

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan

Hendy Tannady<sup>1</sup> Yohanes Totok Suyoto<sup>2</sup> Edi Purwanto<sup>3</sup> Adhika Ibnu Anugrah<sup>4</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara, Kabupaten Tangerang,  
Provinsi Banten, Indonesia<sup>1</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Kota Tangerang Selatan, Provinsi  
Banten, Indonesia<sup>2,3,4</sup>

Email: [hendy.tannady@umn.ac.id](mailto:hendy.tannady@umn.ac.id)<sup>1</sup>

### Abstrak

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan bagi perusahaan First Media, karena dari kepuasan pelanggan tersebut berarti First Media telah berhasil dalam menjual produk dan jasanya kepada pelanggan sehingga akan meningkatkan pada sumber pendapatan masa depan. Menurunnya pelanggan First Media pada 5 tahun terakhir ini, salah satunya adalah karena kurangnya rasa kepuasan dalam menggunakan layanan internet First Media yang disebabkan beberapa faktor antara lain kualitas pelayanan dan harga. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan software SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan  $t_{hitung}$  sebesar 14,654 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,651972. Harga memiliki pengaruh negative terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai sig. 0,356 lebih besar dari 0,05 dan  $t_{hitung}$  sebesar 0,925 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,651972. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 471,237 lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu sebesar 3,04. Hasil dari koefisien determinasi sebesar 0,815, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan First media di Pondok Aren Tangerang Selatan sebesar 81,5%.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan, Pelanggan

### Abstract

*Customer satisfaction is very important to pay attention to for First Media companies, because from customer satisfaction it means that First Media has succeeded in selling its products and services to customers so that it will increase on future sources of income. The decline in First Media customers in the last 5 years, one of which is due to the lack of satisfaction in using First Media internet services which is caused by several factors including service quality and price. This research is aimed at determining the effect of service quality and price on customer satisfaction and knowing how much influence it has. The research method used is quantitative, with data collection through questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression which is processed with the help of SPSS software version 26. The results showed that the quality of service has a positive influence on customer satisfaction partially with the sig value. 0.000 is smaller than 0.05 and the calculation of 14.654 is greater than the ttable value of 1.651972. Price has a negative influence on customer satisfaction partially with the sig value. 0.356 is greater than 0.05 and the calculation of 0.925 is smaller than the ttable value of 1.651972. Service quality and price have a simultaneous positive influence on customer satisfaction with a sig value of 0.000 less than 0.05 and a calculated value of 471.237 greater than the ftable of 3.04. As a result of the coefficient of determination of 0.815, it can be concluded that the quality of service and price have a positive and significant effect on customer satisfaction of First media in Pondok Aren South Tangerang by 81.5%.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, Price, Quality of Service, Customer



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan bagi perusahaan, karena dari kepuasan pelanggan tersebut berarti perusahaan telah berhasil dalam menjual produk dan jasanya kepada pelanggan sehingga akan meningkatkan pada sumber pendapatan masa depan. Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu strategi pertahanan yang paling baik bagi perusahaan untuk melawan para pesaing bisnisnya. Perusahaan yang berhasil memberikan rasa puas untuk para pelanggannya, akan memperoleh keunggulan dari para pesaingnya.

Pelanggan akan merasa puas jika semua harapannya dapat terpenuhi oleh perusahaan, harapan itu antara lain pikiran pelanggan tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Selain itu, kepuasan pelanggan juga menjadi sebuah tolak ukur perusahaan untuk bagaimana kedepannya adakah yang harus dirubah, dipertahankan ataupun diperbaiki karena pelanggan merasa puas atau merasa dirugikan. Jika pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan bisa saja pelanggan tersebut mengeluhkan ke pelanggan lainnya sehingga hal ini menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut.

Tingkat kepuasan pelanggan pun dapat diartikan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima oleh pelanggan dengan yang diharapkan pelanggan (Lupiyoadi, 2013:228). Berdasarkan penelitian terdahulu dari Nugroho (2015) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta)", menyatakan bahwa "Dari hasil analisis data diperoleh model regresi yaitu  $Y_1 = 8,118 + 0,148X_1$  dan  $Y_2 = 14,545 + 0,171X_2$  dan disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan".

Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh harga. Harga menjadi salah satu faktor penting bagi perusahaan dalam penjualan. Banyak perusahaan yang kalah saing dengan perusahaan lainnya karena telah mematok harga yang tidak cocok di pasar. Perusahaan dapat mengetahui harga yang cocok di pasar dengan melakukan riset yang mendalam sehingga dapat menentukan harga yang cocok dengan pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu dari Qalati et al (2019) yang berjudul "Impact of Price on Customer Satisfaction; mediating role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector" menyatakan bahwa "Hasil penelitian melibatkan hubungan langsung harga dengan kepuasan pelanggan".

Pelanggan menggunakan harga untuk membandingkan dengan apa yang didapat, baik itu dari pelayanannya atau pun kualitas produknya yang pelanggan rasakan. Jadi, jika harga tinggi tetapi pelayanan dan kualitas produknya rendah pelanggan tidak akan merasa puas. Sebaliknya, jika harga sesuai dengan pelayanan dan kualitas produk yang didapat pelanggan akan merasa puas. Hal ini berbanding lurus dengan Tjiptono (2012, p. 67) menyatakan: Tingkat kepuasan pelanggan menurun jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk yang didapat pelanggan dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Hal itu pun berlaku pada bisnis penyedia layanan jasa internet. Perkembangan sosial masyarakat di Indonesia akan menuju kepada masyarakat informasi yaitu masyarakat yang menempatkan telekomunikasi sebagai sumber kegiatan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, fenomena tersebut menyebabkan permintaan akan layanan telekomunikasi baik dari sisi jumlah maupun kualitas akan semakin meningkat. Kondisi ini tergambar dari hasil survey 2018 yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Indonesia (APJII) dimana hasil survey ini melihatkan pengguna internet di Indonesia sangat tinggi yaitu berjumlah 171,17 juta jiwa dari 264,14 juta jiwa total penduduk Indonesia.

PT. First Media merupakan perusahaan pelayanan yang memberikan layanan penyedia internet. PT. First Media dalam memberikan layanannya tentu saja mendapatkan kritik atau keluhan-keluhan dari pelanggannya seperti pelanggan yang membagikan keluhannya di salah satu situs mediakonsumen.com yang menyatakan bahwa pelanggan benar-benar kecewa dengan pelayanan First Media karena berkali-kali berusaha menagihkan kepada pelanggan tagihan yang sudah pelanggan bayar. Pelanggan sudah menghubungi CS berkali-kali melalui telepon dan mengirimkan email sesuai dengan saran dari CS tetapi email balasan dari First Media sama sekali tidak menyelesaikan masalah. (Mediakonsumen, 2017)

Keluhan lain juga disampaikan oleh pelanggan First Media dengan nomor pelanggan 53216701 yang beralamat di daerah Melati Mas Vista, Tangerang disalah satu *website*. Pelanggan melaporkan keluhan terhadap First Media karena jaringan internet pelanggan mati sejak tanggal 28 mei 2019 dan diinformasikan bahwa jaringan internet dapat kembali diakses pada tanggal 4 juni 2019, tetapi pada tanggal 4 juni 2019 pelanggan kembali memberikan keluhan karena jaringan internet masih belum bisa diakses. Diinformasikan bahwa sudah ada tim yang sedang dalam proses perbaikan dan akan selesai pada tanggal 5 Juni 2019 yang kemudian di ralat menjadi 7 Juni 2019, Tetapi sampai tanggal 20 juni 2019 kendala belum terselesaikan dan pelanggan menyayangkan perusahaan sekelas First Media membutuhkan waktu lebih dari dua minggu untuk melakukan perbaikan jaringan dan membiarkan pelanggan tanpa kepastian. (news.detik.com, 2019).

Sebelumnya dilakukan pra survey kepada 34 pelanggan First Media yang berdomisili di Pondok Aren Tangerang Selatan mengenai tingkat kepuasan pelanggan First Media. Jumlah responden dari pra survey ini berjumlah 34 responden hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2010: 295) bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan tidak lebih dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Indikator pertanyaan pada pra survey ini menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono (2014: 101).

Selain itu hasil pra survey menyatakan bahwa dari 34 responden, 0% menjawab setuju, 5,9% netral, dan 94,1% menjawab tidak setuju dengan pernyataan "Saya berlangganan internet First Media karena pelayanan yang diberikan karyawan First Media memuaskan" dan hasil survey lainnya menyatakan dari 34 responden, 0% menjawab setuju, 5,9% netral, dan 94,1% menjawab tidak setuju dengan pernyataan "Saya akan merekomendasikan layanan internet First Media kepada orang lain karena pelayanan First Media memuaskan". Sedangkan dengan pernyataan "Saya akan merekomendasikan layanan internet First Media kepada orang lain karena performa internet First Media memuaskan" menunjukkan bahwa dari 34 responden, 0% menjawab setuju, 2,9% netral, dan 97,1% menjawab tidak setuju.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Peneliti harus menentukan dan menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini karena dalam menentukan jenis penelitian merupakan suatu hal penting, yang berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan diharapkan dapat mencapai hasil yang maksimal atau valid. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian dengan

menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat deskriptif. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016: 8) yang menyatakan bahwa: “Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, metode penelitian ini cocok digunakan untuk meneliti pada jumlah populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang dimana pada penelitian ini sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan yang di penelitian ini sebagai variabel terikat. Indikator-indikator tersebut akan dijadikan kuesioner dengan menggunakan skala likert dan selanjutnya data yang telah diperoleh akan dianalisis menggunakan program statistik. Hal ini sesuai dengan pendapat Creswell (2014: 32) yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel ini selanjutnya akan dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik.

Peneliti menggunakan jenis penelitian bersifat deskriptif karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau keadaan yang terjadi dilapangan seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (2010: 3) yang menyatakan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan sesuatu hal, misalnya keadaan, situasi, kondisi, peristiwa, kegiatan dan lainnya.

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan objek yang menjadi perhatian pada penelitian, objek penelitian ini menjadi atribut dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban atas suatu permasalahan yang terjadi. Objek penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 38).

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan layanan internet First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. Peneliti memilih First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan sebagai objek penelitian karena adanya fenomena yang cocok dengan penelitian.

### **Populasi**

Menurut Sugiyono (2013: 115) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi ahli tersebut peneliti menyimpulkan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan ketetapan peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari PT. First Media Pondok Aren Tangerang Selatan sebanyak 30.226 pelanggan (firstmedia.com).

### **Sampel**

Menurut Jakni (2016: 77) menyatakan bahwa sampel adalah contoh yang diambil dari sebagian dari populasi dan dapat mewakili populasi penelitian. Walaupun yang diteliti adalah sampel, tetapi hasil dari penelitian berlaku untuk populasi atau kesimpulan penelitian yang digeneralisasikan terhadap populasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini dari pengalaman populasi dan kepuasan pelanggan terhadap PT. First Media Pondok Aren



Tangerang dengan jumlah sampel yang dianggap sudah *representative* dari populasi yang ada. Hair et al., (2010) menyatakan bahwa jumlah sampel yang *representative* tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

Sampel = Jumlah Indikator pertanyaan x 5

Berdasarkan rumus tersebut, didalam penelitian ini memiliki jumlah item pertanyaan sebanyak 38 *item* pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 3 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 38 *item* pertanyaan dikali 5 sama dengan 190 responden. Menurut Sugiyono (2016: 82) terdapat 2 (dua) teknik *sampling* yang dapat digunakan, yakni:

1. *Probability Sampling*. Teknik pengambilan sampel ini, semua anggota populasi diberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini antara lain meliputi, *simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, sampling area (cluster)*.
2. *Nonprobability Sampling*. Sebaliknya, teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk semua anggota populasi yang akan dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel ini antara lain, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball*.

Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan peneliti adalah *nonprobability* dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti memilih Teknik tersebut karena sesuai dengan fenomena pada penelitian. Menurut Nazir (2011: 271) menyatakan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan berdasarkan pertimbangan dari peneliti yang menganggap unsur-unsur yang ditetapkan telah ada dalam populasi penelitian.

Alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti dan kriteria tersebut telah ditentukan oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena teknik ini mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah pelanggan yang memenuhi kriteria sebagai berikut: Pelanggan First Media, Berdomisili di Pondok Aren Tangerang Selatan, Berumur di atas 18 tahun.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengertian sumber data menurut Arikunto (2013: 172) menyatakan bahwa sumber data penelitian merupakan subjek dari mana data tersebut diperoleh. Data dibedakan menjadi 2 (dua) berdasarkan sumbernya, yaitu:

1. Data primer. Menurut Husein Umar (2013: 42), data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara ataupun hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan Menurut Sugiyono (2017: 137) menyatakan bahwa data primer merupakan sumber data yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data. Adapun data yang dicari pada penelitian ini adalah pengalaman dan seberapa besar rasa puas pelanggan First Media dan sumber data primer pada penelitian ini adalah pelanggan First Media yang berdomisili di Pondok Aren Tangerang Selatan.
2. Data Sekunder. Menurut Umar (2013: 42), data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Selain itu, data

sekunder merupakan sumber data yang memberikan data secara tidak langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017: 137). Data sekunder ini antara lain meliputi buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini dan bersifat mendukung keperluan data primer.

Dari definisi diatas peneliti menyimpulkan bahwa data primer merupakan data yang didapat secara langsung melalui pengumpulan data seperti wawancara ataupun kuesioner sedangkan data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung atau melalui sumber lain seperti buku-buku dan literatur. Adapun data yang dicari pada penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan dan harga yang diberikan First Media ke pelanggan dan sumber data sekunder pada penelitian ini adalah literatur artikel dan dari situs-situs di internet yang berkaitan dan membantu penelitian yang dilakukan.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013: 224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan, peneliti menggunakan metode angket atau kuesioner, Menurut Sugiyono (2013: 199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini, peneliti membuat pertanyaan-pertanyaan tertulis yang kemudian akan dijawab oleh responden dan angket dalam bentuk tertutup, yaitu pertanyaan-pertanyaannya menggunakan teknik pilihan ganda atau sudah ada pilihan jawaban, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dikehendaki. Sasaran responden yang diberikan angket adalah pelanggan First Media yang tinggal di Pondok Aren Tangerang Selatan. Teknik angket ini untuk mendapatkan data tentang rasa kepuasan terhadap kualitas pelayanan dan harga yang dimiliki First Media.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Karakteristik responden yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan berapa lama pengalaman menggunakan layanan internet First Media. Karakteristik responden tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi responden yang berkaitan dengan masalah atau fenomena pada penelitian ini.

1. Jenis Kelamin Responden. Pada tabel 1 dibawah ini menunjukkan keragaman responden berdasarkan dari jenis kelamin yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
Sumber: Data Primer

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	137 Orang	63.7 %
Perempuan	78 Orang	36.3 %
Total	215 Orang	100 %

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.1 tersebut, dapat dilihat bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 137 orang dengan persentase sebesar 63.7% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 78 orang

dengan persentase sebesar 36.3%. Berdasarkan tabel responden jenis kelamin, laki-laki berjumlah lebih banyak.

2. Usia Responden. Pada tabel 2 dibawah ini menunjukkan keragaman responden berdasarkan dari usia yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia**  
 Sumber: Data Primer

Usia	Jumlah	Persentase
< 18 Tahun	23 Orang	10.7 %
19 Tahun - 24 Tahun	92 Orang	42.8 %
25 Tahun - 35 Tahun	84 Orang	39.1 %
36 Tahun - 45 Tahun	14 Orang	6.5 %
> 45 Tahun	2 Orang	0.9 %
Total	215 Orang	100 %

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel 4.2 tersebut, dapat dilihat bahwa responden dengan usia dibawah 18 tahun berjumlah 23 orang dengan persentase sebesar 10.7 %, responden dengan usia 19 tahun - 24 tahun berjumlah 92 orang dengan persentase 42.8 %, responden dengan usia 25 tahun - 35 tahun berjumlah 84 orang dengan persentase 39.1 %, responden dengan usia 36 tahun - 45 tahun berjumlah 14 orang dengan persentase 6.5 %, responden dengan usia diatas 45 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 0.9 %. Berdasarkan tabel karakteristik usia diatas, responden lebih banyak berusia 19 tahun - 24 tahun yaitu sebesar 42.8 %.

3. Lamanya Responden Berlangganan First Media. Pada tabel 3 dibawah ini menunjukkan keragaman responden berdasarkan dari lamanya responden berlanggan First Media yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. Responden Berdasarkan Lamanya Berlanggan First Media**  
 Sumber: Data Primer

Lama Berlangganan	Jumlah	Persentase
< 3 Tahun	187 Orang	87 %
3 Tahun - 5 Tahun	22 Orang	10.2 %
> 5 Tahun	6 Orang	2.8 %
Total	215 Orang	100%

Berdasarkan karakteristik lamanya berlanggan First Media responden pada table 4.3 tersebut, dapat dilihat bahwa responden dengan lama berlanggan First Media dibawah 3 tahun berjumlah 187 orang dengan persentase sebesar 87 %, responden dengan lama berlanggan First Media 3 tahun - 5 tahun berjumlah 22 orang dengan persentase sebesar 10.2 %, responden dengan lama berlanggan First Media lebih dari 5 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase sebesar 2.8 %. Berdasarkan karakteristik lamanya berlanggan First Media, responden lebih banyak berlanggan internet First Media selama dibawah 3 tahun.

### Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini, instrument penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner tersebut di uji validitas untuk menguji apakah setiap item pernyataan valid dalam mengukur variabelnya. Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item.

Pengujian validitas pada penelitian ini dengan bantuan komputer yang menggunakan program SPSS for Windows Versi 26.0. Penelitian ini dilakukan terhadap 190 responden. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan pada nilai  $r_{hitung}$  (*Corrected Item-Total Correlation*) >  $r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka item pernyataan dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Keterangan
1	.467	.000	0.133	Valid
2	.654	.000	0.133	Valid
3	.827	.000	0.133	Valid
4	.856	.000	0.133	Valid
5	.816	.000	0.133	Valid
6	.779	.000	0.133	Valid
7	.845	.000	0.133	Valid
8	.879	.000	0.133	Valid
9	.833	.000	0.133	Valid
10	.880	.000	0.133	Valid
11	.863	.000	0.133	Valid
12	.824	.000	0.133	Valid
13	.849	.000	0.133	Valid
14	.862	.000	0.133	Valid
15	.843	.000	0.133	Valid
16	.860	.000	0.133	Valid
17	.854	.000	0.133	Valid
18	.833	.000	0.133	Valid
19	.722	.000	0.133	Valid
20	.778	.000	0.133	Valid
21	.856	.000	0.133	Valid
22	.449	.000	0.133	Valid
23	.465	.000	0.133	Valid
24	.585	.000	0.133	Valid
25	.653	.000	0.133	Valid

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Keterangan
1	.788	.000	0.133	Valid
2	.752	.000	0.133	Valid
3	.828	.000	0.133	Valid
4	.729	.000	0.133	Valid

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Keterangan
1	.877	.000	0.133	Valid
2	.896	.000	0.133	Valid
3	.895	.000	0.133	Valid
4	.902	.000	0.133	Valid
5	.898	.000	0.133	Valid
6	.921	.000	0.133	Valid
7	.902	.000	0.133	Valid
8	.759	.000	0.133	Valid

Dapat dilihat dari 3 tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka item-item tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.



## Hasil Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dapat dikatakan realibel apabila jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten. Uji realibilitas ini menggunakan metode alpha Cronbach. Kuesioner dikatakan realibel apabila koefisien realibilitas bernilai positif dan lebih besar dari pada 0.6. Adapun hasil dari uji realibilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Reabilitas

No	Variabel	$r_{\text{alpha}}$	$r_{\text{kritis}}$	Kriteria
1	Kualitas Pelayanan	.762	0,600	Realibel
2	Harga	.806	0,600	Realibel
3	Kepuasan Pelanggan	.798	0,600	Realibel

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai realibilitas setiap variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,600, maka dapat dinyatakan bahwa alat ukur yang digunakan pada penelitian ini telah realibel.

## Pembahasan

### Pengaruh kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Pada penelitian ini diketahui hasil penelitian dari pengujian hipotesis pertama yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan pada nilai signifikansi X<sub>1</sub> sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 14,654 lebih besar dari nilai  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1.651972.

### Pengaruh harga (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Pada penelitian ini diketahui hasil penelitian dari pengujian hipotesis kedua yang menunjukkan bahwa variabel harga (X<sub>2</sub>) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan pada nilai signifikansi X<sub>2</sub> sebesar 0,356 lebih besar dari 0,05 dan  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 0,925 lebih kecil dari nilai  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,651972.

### Pengaruh kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Pada penelitian ini diketahui hasil penelitian dari hipotesis ketiga yang menunjukkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji simultan (uji f) yang memiliki hasil nilai sig. signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05 dan nilai  $f_{\text{hitung}}$  sebesar 471,237 lebih besar dari  $f_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar 3,04.

### Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Pada hasil penelitian ini diketahui terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan First Media di Pondok Aren Kota Tangerang Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pada pelanggan First Media di Pondok Aren Kota Tangerang Selatan akan tercipta ketika First Media mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan pelayanan yang diinginkan pelanggan. Dari kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan First Media di Pondok Aren Kota Tangerang Selatan dapat dilihat bahwa kurang lebih sebesar 55,8 % responden menjawab tidak setuju terhadap pernyataan yang menyatakan bahwa petugas layanan First Media memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, hal ini menunjukkan petugas layanan First Media dalam memberikan pelayanan terhadap keluhan pelanggannya masih belum bisa tepat waktu seperti yang diinginkan pelanggannya.

Selain itu, responden juga menjawab tidak setuju sebesar 54,9% terhadap pernyataan yang menyatakan bahwa First Media memberikan kemudahan dalam proses pelayanan First Media. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden pelayanan First Media masih belum bisa memberikan kemudahan kepada pelanggannya dalam melakukan proses pelayanan sehingga tidak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil pada penelitian ini diketahui bahwa harga memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan First Media Kota Tangerang Selatan Pondok Aren. Hasil tersebut menunjukkan bahwa naiknya atau turunnya harga yang diberikan First Media tidak menjamin memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dari kuesioner yang disebar kepada pelanggan First Media di Pondok Aren Kota Tangerang Selatan sebanyak 47,9 % memilih jawaban tidak setuju bahwa harga yang dikeluarkan pelanggan untuk berlangganan First Media sesuai dengan kualitas yang didapat, hal ini menunjukkan First Media belum dapat memberikan kualitas yang sesuai dengan harga yang dikeluarkan oleh pelanggan, karena itu First Media masih belum dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus memerhatikan apakah perusahaan telah memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat tercipta dari berbagai macam faktor salah satunya adalah kualitas pelayanan dan harga. Hasil pada penelitian ini diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kuesioner yang telah disebar kepada pelanggan First Media di Pondok Aren Kota Tangerang Selatan menunjukkan bahwa sebesar 46,5 % responden memilih jawaban sangat tidak setuju dengan pernyataan bahwa pelanggan merasa puas dengan kemudahan mendapat informasi layanan internet First Media, hal ini menunjukkan perusahaan First Media belum mampu memberikan kemudahan kepada pelanggannya untuk mendapatkan informasi mengenai keluhan ataupun mengenai internet First Media. Kuesioner yang disebar kepada pelanggan First Media juga menunjukkan bahwa sebesar 49,3 % responden memilih jawaban tidak setuju dengan pernyataan bahwa pelanggan merasa puas dengan kualitas yang diberikan layanan First Media karena sesuai dengan harga yang pelanggan keluarkan, hal ini menunjukkan ketidakpuasan pelanggan karena menurutnya kualitas internet yang didapat tidak sebanding dengan uang atau nilai yang pelanggan sudah keluarkan. Hal ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghali Galang Tangguh W, Edriana Pangestuti, Inggang Perwangsa Nuralam (2018) yang dalam penelitiannya menyatakan kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan pelanggan First Media merasa pelayanan yang diberikan masih belum mampu memberikan terbaik dari segi kemudahan akses pelayanan atau informasi ataupun respon petugas pelayanan First Media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan pelanggan merasa First Media telah memberikan harga yang standar dan memberikan diskon tetapi hal itu belum mampu memberikan rasa kepuasan karena yang pelanggan inginkan adalah pelayanan yang baik ketika terjadi masalah

pada internet pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan jika First Media meningkatkan kualitas pelayanan yang dimilikinya dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan First Media kepada pelanggannya maka akan terciptanya rasa kepuasan pada pelanggan.

First Media di Pondok Aren Kota Tangerang Selatan harus memperhatikan setiap keluhan pelanggan dengan baik dan memberikan solusi dengan tepat dan cepat. Jika hal ini tidak dapat diberikan oleh First Media, maka pelanggan tidak akan merasa puas dan sangat memungkinkan pindah ke provider lain. Diharapkan First Media memberikan kompensasi ketika terjadi masalah pada internet pelanggan jika masalah tersebut berlangsung lama, hal ini dapat memberikan persepsi bahwa First Media selalu memperhatikan kenyamanan pelanggannya. Petugas pelayanan First Media sebagai seseorang yang bertemu atau berbicara langsung pada pelanggan diharapkan dapat memberikan penjelasan yang baik dan jelas kepada pelanggannya agar pelanggan merasa First Media mampu memperbaiki setiap masalah pada internet pelanggannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdil Gofur. (2019). "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37 – 44.
- Agus Eko Sujianto. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ari, Jusuf & Efendi. (2015). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Line in Service (LIS) Fixed Broadband Indonesia*. (2017). Diunduh pada tanggal 2 Februari 2020. Broadband Survey Spire Research & Consulting.
- Creswell, John W. (2014). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. YOGYAKARTA: PUSTAKA PELAJAR
- Cek Area Layanan First Media*. (2020). Diunduh pada tanggal 3 Maret 2020 dari <http://www.firstmedia.com/get/subscribe/cekarea-layanan>
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States: Pearson
- Herdiansyah, Haris. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Internet dan TV Kabel Mati Kecewa Layanan Pelanggan First Media*. (2019). Diunduh pada tanggal 12 Maret 2020 dari <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4593455/internet-dan-tv-kabel-mati-kecewa-layanan-pelanggan-first-media>.
- Jakni. (2016). *Metodologi Penelitian Eksperimen Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Kecewa Pelayanan CS Firstmedia Atas Keluhan Tagihan Berlebih*. (2017). Diunduh pada tanggal 12 Maret 2020 dari <https://mediakonsumen.com/2018/06/04/surat-pembaca/kecewa-pelayanan-cs-firstmedia-atas-keluhan-tagihan-berlebih>.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Mauludin, Hanif. (2010). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, N. T. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta)". *Jurnal Paradigma*, 12, 114 - 122.
- Qaliti et al. (2019). "Impact of Price on Customer Satisfaction; mediating role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector". *International Journal of Research*, 06 (4).
- Sintya, Lapien & Karuntu. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-jek Online pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado. *Jurnal EMBA*, 6 (3).
- Subroto, FX. A. (2013). "Pengaruh Market Orientation terhadap Service Quality, Satisfaction dan Loyalty Pelanggan Toko Buku Gramedia di Jawa Timur". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15 (1).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Stanton, William J. (2012). *Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Wi-Fi Terlengkap 2020 (IndiHome, First Media, Biznet, dll) (2020)*. Diunduh pada tanggal 12 Maret 2020 dari <https://jalantikus.com/tips/harga-pasang-wifi/>
- Wood, I. (2009). *Layanan Pelanggan*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.