

**Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan IndiHome di Kabupaten Kendal (Studi Pada
Telkom Plasa Kendal)**

PANDU CALOZA

(Pembimbing : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202738@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Saat ini, jumlah pengguna internet semakin berkembang, karena masyarakat telah mewujudkan budaya internet. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, setiap tahun, jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang signifikan (cukup besar) yaitu tahun 2011-2015 sebanyak 74,4 juta dengan kenaikan rata-rata 13,0%. Peningkatan pengguna internet di respond oleh provider dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar pengguna internet puas dan tetap menggunakan provider tersebut yaitu PT. Telkom Indonesia dengan produknya IndiHome. Berdasarkan data, pengguna IndiHome selama tiga tahun mengalami penurunan, dari 64,3% tahun 2012 menjadi 62,3% tahun 2013 bahkan menjadi 56,7% tahun 2014. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum IndiHome belum bisa memuaskan konsumen, karena penggunaanya yang relatif menurun. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yaitu Iqbal (2009), Hapsari dan Khasanah (2012), Dahliana, dkk (2014) serta Hidayat dan Firdaus (2014). Pada penelitian tersebut variabel yang digunakan adalah kualitas produk, kepercayaan dan harga. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna IndiHome di Telkom Kendal (Plasa), Jl. Soekarno-Hatta No. 222, di Kabupaten Kendal yang jumlahnya tidak diketahui pasti. Sampel penelitian ini adalah 104 responden. Jenis datanya adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2). Kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3). Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan, Harga dan Kepuasan Pelanggan

The Effect of Product Quality, Trust and Price on Customer Satisfaction IndiHome In Kendal District (Study at Plasa Telkom Kendal)

PANDU CALOZA

(Lecturer : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201202738@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Nowdays, the number of Internet users is growing, because people have to realize the Internet culture. Based on data from the Ministry of Communication and Information of the Republic of Indonesia, each year, the number of Internet users has increased significantly (quite large), that is in 2011-2015 as many as 74,4 million with an average rise of 13.0%. The increase in Internet users respond by provider by providing the best service that Internet users are satisfied and continue to use that provider, such as PT. Telkom Indonesia with its products IndiHome. Based on the data, user IndiHome for three years has decreased, from 64,3% in 2012 to 62,3% in 2013 even to 56,7% in 2014. This shows that in general IndiHome can not satisfy the consumer, because its relatively decreases. Customer satisfaction is feeling happy or someone disappointed who emerged after comparing the performance of products considered against the expected performance. Research on the factors that influence satisfaction has been done by several previous researchers such as Iqbal (2009), Hapsari and Khasanah (2012), Dahliana, et al (2014) and Hidayat and Paradise (2014). In that study, variable used is the product quality, trust and price. The aim of research to analyze the effect of product quality, trust and price on customer satisfaction.

The population in this study is IndiHome users in Telkom Kendal (Plaza) at Jl. Soekarno - Hatta No. 222, in Kendal District whose number is not known for sure. The sample was 104 respondents. The data type is the primary data. Methods of data collection using questionnaires and analysis techniques used are multiple regression.

The results show that: 1). Product quality proved have positive and significant effect on customer satisfaction. 2). Trust proved have positive and significant effect on customer satisfaction. 3). Price proved have positive and significant effect on customer satisfaction

Keyword : Product Quality, Trust, Price and Customer Satisfaction