

cek plagiasi

by Diana Kusumaningrum

Submission date: 22-Feb-2023 05:17AM (UTC-0500)

Submission ID: 2020358228

File name: diana_jurnal_1.docx (130.36K)

Word count: 3204

Character count: 20427

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PT. X (PERSERO) PADA PRODUK LAYANAN WIFI DI KOTA DAN KABUPATEN KEDIRI

Diana Ayu Kusumaningrum¹, Dian Kusumaningtyas²

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email : dianaayu.smana@gmail.com, diankusuma@unp.ac.id

Abstrak

Setiap perusahaan pasti menghadapi permasalahan bagaimana cara memuaskan pelanggan. Dasar pemikiran yang pada akhirnya menjadi latar belakang penulis mengadakan penelitian ini, karena terdapat permasalahan terhadap kepuasan pelanggan pada produk layanan WiFi PT. X di Kota dan Kabupaten Kediri. Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah guna menganalisa adakah pengaruh signifikan antara pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi baik secara parsial maupun silmutan kepada kepuasan pelanggan PT. X. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan mengambil sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online melalui Google Form. Data penelitian dianalisa menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan software SPSS. Hasil penelitian memperoleh hasil adanya pengaruh signifikan antara pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. X dan tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan PT. X.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan; pelayanan; kualitas produk; harga; promosi.

Abstract

Every company must face the problem of how to satisfy customers. The rationale that ultimately became the author's background in conducting this research, because there are problems with customer satisfaction in PT. X in the City and District of Kediri. The purpose of this research is to analyze whether there is a significant influence between service, product quality, price and promotion either partially or simultaneously on PT. X. Researchers use a quantitative approach. By taking samples using simple random sampling with a total sample of 50 respondents. Collecting data in this study using an online questionnaire via Google Form. The research data were analyzed using the classical assumption test, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination and hypothesis testing with SPSS software. The results of the study obtained the results that there was a significant influence between service, product quality and price on customer satisfaction at PT. X and there is no significant effect between promotions on customer satisfaction PT. X.

Keywords: Customer satisfaction; service; product quality; price; promotion.

Pend²⁰uluan

Meningkatnya persaingan pasar menuntut setiap perusahaan untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan, karena pelanggan akan membandingkan kinerja atau hasil yang diperoleh dengan apa yang mereka peroleh dari perusahaan lain. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan menggambarkan tingkat keberhasilan sebuah perusahaan.

Ke¹²uasan pelanggan merupakan perasaan dari seseorang yang merasa senang atau kecewa dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya (Suparyant³¹ 2020). Kepuasan pelanggan merupakan respon pemenuhan apa yang dibutuhkan pelanggan terhadap produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi²² kebutuhan pelanggan (Museum, 2019). Apabila kinerja memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi⁶⁵ ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang (Febrianti, 2019). Sebuah perusahaan harus selalu melakukan perbaikan secara terus menerus atas produk layanan jasa miliknya dengan memanfaatkan adanya kemajuan teknologi dan informasi untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Agar tetap eksis, perusahaan juga harus memperhatikan perubahan kebutuhan pelanggan untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. PT. X (Persero) harus menyadari pentingnya kepuasan pelanggan, sesuai dengan penelitian yang³ dilakukan (Puspita, 2018) dimana dalam menjalankan aktivitas usaha, perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan¹²an jaringan harus memperhatikan mengenai masalah analisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimana faktor-faktor tersebut adalah pelayanan, kualitas produk, harga²⁷ dan promosi.

Pelayanan merupakan keunggulan yang diharapkan seseorang guna pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keingi⁶⁹n pelanggan (Nurrofi, 2021). Menurut Kotler & Keller dalam (Sari & April⁴¹y, 2020) pelayanan atau jasa merupakan tindakan seorang karyawan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. Sebagai satu-satunya BUMN yang bergerak dibidang telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia PT. X (Persero) perlu memperhatikan pelayanan, yaitu menyangkut ke⁴⁶amanan dan keramahan karyawan kepada pelanggan saat melakukan pembelian, jika pelayanan yang diberikan baik dan sesuai harapan pelanggan maka akan mengha⁵⁶kan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan Maulana (2018) pelayanan berpengaruh pos⁵⁰ terhadap kepuasan pelanggan.

Selain pelayanan, kualitas produk juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Quali³s produk menurut Tjiptono dalam (Zaka & Sutopo, 2018) adalah suatu usaha yang melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini² mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang. Kualitas produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya suatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang dan jasa (Fandy Tjiptono, 2019) Kualitas produk layanan PT. X (Persero) khususnya produk WiFi harus memberikan kualitas jaringan yang stabil dan lancar, mengingat banyaknya produk jaringan Wi-Fi perusahaan lain yang semua menawarkan kecepatan jaringan. Ber¹⁹asarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Majid (2019) variabel kualitas produk mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan pelanggan.

Diana ayu kusumaningrum,
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pt. X (Persero) Pada
Produk Layanan Wifi Di Kota Dan Kabupaten Kediri

Yang tidak kalah penting diperhatikan dalam upaya mencapai kepuasan pelanggan adalah harga. Harga menurut Kotler dan Armstrong dalam (Kinanti, 2019) merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk. Dengan harga jual produk yang menarik dan terjangkau atas layanan jasa yang ditawarkan PT. X (Persero) dapat memberikan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Kinanti (2019) menyatakan variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang tidak kalah penting untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah promosi. Promosi menurut Suryadi dalam (Aprianto, 2018) merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi menyakinkan terhadap suatu produk supaya orang tersebut mengakui kehebatan, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam wujud loyalitas terhadap produk. Dengan promosi yang luas dan mudah dipahami masyarakat kemungkinan besar semakin luas juga yang memakai jaringan WiFi di Kota dan Kabupaten Kediri. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Aprianto (2018) hipotesis diterima sehingga disimpulkan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

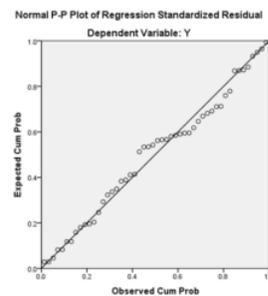
Metode Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. X dengan pengambilan sampel dari pelanggan PT. X yang berada di Kota dan Kabupaten Kediri. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner terhadap 50 orang pelanggan PT. X dan menggunakan metode *Simple Random Sampling* yang dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan *software* SPSS.

Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : data diolah penulis, 2023

Berdasarkan analisis menggunakan SPSS dapat dilihat, data hasil jawaban responden tentang pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti adanya arah garis diagonal, yang berarti regresi memenuhi asumsi normalitas.

Diana ayu kusumaningrum,
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pt. X (Persero) Pada
Produk Layanan Wifi Di Kota Dan Kabupaten Kediri

Uji Multikolinieritas

Tabel 1 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pelayanan	.815	1.227
Kualitas Produk	.801	1.249
Harga	.946	1.057
Promosi	.823	1.215

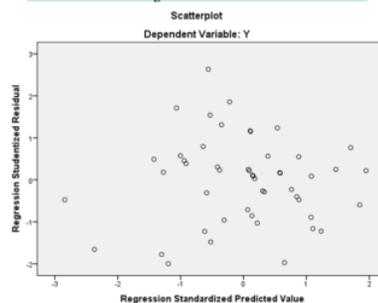
Sumber : data diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 1, diketahui produk regresi tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi. VIP lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1.

Uji Heterokedastisitas

41

Gambar 2 Uji Heterokedastisitas



Sumber : data diolah penulis, 2023

Berdasarkan gambar 2, dilihat titik-titik tersebar baik di atas maupun angka 0 disumbu Y, maka diartikan tidak terjadi Heteroskedastisitas. Berarti hasil jawaban responden mengenai pelayanan, kualitas produk, harga serta promosi tak mempunyai standar deviasi maupun penyimpangan data yang sama terhadap kepuasan pelanggan, model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2 Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardize		
		Coefficients		d		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.528	2.838		.891	.378
	Pelayanan	.353	.031	.786	11.280	.000
	Kualitas Produk	.384	.034	.804	11.438	.000
	Harga	-.117	.057	-.132	-2.034	.048
	Promosi	.002	.063	.002	.033	.974

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah penulis, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi

susun sebagai mana penjelasan di bawah ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 2,528 + 0,353X_1 + 0,384X_2 + -0,117X_3 + 0,002X_4 + e$$

Artinya :

- Konstanta = 2,528
 Jika variabel pelayanan (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) dan promosi (X4) = 0, maka kepuasan pelanggan (Y) akan menjadi 2,528.
- Koefisien X1 = 0,353
 Setiap terjadinya penambahan satu satuan pelayanan atau (X1), kualitas produk (X2) dengan harga (X3) dan promosi (X4) tetap atau tak berubah, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,353 kali. Sebaliknya itu, jika pelayanan (X1) turun satu satuan dengan kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) tetap dan tidak berubah, itu dapat menurunkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,353 kali.
- Koefisien X2 = 0,384
 Apabila penambahan satu satuan dari kualitas produk (X2) dengan pelayanan (X1), harga (X3) dan promosi (X4) tetap atau tak berubah, berarti akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,384 kali. Sebaliknya, jika kualitas produk (X2) turun satu satuan dengan pelayanan (X1), harga (X3) dan promosi (X4) tetap dan tak berubah, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,384 kali.
- Koefisien X3 = -0,117
 Apabila nambah satu satuan harga (X3) dengan pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X4) tetap atau tidak berubah, maka akan mengalami penurunan kepuasan pelanggan (Y) sebesar -0,117 kali. Sebaliknya, jika harga (X3) naik satu satuan dengan pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X4) tetap dan tidak berubah, berarti meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar -0,117 kali.

e. Koefisien $X_4 = 0,002$

Apabila ada perubahan satu satuan promosi (X_4) dengan pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dengan harga (X_3) tetap atau tak berubah, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,002 kali. Sebaliknya, apabila promosi (X_4) turun satu satuan dengan pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dengan harga (X_3) tetap dan tak berubah, akan menurunkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,002.

Uji T

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa :

- Berdasarkan perhitungan pada SPSS di dalam tabel 2 diperoleh nilai sig. Variabel pelayanan $0,000 < 0,05$ dan diperoleh thitung $11,280 > ttabel 1,675$ yang berarti H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. X khususnya pengguna produk layanan WiFi di Kota dan Kabupaten Kediri.
- Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS versi 25 dalam tabel 2 diperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai thitung $11,438 > ttabel 1,675$ yang berarti H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. X khususnya pengguna produk layanan WiFi di Kota dan Kabupaten Kediri .
- Berdasarkan perhitungan SPSS dalam tabel 2 memperoleh nilai sig. Variabel $0,048 < 0,05$ dan diperoleh nilai thitung $-2,034 > ttabel 1,675$ yang berarti H_0 ditolak. Artinya, ada pengaruh signifikan antara harga (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. X khususnya pengguna produk layanan WiFi di Kota dan Kabupaten Kediri.
- Berdasarkan hasil pengujian SPSS di tabel 2 memperoleh nilai sig. Variabel $0,974 > 0,05$ dan diperoleh nilai thitung $0,033 < ttabel 1,675$ yang berarti H_0 diterima. Artinya, tak ada pengaruh signifikan antara promosi (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. X khususnya pengguna produk layanan WiFi di Kota dan Kabupaten Kediri.

Uji F

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.625	4	57.156	51.903	.000 ^b
	Residual	49.555	45	1.101		
	Total	278.180	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

16 Sumber : data diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 3 pengujian pengaruh variabel bebas dengan bersama- terhadap variabel terikat dilakukan menggunakan uji F. Hasil dan perhitungan statistik menggunakan SPSS menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ diperoleh F

Diana ayu kusumaningrum,
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pt. X (Persero) Pada
Produk Layanan Wifi Di Kota Dan Kabupaten Kediri

hitung $51,903 > F$ tabel $2,56$ ⁴⁴ yang berarti H_0 ditolak. Hal ini berarti ada pengaruh secara silmutan antara pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan PT. X khususnya pengguna produk layanan WiFi di Kota dan Kabupaten Kediri.

Pembahasan

1. Pengaruh dari Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian hipotesis (H_1) ada pengaruh ¹³ diantara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan taraf signifikan hasil sebesar $0,000 < 0,05$. Dan berarti, H_0 ditolak. Pengujian dengan menggunakan statistik membuktikan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis di atas dapat diartikan bahwa, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pelayanan. Persepsi pelayanan kepada pelanggan harus diperhatikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan pelayanan yang cepat, responsif, alat yang modern, karyawan yang berpenampilan menarik, ramah dan sopan. Karena, semakin baik pelayanan yang diberikan karyawan PT. X Kota dan Kabupaten Kediri maka kepuasan pelanggan PT. X akan meningkat. ⁶⁴

Penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprianto (2018) yang mengemukakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap ¹³ kepuasan pelanggan pada Toko BNJ Elektronik Kota Lubuklinggau.

2. Pengaruh dari Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ¹

Berdasarkan pada pengujian hipotesis (H_2) terdapat adanya pengaruh antara ¹³ kualitas produk kepada kepuasan pelanggan. Dari hasil perhitungan memperoleh taraf signifikan dengan hasil sebesar $0,061 < 0,05$. Dan berarti, H_0 ditolak. Pengujian secara statistik memberi bukti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis tersebut dapat diartikan, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk. Persepsi kualitas produk harus diperhatikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas produk atau jaringan yang mudah digunakan, cepat, lancar dan mampu memenuhi kebutuhan internet pelanggan. Karena, semakin baik ²⁹ kualitas produk yang diberikan karyawan PT. X Kota dan Kabupaten Kediri maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. ⁴⁸

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdulloh ⁴⁰id (2019) yang mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah.

3. Pengaruh dari Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pada pengujian hipotesis (H_3) ada pengaruh diantara ⁵³ harga kepada kepuasan pelanggan. Dari hasil perhitungan didapat taraf signifikan sebesar $0,048 < 0,05$. Dan berarti, H_0 ditolak. Pengujian dengan statistik tersebut membuktikan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis di atas dapat diartikan, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga. Persepsi harga kepada pelanggan harus diperhatikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan harga yang diberikan mampu bersaing dengan produk perusahaan lain, apakah memberikan harga terjangkau, apakah sudah sesuai kualitas yang diberikan kepada pelanggan. ²⁹arena, semakin baik harga yang diberikan PT. X Kota dan Kabupaten Kediri maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kresnamurti, Suneni Ika Febrilia (2019) yang mengemukakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi Ojek Online Grab.

4. Pengaruh dari Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pada pengujian hipotesis (H4) tak terdapat pengaruh antara promosi kepada kepuasan pelanggan. Dari hasil perhitungan yang didapat taraf signifikan hasil sebesar $0,974 > 0,05$. Dengan demikian, H_0 diterima. Pengujian dengan statistik, promosi tak berpengaruh signifikan kepada kepuasan pelanggan. Analisis di atas dapat diartikan, kepuasan pelanggan tak mempengaruhi promosi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Listiawati (2017) yang mengemukakan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Indomaret Suralaya..

5. Pengaruh dari Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis lima, secara simultan pelayanan, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 3, nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05 sehingga bisa diartikan dengan simultan variabel pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,806 yang dapat diartikan bahwa 80,6% kepuasan pelanggan menjelaskan keempat variabel independen yaitu pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi sedangkan sisanya 19,4% dijelaskan faktor lain yang tak dikaji di dalam penelitian ini. Dari keempat variabel independen, variabel yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Karena kualitas produk mempunyai nilai tertinggi pada *Standardized Coefficients Beta* yaitu sebesar 0,804 yang bisa dilihat pada tabel 2.

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprianto (2018), Abdulloh Majid (2019), Maulana (2018), membuktikan bahwa pelayanan, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Zaka (2018) yang mengemukakan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada LBB Antologi Semarang.

10

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, dapat diambil kesimpulan berikut :

1. Terdapat pengaruh antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. X di Kota dan Kabupaten Kediri khususnya pengguna layanan WiFi.
2. Terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan PT. X di Kota dan Kabupaten Kediri khususnya pengguna layanan WiFi.
3. Terdapat pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan PT. X di Kota dan Kabupaten Kediri khususnya pengguna layanan WiFi.
4. Tidak terdapat ada pengaruh antara promosi dengan kepuasan pelanggan PT. X di Kota dan Kabupaten Kediri khususnya pengguna layanan WiFi.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, dapat diambil saran sebagai berikut :

1. Bagi PT. X Kota dan Kabupaten Kediri

- a. Pelayanan, berdasarkan dari hasil kuesioner bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diharapkan karyawan PT, Telkom Indonesia memberi pelayanan yang responsif, cepat, sesuai, konsisten, berpenampilan menarik dan sopan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Kualitas produk, berdasarkan dari hasil kuesioner bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diharapkan PT. X memberikan kemudahan dalam penggunaan jaringan WiFi, kecepatan jaringan dan kelancaran jaringan sehingga dapat memenuhi kebutuhan internet pelanggan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Harga, berdasarkan dari hasil kuesioner bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diharapkan PT. X memberikan harga yang terjangkau, mampu bersaing dengan produk perusahaan lain dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- d. Promosi, berdasarkan dari hasil kuesioner bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. X Indonesia, tetapi PT. X tetap harus memperhatikan promosi dengan tetap memberikan penawaran-penawaran diskon yang menarik agar mampu memperluas jangkauan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian untuk lebih mengembangkan variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan antara lain pelayanan, kualitas produk, harga, promosi dan lain-lain. Berdasarkan R^2 didapat 0,806 berarti 80,6% pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi mengemukakan kepuasan pelanggan dan sisanya 19,4% dipengaruhi faktor-faktor lain dan tidak dikaji di penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Aprianto, R. (2018). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 02(01), 41-63.
- Fandy Tjiptono. (2019). *Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa*. 15(2), 1-23.
- Febrianti, Rika. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menggunakan layanan produk Brillink di Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur. *Skripsi. (Fak. Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia, Makassar)*, 2-3.
- Kinanti, A. L. (2019). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online Melalui E-Commerce. *Repository.Usd.Ac.Id*.
- Museum, M. F. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 45(45), 95-98.
- Nurrofi, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Indomaret Hayam Wuruk Purwodadi. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(2), 97-107. <https://doi.org/10.37470/1.23.2.180>
- PUSPITA, T. B. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan*

Diana ayu kusumaningrum,
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pt. X (Persero) Pada
Produk Layanan Wifi Di Kota Dan Kabupaten Kediri

- Pelanggan Produk Telkom Indihome Di Wilayah Kota Surakarta Tahun 2015.*
Sari, M. R., & Aprileny, I. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus *Kepuasan Pelanggan Dengan
Minat ...*, 1-22.
Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Suparyanto
dan Rosad (2015, 5(3), 248-253.*
Zaka, A. R., & Sutopo. (2018). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi
Kepuasan Pelanggan Pada LBB Antologi Semarang. *Diponegoro Journal Of
Manajemen, 6(1), 1-13.*

Copyright holder:

Copyright holder:

Nama Author (Tahun Terbit)

First publication right:

Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)

This article is licensed under:



cek plagiasi

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

21%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Dian Kristiana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN "LESEHAN 88" MADIUN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2014 Publication	1%
2	Submitted to Universitas Mulawarman Student Paper	1%
3	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	1%
4	library.gunadarma.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Sam Ratulangi Student Paper	1%
6	vdocument.in Internet Source	1%
7	jurnal-sosioekotekno.org Internet Source	1%
8	ejournal.poliban.ac.id Internet Source	1%

		1 %
9	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	1 %
10	www.stiebpkp.id Internet Source	1 %
11	anyalfiyan.wordpress.com Internet Source	1 %
12	ejournal.iseiriau.or.id Internet Source	1 %
13	klikskripsidotcom.blogspot.com Internet Source	1 %
14	digilib.yarsi.ac.id Internet Source	1 %
15	e-journal.stie-aub.ac.id Internet Source	1 %
16	journal.unirow.ac.id Internet Source	1 %
17	Submitted to Bellevue Public School Student Paper	<1 %
18	repository.unsada.ac.id Internet Source	<1 %
19	sirfls.trimhq.co Internet Source	<1 %

20

ullin-nihaya-fisip17.web.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

21

Maulidia Wulan Anggraini, Tin Agustina Karnawati, Widi Dewi Ruspitasari. "PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMROH AL-SHAHBA MALANG MELALUI KEPERCAYAAN JAMAAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING", Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 2020

Publication

<1 %

22

eprintslib.ummgl.ac.id

Internet Source

<1 %

23

Kevin Renaldo Teguh. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINYAK GORENG KEDELAI MISOYA DI PT. SARI SARANA KIMIATAMA MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA PANDEMI COVID-19", Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 2022

Publication

<1 %

24

repository.lppm.unila.ac.id

Internet Source

<1 %

25

Submitted to Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan

Student Paper

<1 %

26	repository.ump.ac.id Internet Source	<1 %
27	sebuahsejuk.wordpress.com Internet Source	<1 %
28	Fitroh Tri Kurnia Maulidina, Budiyo Pristyadi. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Listrik Prabayar Di Pt.Pln (Persero) Gresik", Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2020 Publication	<1 %
29	I Gede Witayasa, I Nyoman Sudiarta. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI F&B SERVICE DEPARTEMENT NUSA DUA BEACH HOTEL BALI", Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 2020 Publication	<1 %
30	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
31	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	<1 %
32	ibn.e-journal.id Internet Source	<1 %
33	Erida Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN	<1 %

PRODUK KAOS MEREK JAKOZ (THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON CONSUMER SATISFACTION OF JAKOZ BRAND T-SHIRT PRODUCT)", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2020

Publication

34

Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGGAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA PT. BPR PRIMA MULTI MAKMUR)", Jurnal Ekonomi Integra, 2021

Publication

<1 %

35

Rafidah Haris, Mila Dewi Lasika. "PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN ISLAMI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OUTLET RABBANI DI KOTA JAMBI", ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research, 2019

Publication

<1 %

36

ema-jurnal.unmerpas.ac.id

Internet Source

<1 %

37

jist.publikasiindonesia.id

Internet Source

<1 %

38

jurnal.untan.ac.id

Internet Source

<1 %

39	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
40	unanda.ac.id Internet Source	<1 %
41	Megezz Duwiri, Theo Allo Layuk, Novalia Bleskadit. "Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern, Kualitas Pemeriksaan Pajak Dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Memiliki UMKM di Kota Jayapura", JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN DAERAH, 2020 Publication	<1 %
42	www.ejurnal-stitpringsewu.ac.id Internet Source	<1 %
43	www.obsesi.or.id Internet Source	<1 %
44	www.pasarmakalah.com Internet Source	<1 %
45	www.scilit.net Internet Source	<1 %
46	Nur Laely, Djunaedi Djunaedi, Dea Rosita. "Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan : Studi Konsumen McDonald's Kediri", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020	<1 %

47

Rachmad Putra Ramadhan, Syaikhul Falah, Mariolin Sanggenafa. "PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, PELAYANAN FISKUS, PERSEPSI EFEKTIVITAS SISTEM PERPAJAKAN TERHADAP KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jayapura)", JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN DAERAH, 2020

Publication

<1 %

48

Sang Ayu Putu Arie Indraswarawati, I Putu Deddy Samtika Putra, Ni Wayan Cahyani. "EFFECT OF TOP MANAGEMENT SUPPORT, SYSTEM QUALITY, AND INFORMATION QUALITY ON SATISFACTION ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM USERS IN LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) IN UBUD DISTRICT", Widya Akuntansi dan Keuangan, 2019

Publication

<1 %

49

e-journal.uajy.ac.id

Internet Source

<1 %

50

www.pikiran-rakyat.com

Internet Source

<1 %

51

www.tarakankota.go.id

Internet Source

<1 %

52

Arif Rahman, Fajri Ariandi, Jaka Santosa, Roynaldi Arista. "Improving Customer

<1 %

Satisfaction in Circle-K Companies Through Services in Indonesia", JURNAL MANAJEMEN BISNIS, 2020

Publication

53

Bella Hartati. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PRODUK COSMETICS JAFRA PADA PT. JAFRA COSMETICS INDONESIA", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2021

Publication

<1 %

54

Firdaus Firdaus. "PENGARUH PERSEPSI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK PRIVATE LABEL INDOMARET (STUDI PADA KONSUMEN INDOMARET DI KECAMATAN TELANAIPURA KOTA JAMBI)", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2020

Publication

<1 %

55

Irsyad Ardy Haryanto, Heni Pridia Rukmini Sari. "Pengaruh Kinerja Petugas Cleaning Service Terhadap Kepuasan Penumpang Ekonomi Kapal Motor Kelud PT. PELNI (Persero)", Destinesia : Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata, 2020

Publication

<1 %

56

Ni Putu Novia Arista Dewi, Putu Sri Hartati, Gusti Alit Suputra. "Pengaruh Service Quality

<1 %

dan CRM (Customer Relationship Marketing) terhadap Kepuasan Nasabah pada LPD Desa Pakraman Peraupan, Denpasar Utara", Widya Amrita, 2021

Publication

57

Putri Dwi Cahyani, Elva Syanistya Nur K, Imas Laili Nur'aini. "Pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar, Inovasi, terhadap Kepuasan Pelanggan", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022

Publication

<1 %

58

Ratnawaty Marginingsih, Isnurrini Hidayat Susilowati, Wiwik Widiyanti. "Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Pelayanan Informasi Pada Aplikasi KRL Access", Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis, 2020

Publication

<1 %

59

ejournal.upnvj.ac.id

Internet Source

<1 %

60

ejurnal.stkip-pessel.ac.id

Internet Source

<1 %

61

ejurnal.unisri.ac.id

Internet Source

<1 %

62

eprints.stainkudus.ac.id

Internet Source

<1 %

journal.ikipsiliwangi.ac.id

63

Internet Source

<1 %

64

lib.stieputrabangsa.ac.id

Internet Source

<1 %

65

luthfisufi.blogspot.com

Internet Source

<1 %

66

portaluniversitasquality.ac.id:55555

Internet Source

<1 %

67

repository.itbwigalumajang.ac.id

Internet Source

<1 %

68

repository.unpar.ac.id

Internet Source

<1 %

69

Silvianisyah Silvianisyah, Febriansyah Ignas Pradana. "Pengaruh Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas Pelayanan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Juanda", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2022

Publication

<1 %

70

Sufri Mashuri, Jahring Jahring, Nasruddin Nasruddin. "STUDENT TEAMS ACHIEVEMENT DIVISIONS (STAD) DENGAN PENDEKATAN REALISTIC MATHEMATICS EDUCATION (RME) TERHADAP KEMAMPUAN PEMAHAMAN MATEMATIS", AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika, 2020

<1 %

71

Kalcum Patiro, Tri Oldy Rotinsuloo, George M.V. Kawung. "ANALISIS PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN INTERN PEMERINTAH (SPIP), PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PENGAWASAN KEUANGAN DAERAH TERHADAP NILAI INFORMASI LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH KOTA BITUNG", JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI DAN KEUANGAN DAERAH, 2019

Publication

<1 %

72

journal.likmi.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On