

PENGARUH HARGA WIFI, PROMOSI DAN KECEPATAN WIFI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DI SIDOARJO

Destria Windasari

NIM. 17210075

STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian bertujuan bagi penulis mengetahui bagaimana harga, promosi dan kecepatan wifi dapat memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Indohome Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis kuantitatif yaitu penelitian yang memberikan kesimpulan berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti yang selanjutnya diolah menggunakan program SPSS. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen yang memakai jaringan wifi Indihome di Sidoarjo. Sampel yang didapatkan berjumlah 100 responden. Pada pengujian f diketahui semua variabel bebas yaitu harga, promosi dan kecepatan wifi dapat memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

Kata kunci : Harga wifi, Promosi, Kecepatan wifi dan Kepuasan Pelanggan

Abtrac: *The research aims for the authors to find out how prices, promotions and wifi speed can have an influence on customer satisfaction at Indohome Sidoarjo. This research is a type of quantitative research, namely research that provides conclusions based on data that has been collected by researchers which are then processed using the SPSS program. The population in this study are consumers who use the Indihome wifi network in Sidoarjo. The samples obtained amounted to 100 respondents. In the f test it is known that all independent variables, namely price, promotion and wifi speed can have a partial effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Wifi Price, Promotion, Wifi Speed and Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Kemajuan informasi di Tahun 2022 ini telah memberikan manfaat yang banyak pada semua aspek ekonomi dan social. Penggunaan teknologi untuk manusia dalam membantu mempermudah pekerjaan merupakan hal yang bagus. Pengembangan teknologi ini harus diikuti dengan kemajuan di sumber daya manusia (SDM).

Perkembangan teknologi informasi telah mengalami pertumbuhan begitu pesat pada era sekarang seiring dengan tuntutan yang besar dari masyarakat yang bertujuan untuk mempermudah mobilitas pekerjaannya.

Dahulu jaringan *network* memakai kabel sebagai penghubung, tetapi di era sekarang telah mengalami perkembangan yang biasanya dikenal dengan istilah *wifi*. Kemajuan *wifi* pada di tahun ini mengalami peningkatan. Keberagaman inovasi yang diciptakan oleh perusahaan Telkom bertujuan untuk menaikkan nilai kepuasan konsumen dan meningkatkan jangkauan pasar.

Dibulan Mei Tahun 2022 banyak masyarakat mengeluhkan bahwa layanan internet Indihome bermasalah, mereka mengeluhkan jaringan internet sangat lambat. Cukup banyak keluhan mengenai jaringan indihome. Pihak indihome sendiri menjelaskan masalah tersebut diakibatkan meningkatnya *traffic* jaringan jawa timur menuju Bali dijalur alternatif.

Menurut Striadi Manawir., (2021:66) Harga ialah jumlah uang yang digunakan untuk bertransaksi yang wajib dibayarkan oleh pembeli untuk mendapatkan produk atau layanan.

Menurut Latief., (2018:43) Periklanan adalah alat komunikasi pemasaran ini membantu menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar

tentang produk dan layanan yang dihasilkan perusahaan.

Menurut Meithiana Indrasari., (2019:74) Kualitas produk ialah *factor* penting untuk perusahaan guna memasuki persaingan bisnis. Kualitas dapat diartikan sebagai karakteristik di totalitas yang mendukung kehandalannya untuk memenuhi kebutuhan yang ditentukan

Pada penelitian tersebut menunjukkan kasus kenaikan harga *wifi* tidak sebanding dengan kualitas jaringan *wifi* yang diberikan oleh pihak Indihome milik Telkom, dikarenakan banyak pelanggan atau konsumen yang merasa kecewa dengan sistem pelayanannya. Yang pertama masalah harga *wifi* Indihome di Sidoarjo lebih mahal dari pada di Surabaya, yang kedua jarang adanya diskon, yang ketiga kecepatan internetnya lambat dan kalah dengan kompetitor lainnya, permasalahan tersebut menjadi penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Wifi, Promosi dan Kecepatan Wifi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Sidoarjo”**.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pernyataan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Harga Wifi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Sidoarjo?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan pelanggan Indihome di Sidoarjo?
3. Bagaimana Pengaruh Kecepatan Wifi Terhadap Kepuasan pelanggan Indihome di Sidoarjo?
4. Bagaimana Pengaruh Harga Wifi, Promosi dan Kecepatan *Wifi* secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Sidoarjo?

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen pemasaran

Pemasaran suatu aktivitas keseluruhan yang tersusun pada perusahaan untuk melaksanakan pemenuhan permintaan pasar dengan menghasilkan produk, dapat menentukan nilai produk, menginformasikan atau bertukar penawaran untuk konsumen, mitra atau masyarakat.

Menurut Sumarwan., (2019:65) pemasaran memiliki prosedur pada menjelaskan kebutuhan konsumennya dengan menghasilkan produk atau jasa. Maka proses pertukaran dan perdagangan antara produsen dan konsumen dapat terjadi.

Harga

Menurut Kotler and Kevin Lane Keller., (2016:112) Harga merupakan jumlah yang ditanggihkan kepada calon pembeli atas kepemilikan produk atau layanan. Harga juga memiliki *factor* penting yang dapat mengakibatkan pandangan calon pembeli.

Menurut Meithiana Indrasari., (2019:44) harga merupakan anggota penting pada keuntungan yang mewakili perusahaan. Harga merupakan materi *mix marketing* yang menciptakan pendapatan pada semua anggota lainnya. Elemen terpenting pada bauran pemasaran ialah penetapan harga, dikarenakan harga produk dapat berubah-ubah begitu cepat seiring dengan masalah yang terjadi di pasar.

Menurut Kotler dan Keller., (2016:115) harga memiliki tujuan yang bersifat *flexibel* yang cepat mengalami perubahan pada keadaan dilapangan, salah satunya juga persaingan pemberian harga.

Promosi

Menurut Peter dan Olson., (2017:61), periklanan adalah aktivitas pemasar untuk menginformasikan konsumen tentang produk mereka dan membujuk konsumen untuk membelinya.

Menurut Kotler, (2016:54) strategi periklanan merupakan bentuk interaksi antara produsen dan penjual yang bertujuan menjelaskan kegunaan dan manfaat produk dan untuk membujuk konsumen supaya mau membeli produk.

Kecepatan Wifi

Menurut Adinda., (2018:54). Internet merupakan kumpulan sebuah jaringan di *computer* yang berhubungan secara kasat mata dan dilengkapi pengetahuan untuk mendeteksi dan memecahkan kode *protocol* komunikasi, umumnya dikenal sebagai *Internet Protocol* (IP) dan *Transmission Control Protocol* (TCP). Protokol merupakan alat sederhana yang berfungsi sebagai penghubung komputer dari satu ke lainnya.

Menurut Ernawati., (2019:62) *Quality product* merupakan *factor* utama yang dapat mengakibatkan proses pilihan pembeli. Apabila *product* memiliki kualitas ketahanan yang bagus . Maka minat pembeli untuk menggunakannya semakin tinggi.

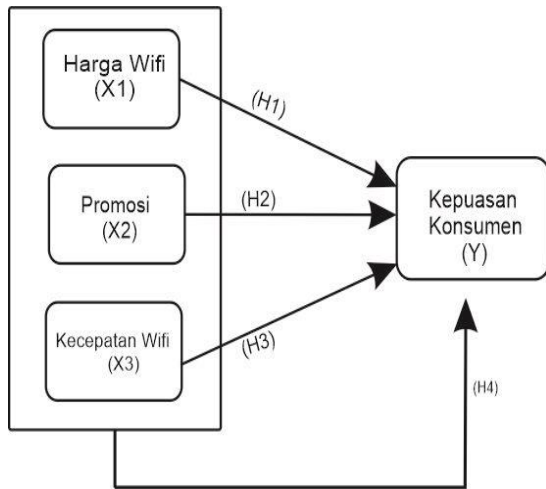
Menurut Windarti dan Ibrahim., (2017:32) *Quality product* merupakan kesanggupan produk dalam kebutuhan harapan yang diinginkan calon pembeli atas terpenuhinya *specification product*.

Kepuasan pelanggan

Menurut Kasmir's Kotler., (2017:77), Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan yang membandingkan penggunaan *product* atau layanan atas pemenuhan keinginan sebelum

mengkonsumsinya. Menurut Wijayanti., (2018:55) bahwa kepuasan merupakan level kepuasan individu atas penggunaan produk dengan membandingkan kinerjanya

Kerangka Konseptual



Keterangan :

————>: Pengaruh langsung

----->: pengaruh tidak langsung

METODE PENELITIAN

Saat melaksanakan penelitian, penulis memakai jenis kuantitatif pada penelitian ini. Yaitu suatu proses pengolahan data dan cara mengemukakan menggunakan angka sebagai alat analisis mengenai obyek yang akan diteliti.

Menurut Creswell., (2016:54) penelitian kuantitatif merupakan kewajiban peneliti dalam memaparkan tentang pengaruh variabel kepada variabel lainnya.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono., (2017:99) *population* merupakan suatu area yang meliputi *object* and *subject* yang memiliki

kuantitas dan karakter khusus, yang dijadikan penulis guna pembelajaran dan selanjutnya memberikan kesimpulan. Populasi pada penelitian ini yaitu keluruh pelanggan pengguna jaringan *wifi* Indihome Sidoarjo, jumlah sample penelitian masih belum bisa diketahui.

Sampel

Pada penelitian ini menggunakan teknik *aksidental sampling*, Menurut Ridwan (2015:45) *aksidental sampling* ialah teknik dalam menentukan *sample* atas dasar kebetulan contohnya siapapun konsumen yang menggunakan layanan Indihome akan dijadikan peneliti sebagai sumber *object* nya

Jika total orang pada *population* belum bisa diketahui oleh peneliti, maka penentuan jumlah *sample* bisa memakai rumus dari Lemeshow menurut Ridwan., (2017:45).

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,01^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 100$$

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui, maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow dalam pengambilan sampel tersebut. Diketahui jumlah sampel yang didapat pada rumus diatas sebesar 100 responden.

Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:58) Definisi operasional variabel merupakan bentuk sifat atau *attribute* pada aktivitas yang memiliki *variance* khusus dan ditetapkan

peneliti guna dipahami, yang selanjutnya menghasilkan kesimpulan. Variabel pada penelitian ini meliputi harga, promosi dan kecepatan *wifi* terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Independen

Menurut Sugiyono., (2016:61) variabel bebas merupakan *stimulus variable*. *Variable* ini dapat mengakibatkan atau penyebab adanya perubahan dan efek yang ditimbulkan ada *variable dependen*. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu harga X1, promosi X2 dan kecepatan *wifi* X3.

Variabel Terikat

Menurut Sugiyono., (2016:64) *variable* ini sering didengar sebagai *variable output criteria*, konsekuen. *Variable dependen* adalah *variable* yang disebabkan adanya pengaruh dan akibat dari *variable* bebas. Variabel depeden pada penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan.

Metode Analisis

Model analisi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (mode kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Anda bisa memakai plot jalur buat menghitung imbas pribadi & nir pribadi berdasarkan variabel independen terhadap variabel dependen. Efek ini tercermin pada apa yg dianggap koefisien jalur. Di sini, secara matematis, analisis jalur mengikuti mode struktural.

HASIL

1. Berdasarkan uji t Variabel harga mempunyai nilai t hitung sebesar 2,825

> 2,275. Nilai signifikan sebesar 0,006 < 0,05. Maka dapat diartikan harga *wifi* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Sidoarjo. Pada hasil uji validitas hanya delapan dari sembilan pertanyaan dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas diketahui semua pertanyaan pada variabel harga *wifi* dinyatakan *reliable*. Pada uji regresi berganda variabel harga memiliki nilai sebesar 0.290 yang artinya harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 29% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Berdasarkan uji t Variabel promosi mempunyai nilai t hitung sebesar 2,348 > 2,275. Nilai signifikan 0,081 > 0,05. Maka dapat diartikan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Sidoarjo. Pada hasil uji validitas setiap pertanyaan di variabel promosi dinyatakan valid. Di uji reliabilitas semua pertanyaan dinyatakan *reliable*. Pada uji regresi berganda promosi mendapatkan nilai sebesar 0.143 yang artinya promosi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 14,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain

3. Berdasarkan uji Variabel kecepatan *wifi* mempunyai nilai t hitung sebesar 3,613 > 2,275. Nilai signifikan 0,000 < 0,05. Maka dapat diartikan kecepatan *wifi* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Sidoarjo. Pada hasil uji validitas setiap pertanyaan pada variabel kecepatan *wifi* diketahui valid, di uji reliabilitas semua pertanyaan variabel dinyatakan *reliable*, di uji regresi berganda kualitas *wifi* terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai 0.198 yang artinya kecepatan dapat mempengaruhi 19,38% pada tingkat kepuasan pelanggan yang memakai jaringan *wifi* Indihome yang ada di Sidoarjo

4. Berdasarkan hasil *output spss* dari uji F tabel. Diketahui memiliki nilai F

hitung sebesar 8,003 yang lebih besar dari 6,607 F tabel. Pada nilai *signification* sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa harga *wifi*, promosi dan kecepatan *wifi* yang diberikan oleh pihak Indihome dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara bersama.

KESIMPULAN

Dihasil *output spss 25.0* telah dipaparkan oleh penulis pada bab 4 diatas. Maka dengan ini dapat dijelaskan bagaimana kesimpulan pada penelitian sebagai berikut.

1. Pada hasil *output spss* variabel harga *wifi* diketahui uji t memiliki nilai *probability* yakni 0,006 kurang dari 0,05. Maka dengan ini harga *wifi* sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *wifi* Indihome di Sidoarjo.
2. Pada hasil *output spss* variabel promosi diketahui pada uji t memiliki nilai *probability* 0,081 > 0,05. Maka dengan ini promosi berpengaruh tidak signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan *wifi* Indihome di Sidoarjo.
3. Pada hasil *output spss* variabel kecepatan *Wifi* diketahui uji t mempunyai nilai *probability* sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Maka dengan ini kecepatan *wifi* sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *wifi* Indihome di Sidoarjo.
4. Ketahanan produk berdampak signifikan pada kesediaan pelanggan di Centro *departemnet store galaxy mall* Surabaya. Mendapatkan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$.
5. Pada hasil uji F memiliki nilai F hitung sebesar 8,003 diketahui lebih besar dari f tabel 6,607. Pada nilai *probability* sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan harga *wifi*, promosi dan kecepatan *wifi* dapat

berpengaruh secara *partial* terhadap kepuasan pelanggan *wifi* Indihome di Sidoarjo. Pada hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan harga *Wifi*, promosi dan kecepatan *Wifi* terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai sebesar 0.200, yang artinya harga *wifi*, promosi dan kecepatan *wifi* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 20% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor luar dari penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Striadi Manawir. *Manajemen pemasaran*. Penerbit Samudra Biru:Yogyakarta. 2021.
- Latief Abdul. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe*. Journal Manajemen Keungan:Aceh. 2018.
- Meithiana indrasari, *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo:Surabaya. 2019.
- Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia:Bogor. 2019.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Jersey:Pearson Pretice Hall. 2016.
- Kotler. *Customer Services Excellent*. Rajawali:Jakarta. 2017.
- Adinda. *Pengaruh Kualitas Laba dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan*. Universitas Muhammadiyah:Malang. 2018.
- Ernawati. *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*.

Jurnal Wawasan
Manajemen:Bandung. 2019.

Windarti and Ibrahim. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu*. 2017.

Kasmir, Kotler. *Customer Services Excellent*. Rajawali:Jakarta. 2017.

Wijayanti. *Manajemen kualitas jasa*. Sarwiji. indeks-penerbit:Jakarta. 2018.

Creswell. *Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Belajar:Yogyakarta. 2016.

Sugiyono, *Method Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta :Bandung. 2016