

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PT.  
TELKOM INDONESIA (PERSERO)  
(STUDI PADA WITEL SURABAYA UTARA TELKOM KAPASAN)**

Ady Andawana<sup>1</sup>, Titok Waskito Ad<sup>2</sup>  
ady94andawana@gmail.com<sup>1</sup>, titok.pascauniprasby@gmail.com<sup>2</sup>  
Universitas WR. Supratman Surabaya

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial dan secara simultan terhadap Tingkat Kepuasan. Penelitian ini menggunakan pelanggan Indihome dari PT Telkom kapasan sebagai sampel. Terdapat sebanyak 60 pelanggan Indihome yang menjadi responden. Metode penelitian ini menggunakan probability sampling dan simple random sampling. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan. Hal ini dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  dari masing-masing variabel tersebut lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (2,00247) dan nilai signifikansi dari variabel tersebut lebih kecil dari 0,05. Secara simultan variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara signifikan berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan (Y). dikarenakan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 141.725 dengan nilai  $F_{tabel}$  3,16 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. dari hasil uji hipotesis nilai ( $X_1$ ) Penetapan Harga sebesar 11.423 sedangkan nilai ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan sebesar 2.227( $X_1$ ). Dapat disimpulkan bahwa Penetapan Harga ( $X_1$ ) lebih dominan terhadap Tingkat Kepuasan (Y) dibandingkan Kualitas Pelayanan( $X_2$ ).*

*Kata Kunci : Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepuasan.*

**PENDAHULUAN**

Diera globalisasi ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh bagi kegiatan manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pada awalnya melalui media surat menyurat, berkembang melalui media telepon koin atau telepon rumah, dan menggunakan telepon

bergerak tanpa kabel dikenal dengan handphone. Sejalan dengan perkembangan informasi dan komunikasi, saat ini kebutuhan tersebut dapat diperoleh melalui media yang lebih modern yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi internet.

Pengguna internet meningkat pesat pada awal Januari tahun 2021 mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau setara dengan 27 juta jiwa dibandingkan pada Januari 2020. Jumlah penduduk Indonesia saat ini 274,9 juta jiwa. Artinya penetrasi internet di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai 73,7 persen<sup>1</sup>.

Salah satu perusahaan BUMN Indonesia yang menyediakan pelayanan di bidang teknologi komunikasi dan jaringan adalah PT Telekomunikasi Indonesia (Persero). Produk dari PT. Telkom yaitu Indonesia Digital Home (Indihome) resmi di pasarkan pada tahun 2015 dan di kelola PT TA (Telkom Akses) anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia (persero). Kualitas pelayanan Indihome sangat berpengaruh besar terhadap keberhasilan dan kesuksesan PT Telkom Indonesia. Strategi indihome dalam menambah pelanggan dengan cara melakukan promo pemasangan baru dan penambahan layanan yang beberapa bulan gratis, serta pelayanan yang baik. Sehingga kualitas pelayanan akan terus ditingkatkan dan dievaluasi, dari pengalaman tahun kemarin dan rancangan tahun kedepannya untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Jika pelanggan yang loyal merasa puas terhadap pelayanan Indihome, pelanggan tidak akan tertarik ke provider lain untuk pelanggan *eksisting* atau pelanggan yang telah berlangganan Indihome. Jadi penetapan harga dan kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## LANDASAN TEORI

### HARGA

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa “penetapan harga hendaknya didasarkan pada persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima, bukan pada biaya penjual atau produsen”. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menentukan harga dan seluruh pengeluaran lain yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016:491), terdapat beberapa tujuan penetapan harga yaitu: (a) kemampuan bertahan (*Survival*); (b) laba maksimum saat ini (*Maximum Current Profit*); (c) pangsa pasar maksimum (*Maximum Market Share*); (d) kepemimpinan kualitas produk (*Product - Quality Leadership*); (e) tujuan-tujuan lainnya (*Other Objectives*).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 278) ada 4 indikator penetapan harga, yaitu: (1) keterjangkauan harga; (2) kesesuaian harga dengan kualitas produk; (3) daya saing harga; (4) kesesuaian harga dengan manfaat.

### **KUALITAS PELAYANAN**

Menurut Kotler (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Moenir (2008) pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Bates dan Hoffman (1999) seperti dikutip oleh Sukoco dan Nilowardono (2009) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa, dengan demikian pengevaluasian kualitas layanan berarti pengevaluasian terhadap proses produksi jasa. Terdapat lima indikator yang digunakan dalam menentukan kualitas pelayanan sebagai berikut: (a) *Tangible*; (b) *Empathy*; (c) *Reliability*; (d) *Responsiveness*; (e) *Assurance*.

## KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Lovelock dan Wright (2007) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan.

Kepuasan Pelanggan Menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) adalah (1) Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan, (2) Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis, dan (3) Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

## METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini mengambil data dari telkom kapasan di bulan oktober tahun 2020 sebanyak 646 pelanggan yang pasang baru indihome. Populasi ini juga bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pendidikan. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan simple random sampling menggunakan rumus hair untuk menentukan ukuran sampel dengan total populasi 646. Dengan indikator sebanyak 12 dan ukuran sampel minumun 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi  $12 \times (5-10) = 60$  Jadi dapat di simpulkan sampel dari penelitian ini berjumlah 60.

Sampel yang akan menjawab pertanyaan kuesonier dengan kriteria pelanggan yang sudah berlangganan Indihome lebih dari 5 bulan dari bulan

oktober 2020 – bulan april 2021. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif deskriptif dengan data primer maupun sekunder

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS versi 23, maka diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.588 + 0,492 X_1 + 0,098 X_2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Nilai *constant* adalah 2,588, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan (nilai  $X_1$ , dan  $X_2$  adalah 0) maka Tingkat Kepuasan pada PT Telkom kantor Kapasan Surabaya utara sebesar 2,588 satuan.
2. Nilai koefisien regresi Penetapan Harga adalah 0,492, artinya jika variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka kinerja karyawan akan naik sebesar 0,492 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan adalah 0,098, artinya jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka kinerja karyawan akan naik sebesar 0,188 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan. Hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh dengan menggunakan SPSS 23 selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Uji Hipotesis**

**Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 1**  
**Hasil Uji t (parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant)         | 2.588                       | .758       |                           | 3.415  | .001 |
| Penetapan Harga    | .492                        | .043       | .804                      | 11.423 | .000 |
| Kualitas pelayanan | .098                        | .044       | .157                      | 2.227  | .030 |

Dependent Variable: Tingkat kepuasan

Sumber: Hasil olah data responden

3 Berdasarkan tabel 1 dengan mengamati baris kolom t dan sig bisa dijelaskan bahwa uji t yang dilakukan dapat diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari masing-masing variabel independen, yaitu Penetapan Harga ( $X_1$ ) sebesar 11,423, Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 2,227, dan Nilai signifikan dari masing-masing variabel independen, yaitu Penetapan Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,000, Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,030.

Sehingga dikatakan bahwa secara parsial variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ) dan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan (Y) hal ini dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  dari masing-masing variabel tersebut lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (2,00247) dan nilai signifikansi dari variabel tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan dari hasil uji t tersebut nilai ( $X_1$ ) Penetapan Harga sebesar 11.423 sedangkan nilai ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan sebesar 2.227 yang artinya ( $X_1$ ) lebih dominan dibandingkan dari ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan (Y).

#### Uji F (Simultan)

**Tabel 2**  
**Hasil Uji F (simultan)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 200.095        | 2  | 100.048     | 141.725 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 40.238         | 57 | .706        |         |                   |
|       | Total      | 240.333        | 59 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga

Sumber: Hasil olah data responden

Untuk mengetahui besarnya nilai  $F_{tabel}$  dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{tabel} = f(k;$$

Berdasarkan pada tabel 2 nilai  $F_{hitung}$  sebesar 141.725 dengan nilai  $F_{tabel}$  3,16 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan ( $Y$ ).

### Koefisien Korelasi Determinasi ( $R^2$ )

Analisis regresi berganda di gunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent yang terdiri dari Penetapan Harga ( $X_1$ ) Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel dependent Tingkat Kepuasan ( $Y$ ).

**Tabel 3**  
**Hasil output Analisis Regresi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .912 <sup>a</sup> | .833     | .827              | .840                       |

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

( $X_2$  Penetapan Harga ( $X_1$ ))

Sumber: Hasil Olah Data responden.

Berdasarkan output di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,833 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh Penetapan Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Tingkat Kepuasan ( $Y$ ) dengan jumlah sebesar 83,3%.



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan bahwa:

1. Secara parsial variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara signifikan berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan ( $Y$ ). Dikarenakan secara parsial variabel Penetapan Harga (11.423) dan variabel Kualitas Pelayanan (2.227) berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan ( $Y$ ). Hal ini dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  dari masing-masing variabel tersebut lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (2,00247) dan nilai signifikansi dari variabel tersebut lebih kecil dari 0,05.
2. Secara simultan variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara signifikan berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan ( $Y$ ). dikarenakan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 141.725 dengan nilai  $F_{tabel}$  3,16 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independent dalam penelitian ini secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent.
3. Berdasarkan dari hasil uji hipotesis nilai ( $X_1$ ) Penetapan Harga sebesar 11.423 sedangkan nilai ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan sebesar 2.227( $X_1$ ). Dapat disimpulkan bahwa Penetapan Harga ( $X_1$ ) lebih dominan terhadap Tingkat Kepuasan ( $Y$ ) dibandingkan Kualitas Pelayanan( $X_2$ ).

### Saran

Berikut ini saran yang dapat diberikan pada penelitian ini :

1. Bagi Perusahaan

Bagi pimpinan PT Telkom Indonesia (kantor Telkom Kapasan Surabaya Utara) untuk terus menganalisa penetapan harga indihome dan melakukan promosi atau penawaran harga yang murah untuk minat pelanggan dan terus berupaya memperbaiki pelayanan teknis maupun sistem dan keluhan pelanggan untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 2. Bagi Pihak Lain

Hendaknya penelitian ini dapat menjadi informasi dan sebagai referensi perpustakaan bagi peneliti selanjutnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas WR. Supratman Surabaya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja AK. 2011. Kepuasan Pelanggan ( Studi pada Tiket Garuda di PT Falah Fantastic Tour Travel Bogor ).
- Cyberthreat.id. Digital 2020: Pengguna Internet Indonesia Dalam Angka. 20 Februari. Published online 2020.
- Dylan Trotsek. (2017) Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Asuransi Multi Artha Guna, Tbk Cabang Yogyakarta. *J Chem Inf Model*.
- Mertayasa P, Giantari. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Komunikasi Word of Mouth. *Bul Stud Ekon*.
- Muliasari I. 2017. Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung).
- Pettarani LZ, Haming M, Ella H. (2019) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom IndiHome Makassar. *Parad J Ilmu Ekon*.

- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran , Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2009.
- Purwanti; FN, Edwar M.(2015) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Semarang: *J iLMU Ris Manaj*.
- Putriandari AS. (2011) Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy Di Semarang.
- Putro SW. (2014) Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *J Manaj Pemasar*.
- Rivai, Zainal, Veithzal dkk, 2014, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sari NP, Budiarno A. (2019) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Persero) Semarang). *Undip E-Journal*.
- Setiana Z. 2017. Analisis Perbandingan Penetapan Harga Penjualan Produk Meubel Antara CV.
- Cipta Karya Dengan CV. Agung Jaya di Desa Kerso, Kecamatan Kedung, Kabupaten Jepara.
- Styaningsih DE. 2015. Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Assalaam Hypermarket Kartasura.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

# PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PT . TELKOM INDONESIA (PERSERO) (STUDI PADA WITEL SURABAYA UTARA TELKOM KAPASAN)

## ORIGINALITY REPORT

26%

SIMILARITY INDEX

30%

INTERNET SOURCES

31%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

|   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | <a href="https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id">eprints.mercubuana-yogya.ac.id</a><br>Internet Source                                     | 4% |
| 2 | Submitted to Universitas Jambi<br>Student Paper  | 3% |
| 3 | <a href="http://ejournal-unipra.com">ejournal-unipra.com</a><br>Internet Source  | 3% |
| 4 | Tendi Rustandi, Dede Jaelani. "Analisis Disiplin Kerja Pada Peningkatan Kinerja Guru Di SDN Sukasari", Jurnal Maneksi, 2024<br>Publication | 3% |
| 5 | <a href="http://ejournal.medan.uph.edu">ejournal.medan.uph.edu</a><br>Internet Source  | 3% |
| 6 | <a href="https://repository.stienobel-indonesia.ac.id">repository.stienobel-indonesia.ac.id</a><br>Internet Source                         | 3% |
| 7 | <a href="http://www.ejournal-unipra.com">www.ejournal-unipra.com</a><br>Internet Source  | 3% |

8

news.schmu.id

Internet Source

2%

---

9

itbsemarang.ac.id

Internet Source

2%

---

10

openjournal.unpam.ac.id

Internet Source

2%

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 30 words

Exclude bibliography  On