

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya data peningkatan pengguna internet di Indonesia yang memberikan peluang bagi perusahaan penyelenggara jasa layanan internet, salah satunya PT. Telekomunikasi Indonesia.tbk dengan produknya yaitu Indihome, namun pada saat ini produk Indihome sedang mengalami masalah dengan banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk berhenti berlangganan dan menyebabkan penurunan pada jumlah pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi liner berganda, analisis korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial. Besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan sebesar 63%, dan sisanya 37% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 30% dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 33%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This research was conducted based on data on the increase in internet users in Indonesia which provides opportunities for internet service providers, one of which is PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk with its product, namely indihome, but currently the indihome product is experiencing a problem with many customers who decide to unsubscribe and causing the number of subscribers to decline. The research method used is descriptive and verification method with a sample of 100 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination.

The result of this study indicates that there is a positive and significant influence between product quality and service quality on customer satisfaction both simultaneously and partially. The magnitude of the influence of product quality and service quality on customer satisfaction simultaneously is 63%, and the remaining 37% is influenced by other variables not examined. Partially the effect of product quality on customer satisfaction is 30% and the effect of service quality on customer satisfaction is 33%, so it can be concluded that service quality has the greatest influence on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction