yang ditawarkan PT Telkom Jepara diharapkan dapat sesuai dengan paket layanan internet yang diinginkan oleh pelanggan. Seperti harga paket yang lebih terjangkau, harga paket sesuai

dengan kualitas produknya, harga paket dapat bersaing dengan produk lainnya dan harga paket sesuai dengan manfaat.

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini sesuai dengan pendapat yang ada, dimana pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT Telkom Indonesia di Jepara. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Chairuna (2017) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Dari Pt. Telkom Witel Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Komplek Tasbih 1 Dan 2)” juga menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa **terdapat pengaruh positif antara variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan PT Telkom Indonesia Jepara sehingga hipotesis 1 diterima.**

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Korelasi	Determinasi	t-hitung	Sig.	Ket
H1	0,818	66,9%	14,067	0,000	Ha diterima
H2	0,892	79,5%	19,498	0,000	Ha diterima
H3	0,915	83,8%	250,093	0,000	Ha diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Kebanyakan responden mengkategorisasikan variabel kualitas pelayanan pada kategori sangat baik. Berdasarkan uji korelasi yang dilakukan, terdapat hasil 0,892 yang menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bernilai positif dan tergolong sangat kuat. Kemudian uji t yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa angka t-hitung (19,498) lebih besar dari angka t-tabel (1,660).

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima. Dalam memberikan kepuasan pada pelanggan, kualitas pelayanan merupakan satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Pentingnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Seperti ruang tunggu kantor Telkom Jepara terasa nyaman, ruang tunggu kantor Telkom Jepara desainnya menarik, karyawan memiliki sikap yang mampu meyakinkan pelanggan ketika hendak berlangganan WiFi Indihome, dilayaninya pelanggan sesuai dengan antrian, karyawan menerima keluhan dengan cepat, karyawan memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas, layanan telepon kantor Telkom Jepara mudah dihubungi, pelayanan yang cepat dan pelanggan tidak terlalu lama menunggu dalam mengantri, petugas servis cepat dalam memperbaiki kerusakan yang dialami pelanggan, kesiapan atau respon karyawan yang baik dalam memberikan arahan atau informasi sesuai kebutuhan pelanggan, disediakannya jaminan garansi terhadap kerusakan alat/fasilitas peralatan wifi, disediakannya kompensasi terhadap layanan yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan, karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan, ramah dalam melayani pelanggan, karyawan memperhatikan kepentingan karyawan dengan sungguh-sungguh dan karyawan santun dalam melayani pelanggan. Memberikan pelayanan kepada para pelanggan dengan sebaik-baiknya, akan memberikan kepuasan bagi para pelanggan.

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini sesuai dengan pendapat yang ada, dimana pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT Telkom Indonesia di Jepara. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Yemmi (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Plasa Telkom Group Kabupaten Barru” yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa **terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan PT Telkom Indonesia Jepara sehingga hipotesis 2 diterima**

Kebanyakan responden mengkategorisasikan variabel kepuasan pelanggan pada kategori puas. Hasil uji korelasi memberikan hasil 0,915 yang berarti bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang sangat kuat dan bernilai positif. Kemudian dari uji t yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa angka f-hitung (250,093) lebih besar dari angka f-tabel (3,09). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan pengaruh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah signifikan.

Pelanggan akan merasa puas apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli dan harapan pelanggan, dengan puasnya pelanggan atas penggunaan produk jasa dengan harga yang sesuai tentunya akan memberikan pendapatan kepada perusahaan. Seperti murah nya harga yang ditawarkan dan puasnya pelanggan akan harga tersebut akan memberikan pendapatan kepada perusahaan, tingginya kepuasan pelanggan dan murah nya harga yang ditawarkan akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Kualitas pelayanan dipandang melalui persepsi pelanggan saat menerima pelayanan, pelanggan akan menilai dan menentukan kualitas pelayanan yang mereka terima, karena pelanggan yang merasakan dan mendapatkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Semakin baik dan sesuai nya harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini sesuai dengan pendapat yang ada, dimana pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT Telkom Indonesia di Jepara. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Satriani (2018) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jambi” yang mengatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa **terdapat pengaruh positif antara variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan PT Telkom Indonesia Jepara.**

Kesimpulan dan Saran

Terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada PT Telkom Indonesia Jepara. Harga merupakan faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome Jepara. Dengan kata lain, semakin murah harga yang ditawarkan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan namun semakin mahal harga yang ditawarkan maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan seperti masih terdapat beberapa responden yang menilai harga yang ditawarkan mahal dan kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang diterima

Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada PT Telkom Indonesia Jepara. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan namun semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Namun masih ada sebagian persepsi bahwa kualitas pelayanan dari Indihome PT Telkom Indonesia Jepara masuk dalam kategorisasi buruk, mereka beranggapan masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan seperti kecepatan dalam melayani keluhan, meningkatkan kemampuan karyawan, kecepatan petugas servis dalam memperbaiki kerusakan dan penyediaan jaminan garansi atau kompensasi terhadap alat yang rusak atau tidak sesuai dengan yang dipesan

Terdapat pengaruh positif antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada PT Telkom Indonesia Jepara. Harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT Telkom Indonesia Jepara. Dengan kata lain, semakin murah harga yang ditawarkan dan baiknya kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan namun semakin mahal harga yang ditawarkan dan buruknya kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu

diperbaiki perusahaan seperti meningkatkan kecepatan internet, meningkatkan kemudahan penyampaian keluhan via telepon dan meningkatkan layanan perbaikan

Pada variabel harga dalam penelitian ini terdapat indikator yang dibawah nilai rata-rata yaitu harga tidak terjangkau atau mahal. Saran yang diberikan pada penelitian ini kepada PT Telkom Indonesia Jepara adalah dengan memberikan harga paket berlangganan wifi yang sesuai dengan daya beli masyarakat. Namun banyak pelanggan yang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk lainnya yang sejenis dan sesuainya harga dengan manfaat yang diterima. Hal tersebut dimaksudkan agar harapan pelanggan terpenuhi, dan merasa puas menggunakan layanan jasa internet WiFi Indihome Jepara.

Pada variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini terdapat indikator yang dibawah nilai rata-rata yaitu kemampuan/sikap karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan petugas servis dalam memperbaiki kerusakan dan jaminan garansi atau kompensasi terhadap alat yang rusak atau tidak sesuai dengan yang dipesan. Saran yang diberikan pada penelitian ini kepada PT Telkom Indonesia Jepara adalah diberikannya pelatihan kepada para karyawan dalam meningkatkan kemampuan dan memperbaiki sikap saat melayani pelanggan, diberikannya pelatihan kepada petugas servis untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memperbaiki kerusakan yang dialami pelanggan dan disediakannya jaminan garansi atau kompensasi terhadap alat yang rusak atau tidak sesuai dengan yang dipesan seperti adanya potongan harga 50% untuk pembayaran WiFi satu bulan berikutnya, digantinya alat yang rusak secara gratis apabila terdapat alat yang rusak dari bawaan produknya atau kesalahan dari petugas. Hal tersebut dimaksudkan agar harapan dan keinginan pelanggan terpenuhi, dan merasa puas menggunakan layanan jasa internet WiFi Jepara.

Pada variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini terdapat indikator yang dibawah nilai rata-rata yaitu penyampaian keluhan via telepon dan kecepatan internet dibawah rata-rata. Saran yang diberikan pada penelitian ini kepada PT Telkom Indonesia Jepara adalah dengan diberikannya tawaran kepada pelanggan untuk mengupgrade kecepatan internet yang dipilih oleh pelanggan dan untuk penyampaian keluhan bisa melalui sosial media seperti whatsapp. Hal tersebut dimaksudkan agar harapan dan keinginan pelanggan terpenuhi, dan merasa puas menggunakan layanan jasa internet WiFi Indihome Jepara

Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat ditambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena dalam penelitian ini diketahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 83,8%, sehingga 16,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar harga dan kualitas pelayanan.

Daftar Referensi

- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Budiman, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8.
- Chairuna, F. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Dari Pt. Telkom Witel Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Komplek Tasbih 1 dan 2). *Skripsi - Universitas Sumatra Utara Medan*.
- Fauziyah, A. N., & Tjahjaningsih, E. (2021). Membangun Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Witel Kudus Dengan Meningkatkan Persepsi Harga, Layanan Purna Jual, Dan Promosi. *Proseding Sendiu*, 978–979.
- Jannah, L. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadapkepuasan Konsumen Pada Resto Running Korean streetfood Samarinda. *Adiministrasi Bisnis Universitas Mulawarman*, 96.

- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Mirza, D. F., Ginting, K. E. N., & Brutu, A. T. A. P. D. W. (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Program Indihome Triple Play Pt. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan)*. 9(July), 1–23.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.
- Ovidani, Z., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167–174.
- Pane, D. N., Fikri, M. EL, & Ritonga, H. M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–11.
- Putri, M. N. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Wilayah Antapani Kota Bandung The Influence Of Service Quality To Costumer Satisfaction*. 3(3), 3596–3603.
- Rinaldi, U. (2009). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Berbelanja di Swalayan. In *Jurnal Aplikasi Manajemen* (p. 710).
- Sari, N. P., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Indihome *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Satriani, M. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jalur nugraha ekakurir (jne) cabang jambi. *Ekonomi*.
- Utari, P. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Gowata Sakti Motor*.
- Yemmi. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Plasa Telkom Group Kabupaten Barru*