

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan
Produk Indihome Di PT. Telkom Medan Sumatera Utara
(Studi Kasus Di Marelان)**

Nelli Roida M. Hutabarat

Universitas Potensi Utama, Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A Tanjung Mulia
Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241, Indonesia
Email : nellihutabarat964@gmail.com

Yahya Tanjung

Universitas Potensi Utama, Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A Tanjung Mulia
Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241, Indonesia
Email: yahyasbn25@gmail.com

Abstract:

Customer satisfaction is the level of consumer feelings after comparing what he received and his expectations. A customer, if he is satisfied with the value provided by a product or service, is very likely to be a customer for a long time. This study aims to determine and analyze the effect of price and product quality on Indihome customer satisfaction at PT. Telkom Medan. This type of research is quantitative research. The type of data used is primary data and secondary data obtained from questionnaires. This research was conducted on Indihome customers with a population of 1,900 with a sample of 95 respondents who were taken by purposive sampling method with a sampling technique using the slovin formula. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that the price and quality of the product together or simultaneously have a positive and significant effect on the dependent variable in the form of customer satisfaction for Indihome products at PT.Telkom Medan, North Sumatra. Partially price has a positive and significant effect on customer satisfaction of Indihome PT.Telkom Medan, North Sumatra, partially product quality has no positive and significant effect on customer satisfaction of Indihome PT.Telkom Medan, North Sumatra.

Keyword: Price, Product Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak:

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT.Telkom Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari kusioner. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan

Received Desember 30, 2022; Revised Januari 31, 2023; Accepted Februari 01, 2023

* Nelli Roida M. Hutabarat, nellihutabarat964@gmail.com

Indihome dengan populasi sebanyak 1.900 dengan sampel sebanyak 95 responden yang diambil dengan metode purposive sampling dengan teknik penarikan sampel menggunakan rumus slovin. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat berupa kepuasan pelanggan produk Indihome di PT.Telkom Medan Sumatera Utara. Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT.Telkom Medan Sumatera Utara, secara parsial Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT.Telkom Medan Sumatera Utara.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Di era modern ini, teknologi telah menjadi sesuatu yang dapat ditemukan di hampir setiap bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Bahkan di era sekarang ini, penggunaan teknologi sulit untuk dijauhkan dari kehidupan manusia. Menurut Risman Bebe Bimantoro (2017) perkembangan ekonomi adalah pembahasan indikator penting di setiap wilayah yang harus dilakukan dari tahun ke tahun untuk mengukur tingkat keberhasilannya dan pemerintah wajib melakukan survei diberbagai setiap faktor yang dapat menghambat pertumbuhan di setiap wilayah itu perkembangan ekonomi juga di pengaruhi stok kapital. PT.Telkom Medan yang bergerak dibidang telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen di bidang komunikasi maka PT.Telkom menawarkan produk indihome untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam mendapatkan informasi melalui media sosial yang beralamat HM.Yamin No 13 Medan Sumatera Utara.

Perusahaan sadar bahwa konsumen merupakan asset bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan, dengan begitu perusahaan mulai memberi perhatian terhadap konsumen dengan melakukan pengamatan terhadap keinginan dan kebutuhan. Menurut Philip Kotler (2019:36) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini.

Salah satu hal penting bagi konsumen adalah kualitas produk. Dengan kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan pada konsumen. Dengan demikian mampu memberikan rasa percaya dalam diri konsumen dan menjadi termotivasi untuk membeli dan menikmati produk tersebut. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Tony Wijaya (2019) Kualitas Produk didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT. Telkom Medan Sumatera Utara?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT. Telkom Medan Sumatera Utara?
3. Apakah harga dan kualitas produk bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Medan Sumatera Utara secara simultan?

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Meithiana Indrasari (2019:83) Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan hidup konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

B. Indikator Kepuasan Pelanggan

Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator (Tjiptono 2019) yakni:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan
4. Kepuasan terhadap produk

C. Pengertian Harga

Meithiana Indrasari (2019:36) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seseorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran.

D. Indikator Harga

Menurut Kotler (2019:42-43) terdapat enam indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut adalah:

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

E. Pengertian Kualitas Produk

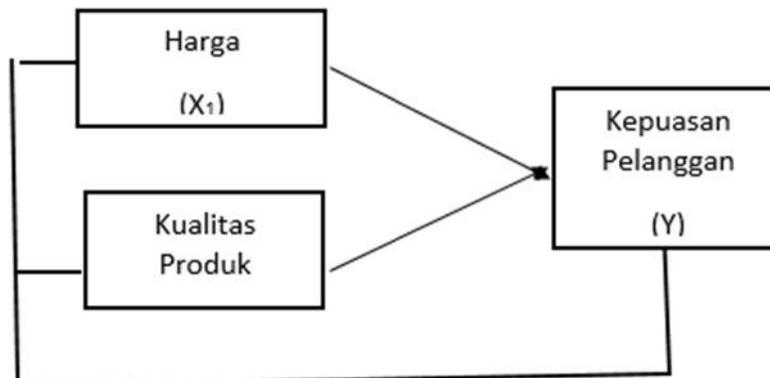
Pada dasarnya, kualitas produk adalah satu dari sekian banyaknya faktor terpenting dalam menjalankan suatu bisnis, yang mana kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen dan juga masa depan perusahaan.

Menurut Nel Arianty (2016:105) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya. Kualitas produk meliputi daya tahan, kemampuan, kemudahan, dan atribut lain yang memiliki nilai dari suatu produk. Jadi bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk dengan kualitas yang baik.

F. Indikator Kualitas Produk

Menurut Fadhila dan Ardiansya dalam Palma dan andjarwati (2016) Adapun indikator kualitas produk adalah sebagai berikut:

- a. Daya tahan produk adalah seberapa lama produk tersebut digunakan
- b. Kemudahan operasi adalah dengan tingkat kesesuaian suatu produk yang di tetap berdasarkan keinginan pelanggan
- c. Kenyamanan pemakai adalah berkaitan dengan kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu.
- d. Kelengkapan produk adalah berkaitan dengan produk yang disediakan secara lengkap dan dapat dibedakan jelas dengan produk lain.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Sumber: Data Diolah

Keterangan:

Variabel Bebas : Harga (X1) Kualitas Produk (X2)

Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y)

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara mengenai apa yang diteliti oleh penulis untuk mengetahui hasil sebelumnya. Berdasarkan latar belakang diatas, landasan teori, dan kerangka konseptual, maka hipotesis yang terdapat atau diajukan oleh penulis untuk diuji kebenarannya adalah sebagai berikut:

- H1 : harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT.Telkom medan
- H2 : kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT.Telkom medan
- H3 : harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT.Telkom Medan

METODE

A. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:13) Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah diterapkan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Telkom Medan Sumatera Utara yang beralamat di Jl. HM. Yamin No. 13 Medan Sumatera Utara. Waktu penelitian ini di mulai pada bulan April 2021 sampai dengan selesai.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan Indihome di PT. Telkom Medan yang berjumlah 1.900 pelanggan yang diambil dari jumlah pelanggan Indihome di PT. Telkom pada bulan terakhir yaitu bulan Desember 2021.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131) sampel adalah bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik non probability sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberika peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono:2018). Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = tingkat kesalahan dalam anggota sampel yang ditolerin (10%)

dengan populasi sebanyak 1.900 konsumen dan tingkat kesalahan (e) sebesar 10% maka sampel (n) penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1900}{1 + 1900 (0.1)^2}$$

$$n = 1900 / (1 + (1900 \times 0,12))$$

$$n = 1900 / (1 + (1900 \times 0,01))$$

$$n = 1900 / (1 + 19)$$

n = 1900/ 20

n = 95 Responden

jadi, sampel penelitian ini adalah sebanyak 95 responden.

C. Defenisi Operasional Variabel Dan Aspek Pengukuran Variabel

1. Defenisi Operasional

Defenisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2018:151) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Adapun skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

Skala likert adalah untuk mengukur sifat, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah di tetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel Skor skala likert

No	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

D. Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2018:213) teknik pengumpulan data adalah ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Dokumentasi
2. Wawancara
3. Kusioner

E. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkatan kevalidan suatu kusioner. Untuk mengukur kevalidan suatu kusioner dapat dilakukan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus korelasi product moment.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas instrumen dilakukan pada setiap butir pernyataan yang diuji validitasnya. Uji validitas dihitung dengan menggunakan bantuan komputer Statistic Package For Sosial Scienci (SPSS).

2. Uji Realibilitas

Menurut Suharsimi Sugiyono (2014), reliabilitas menunjukkan pada pengertian bahwa instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas instrumen merupakan syarat pengujian validitas instrumen, karena itu instrumen pada umumnya pasti reliabel tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan. Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

F. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan analisis inferensial (Sugiyono 2018).

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk memulau sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi secara normal atau tidak.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji suatu model apakah dalam model sebuah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Uji multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen haruslah terbebas dari gejala multikolineraritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain.

H. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel depeden (Kazmier, 2015).

I. Pengujian Hipotesis Penelitian

Secara statistik setidaknya ini bisa diukur dengan nilai uji F statistik untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Kemudian uji t statitik digunakan menguji sberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya.

1. Uji Parsial (Uji T)

Sugiyono (2018:187) uji secara parsial untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome di PT. Telkom.

- $H_0: \beta_1 < 0$: artinya secara parsial variabel tidak terdapat pengaruh yang positif signifikan dari variabel harga dan kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan.
- $H_a: \beta_1 > 0$: artinya secara parsial variabel terdapat pengaruh yang positif signifikan dari variabel harga dan kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan.

2. Uji Statistik F (uji simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen atau terikat.

- $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$: artinya harga dan kualitas produk secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H_a : Minimal satu $\beta_1 \neq 0$: artinya secara simultan variabel harga dan kualitas produk terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

J. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen nilai koefisien determinasi (R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dibahas mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT Telkom Medan Sumatera Utara. dengan data (meliputi gambaran umum responden, variabel penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan asumsi klasik).

B. Deskripsi Objek Penelitian

Analisis deskriptif dalam penelitian ini berasal dari data primer berupa kuesioner yang diajukan kepada pelanggan pada PT. Telkom Medan Sumatera Utara.

1. Uji Validitas

Berikut ini disajikan pengujian validitas dari item kuisisioner yang diberikan kepada responden dan pengolahan tabulasi jawaban responden, sebagai berikut:

Tabel Hasil Validitas Variabel Harga (X1)

Validitas harga (X ₁)				
Item Kusioner	Pearson Correlation	Sig	Rtabel	Keterangan
Item 1	0,475	0,000	0,263	Valid
Item 2	0,427	0,000	0,263	Valid
Item 3	0,647	0,000	0,263	Valid
Item 4	0,550	0,000	0,263	Valid
Item 5	0,521	0,000	0,263	Valid
Item 6	0,460	0,000	0,263	Valid
Item 7	0,647	0,000	0,263	Valid
Item 8	0,550	0,000	0,263	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel untuk pernyataan variabel harga memiliki status valid, karena nilai rhitung (pearson correlation) > rtabel sebesar 0,263. Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak n = 95, sehingga diperoleh nilai rtabel sebesar 0,263. Untuk item X1.1 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,475 > 0,263. Untuk item X1.2 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,427 > 0,263. Untuk item X1.3 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,647 > 0,263. Untuk item X1.4 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,550 > 0,263. Untuk item X1.5 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,521 > 0,263. Dan untuk item X1.6 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,460 > 0,263, untuk item X1.7 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,647 > 0,263 dan untuk item X1.8 nilai rhitung > rtabel yaitu 0,550 > 0,263,. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Harga (X1) telah memenuhi syarat validitas yaitu rhitung > rtabel. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir angket dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau tidak dengan menggunakan cronbach alpha. Angket dikatakan reliabel jika cronbach alpha > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60.

Hasil uji reliabilitas pertanyaan angket yang telah diajukan penulis kepada responden dalam penelitian terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Rteori	Keterangan
1	Harga (X ₁)	0,630	0,600	Reliabel
2	Kualitas Produk (X ₂)	0,748	0,600	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,741	0,600	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Dari hasil pengolahan data didapatkan nilai keseluruhan setiap variabel cronbach's alpha > dari 0,60 maka konstruk pernyataan dalam kusioner dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas yang tinggi.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk memulai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini asumsi-asumsi yang harus dipenuhi meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas Kolmogorow Smirnov

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data setiap variabel yang akan di analisis berdistribusi normal atau tidak. Teknik yang digunakan yaitu analisis Kolmogorow Smirnov.

b. Uji Normalitas Kolmogorow Smirnov

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data setiap variabel yang akan di analisis berdistribusi normal atau tidak. Teknik yang digunakan yaitu analisis Kolmogorow Smirnov.

Tabel Uji Normalitas Kolmogorow Smirnov

N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05105807
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.041
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh dari hasil uji statistic One-Sample Kolmogorov-Smirnov adalah 0,051 dan signifikan sebesar 0,200. Dimana signifikan $0,200 > 0,05$ dapat dilihat nilai Asymp.sig (2-tailed) $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal.

c. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji suatu model apakah dalam model sebuah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF (variance inflation) masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas. Hasil perhitungan uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleran ce	VIF
1	(Constant)	9.958	3.546		2.808	.006		
	HARGA	.228	.075	.301	3.030	.003	.993	1.007
	KUALITAS	-.042	.083	-.050	-.507	.613	.993	1.007

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Dari tabel diatas dapat dilihat:

- a. Nilai tolerance dari variabel harga dan kualitas produk lebih besar dari 0,10 ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
- b. Nilai VIF dari variabel harga dan kualitas produk lebih kecil dari 10, ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hasil Uji Glejser dapat dilihat tpada tabel berikut:

Tabel Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.878	2.151		.873	.385
	HARGA	.018	.046	.041	.397	.692
	KUALITAS PRODUK	-.034	.051	-.070	-.671	.504

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Berdasarkan pada tabel memperlihatkan bahwa tidak satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen absolut Ut (Absut). Hal ini terlihat dari probilitas signifikansi diatas tingkat kepercayaan.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bebas yaitu Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Telkom Medan.

Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.958	3.546		2.808	.006		
	HARGA	.228	.075	.301	3.030	.003	.993	1.007
	KUALITAS PRODUK	-.042	.083	-.050	-.507	.613	.993	1.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (t)

Sugiyono (2018:187) uji secara parsial untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome di PT. Telkom.

Tabel Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.958	3.546		2.808	.006
	HARGA	.228	.075	.301	3.030	.003
	KUALITAS	-.042	.083	-.050	-.507	.613

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Hasil Uji Simultan (F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen atau terikat.

Tabel Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.989	2	20.994	4.884	.010 ^b
	Residual	395.443	92	4.298		
	Total	437.432	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen nilai koefisien determinasi (R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas.

Tabel Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.310 ^a	.096	.076	2.073

a. Predictors: (Constant), KUALITAS, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Diolah SPSS 25.0

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Setelah dilakukan pengujian secara parsial (Uji t) analisis data dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian H1 diterima
2. Setelah dilakukan pengujian secara parsial (Uji t) analisis data dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian H2 ditolak
3. Setelah dilakukan pengujian secara simultan (Uji f) analisis data dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat berupa kepuasan pelanggan produk Indihome pada PT.Telkom.

Saran

Berdasarkan penjelasan dan uraian analisis yang telah dipaparkan diatas maka dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan PT.Telkom, berikut ini saran yang dijadikan tindak lanjut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Harga produk Indihome hampir keseluruhan responden sudah baik maka pihak PT.Telkom hanya perlu mempertahankan dan harus mampu menjaga bahkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk Indihome. Pihak PT.Telkom sebaiknya menawarkan harga yang bisa lebih bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang yang sama.
2. Untuk masalah Kualitas produk Indihome responden Cukup baik maka pihak PT.Telkom hanya perlu mempertahankan dan harus mampu menjaga bahkan mampu meningkatkan kualitas produk terhadap produk Indihome. Di harapkan PT.Telkom dapat lebih meningkatkan ketahanan untuk produk Indihome serta meningkatkan kemudahan dalam menggunakan produk.

Student Research Journal

Volume.1, No.1 Februari 2023

E-ISSN : 2964-3252 dan P-ISSN : 2964-3260, Hal 303-322

3. Untuk masalah Kepuasan Pelanggan dari produk Indihome, mayoritas responden telah menyatakan sudah puas atas produk yang ditawarkan PT.Telkom. Maka pihak PT.Telkom hanya perlu mempertahankan dan harus mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan agar pelanggan setia dalam menggunakan produk Indihome.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah memberikan kesempatan pada penulis agar menyelesaikan karya ilmiah ini. Penulis berharap karya ilmiah dapat diambil ilmu dan bermanfaatnya bagi yang membutuhkan, dan penulis berterima kasih kepada dosen bimbingan Bapak Austin Alexander Parhusip M.M yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan yang berguna kepada penulis dalam penulisan karya ilmiah ini, dan teristimewa Kepada Orang Tua dan Keluarga Penulis yang telah membimbing serta memberikan dorongan dan bantuan baik dan Do'a materi sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Accurate. (2020). Kualitas Produk pengertian, Dimensi dan Pengaruhnya Pada Konsumen.
- Bimantoro, Risman Bebe. 2019. "No Title." (666):1–18.
- Dr. Khamdan Rifa, S. M. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan.
- Dr. Saida Zainurossalamia ZA, M. (Juni 2020). Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi. Samarinda.
- Endy Zelviean Adhari, S. M. (2021). Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust. Pasuruan, Jawa Timur.
- Ekonomi, Fakultas, and Jurusan Manajemen. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado The Influence Of Product Qulity, Price And Quality Of Service To Customer Satisfaction At Pt. Air Manado." 6(3):1658–67.
- Endy Zelviean Adhari, S. M. (2021). Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust. Pasuruan, Jawa Timur.
- Fitria Halim, d. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. (edisi pertama)
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya.
- Indonesia, T. (2020). Profil Telkom Indonesia.
- Maylita Hasyim, T. L. (2014). Penerapan Aplikasi IBM SPSS Untuk Analisis Data Bagi Pengajar Pondok Muftadiin Ngunut Tulungagung Demi Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Dan Kreativitas Karya Ilmiah. J-ADIMAS Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.2, Nomor 1, Juli 2014.
- Rufliansah, Fahmi Firdaus, Agus Hermani, Daryanto Seno, Departemen Administrasi Bisnis, And Universitas Diponegoro. N.D. "Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang) Pendahuluan." Ix(Iv):389–401.
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. Journal Homepage, Vol 3, No.1, Januari 2020.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks. Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis, Volume 1, Nomor 6, Februari 2017.
- Tinggi, Sekolah, Ilmu Ekonomi, And Pengembangan Bisnis. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia." 3(1):1–10.
- Widyastuti, Tri. 2017. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe." 1(2):233–40.
- Zulaikha, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja, dan Harapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.