

Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus PT.Telkom Indonesia Witel Bandung Tahun 2022)

Analysis of Service Quality to Indihome Customer Satisfaction (Case Study of PT. Telkom Indonesia Witel Bandung in 2022)

1st Fitriyani

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

fitriseptamiranti@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Rahmat Hidayat

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

rahmathidayat@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak—Melihat fenomena yang terjadi dimana permintaan masyarakat akan layanan berbasis teknologi FTTH dan Triple Play semakin meningkat namun tidak disertai dengan peningkatan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan serta penetapan harga Indihome yang tidak kompetitif, tidak menutup kemungkinan bahwa Indihome akan kalah bersaing dengan perusahaan kompetitor maupun dengan perusahaan-perusahaan pendatang baru yang muncul dan siap bersaing seiring dengan meningkatnya permintaan pasar, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus PT. Telkom Indonesia Witel Bandung Tahun 2022)”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan studi pustaka. Sampel yang diambil peneliti adalah pengguna provider Indihome di wilayah Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis data deskriptif dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini adalah perlunya perbaikan indikator tangible dan peningkatan indikator responsiveness, pada tingkat kenyataan/kinerja indikator reliability perlu diperbaiki lagi sedangkan indikator tertinggi yaitu responsiveness perlu ditingkatkan lagi, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dan berdasarkan hasil koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 54,6% dan sisanya sebesar 45,4%

diperanguhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci— kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, indihome

Abstract— Seeing the phenomenon that occurs where the public's demand for FTTH and Triple Play technology-based services is increasing but is not accompanied by an increase in the quality of products and services provided as well as Indihome pricing that is not competitive, it is possible that Indihome will not be able to compete. with competing companies as well as with new entrants emerging and ready to compete along with the increasing demand for the market, researchers are interested in conducting research with the title “Analysis of Service Quality Against Satisfaction Indihome Customers (Case Study of PT. Telkom Indonesia Witel Bandung in 2022)”. In this research, the researcher uses the method of quantitative research, by using the technique of data collection with questionnaires and literature study. The sample taken by the researcher is the user of the Indihome provider in the Bandung area. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, descriptive data analysis and hypothesis testing. The results of this study are the need for improvement in tangible indicators and an increase in responsiveness indicators, at the level of reality/performance, the reliability indicator needs to be improved, while the highest indicator, responsiveness, needs to be improved. Again, it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted. And based on the results of the

coefficient of determination, it is known that the effect of service quality on customer satisfaction is 54.6% and the remaining 45.4% is influenced by other variables not examined in this study.

Kata kunci— *service quality, customer satisfaction, indihome*

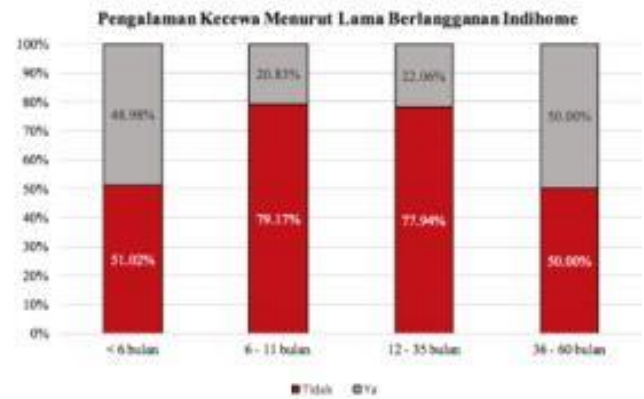
I. PENDAHULUAN

Pada saat ini, zaman telah memasuki masa dimana penggunaan internet sudah menjadi kebutuhan primer manusia karena semua kebutuhan manusia tak lepas dari internet. Perkembangan teknologi dan internet kini semakin pesat, terbukti dari sebagian besar masyarakat Indonesia aktif menggunakan internet untuk kegiatan sehari-hari serta penggunaan internet digunakan dalam operasional. Berawal dari hal kecil sampai hal yang rumit semuanya dapat dikendalikan oleh internet apalagi di masa sekarang ini aktivitas kita tak jauh dari dunia digital.

Jaman dahulu mungkin jaringan akses internet bukanlah hal yang sangat penting karena belum adanya media yang mendukung untuk mereka bisa mengakses internet, namun kini perusahaan, pemerintah, organisasi dan masyarakat dapat menggunakan teknologi mulai dari komputer hingga gadget yang memerlukan internet untuk menunjang pendidikan hingga pekerjaannya. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informatika, perusahaan penyedia jasa internet akan terus berinovasi dalam menciptakan produknya seperti fixed broadband internet.

Salah satu produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah Indihome fiber, Indihome merupakan layanan digital terdepan menggunakan teknologi serat optik yang menawarkan layanan Triple Play yang mengintegrasikan tiga jenis layanan berbeda meliputi data, voice dan media dimana konsumen dapat menggunakan layanan Internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet), IPTV (useTV) dan telepon secara bersamaan dan terintegrasi satu sama lain dalam satu produk. Indihome juga menawarkan layanan Dual Play yang terdiri dari Internet Fiber (Internet Cepat) dan Telepon Rumah (Fixed Phone). Indihome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (Add-On) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, Wifi-id Seamless, Trend Micro Antivirus, Indihome View. (indihome.co.id).

Setiap konsumen pasti memiliki pengalaman pribadi selama merasakan layanan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan, baik itu pengalaman yang menyenangkan maupun pengalaman yang tidak menyenangkan. Perusahaan harus bisa membuat konsumen merasa senang dan puas atas pelayanan yang sudah diberikan supaya terus terjalinnya hubungan yang baik dan menguntungkan antara kedua belah pihak. Layanan Indihome yang telah diberikan masih banyak menimbulkan klaim dari konsumen terhadap pelayanan Indihome, masih banyak konsumen merasa kecewa terhadap layanan yang telah diberikan oleh Indihome, hal ini didukung oleh gambar 1 yang menunjukkan kekecewaan konsumen berdasarkan lama mereka berlangganan produk Indihome.



GAMBAR 1
PENGALAMAN KECEWA MENURUT LAMA BERLANGGANAN
INDIHOME
(SUMBER: DATA PERUSAHAAN 2022)

Berdasarkan gambar 1. yang telah dijelaskan diatas dapat kita lihat bahwa mayoritas pelanggan Indihome merasakan kecewa terhadap pelayanan yang telah diberikan pada kisaran waktu lebih dari 36 bulan serta pada saat awal berlangganan atau kurang dari enam bulan berlangganan. Dapat kita tarik kesimpulan bahwa pelanggan Indihome banyak merasakan tidak puas akan layanan yang telah diberikan pada kisaran berlangganan 36-60 bulan.

Melihat fenomena yang terjadi dimana permintaan masyarakat akan layanan berbasis teknologi FTTH dan Triple Play semakin meningkat namun tidak disertai dengan peningkatan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan serta penetapan harga Indihome yang tidak kompetitif, tidak menutup kemungkinan bahwa Indihome akan kalah bersaing dengan perusahaan kompetitor maupun dengan perusahaan-perusahaan pendatang abru yang muncul dan siap bersaing seiring dengan meningkatnya permintaan pasar. Permasalahan tersebut tentunya dapat menjadi ancaman besar bagi perusahaan Telkom yang menaungi Indihome jika tidak ada upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan mereka. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus PT. Telkom Indonesia Witel Bandung Tahun 2022)”.

II. KAJIAN TEORI DAN METODE

A. Tinjauan Pustaka Penelitian

1. Pengertian Pemasaran

Menurut American Marketing Association 1960 dalam (Assauri, 2017), pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai konsumen. Pemasaran juga memiliki kegiatan yang berkaitan erat dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan setiap individu melalui proses pertukaran. Kegiatan pemasaran juga harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap suatu perusahaan.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan oleh Arianto (2018) sebagai tindakan yang berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan berlaku untuk semua jenis

layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan (William dan Purba, 2020).

3. Kepuasan Pelanggan

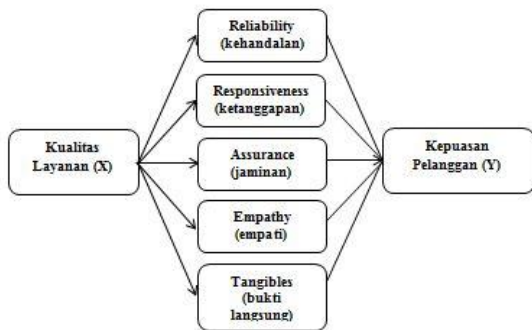
Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang merasakan senang atau kecewa kepada suatu perusahaan sebagai penilaian yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pelanggan merupakan bentuk respons pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah menggunakan suatu produk.

4. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan

Untuk dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang maupun jasa dapat dilihat dari bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumennya dalam hal ini dapat diketahui apakah konsumen merasa puas dengan *service* yang diberikan atau tidak. Selain itu salah satu penyebab timbulnya masalah dalam pelayanan ialah adanya bayangan harapan tinggi terhadap suatu barang atau jasa. Oleh sebab itu perlu adanya edukasi kepada pelanggan, salah satu bentuk edukasi yang diberikan kepada pelanggan menurut Zeithaml & Bitner dalam Fandy Tjiptono (2017) antara lain: menyiapkan pelanggan untuk proses jasa, menginformasikan kinerja dengan standar dan ekspektasi, mengklarifikasi ekspektasi setelah penjualan dan mendidik pelanggan agar menghindari periode permintaan puncak.

B. Kerangka Pemikiran dan Metode

Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa, kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



GAMBAR 2
KERANGKA PEMIKIRAN
(SUMBER: DATA OLAHAN PENULIS 2022)

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome (studi kasus PT.Telkom Indonesia Witel Bandung). Pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019:146) mengatakan bahwa, skala *likert* bertujuan untuk memperkirakan pendapat, sikap serta tanggapan seorang dan kelompok orang berdasarkan data yang ada. Populasi dari penelitian ini yaitu pelanggan yang terlibat dalam penggunaan provider internet Indihome wilayah Bandung. Untuk kriteria sampel yang digunakan di penelitian ini yaitu pengguna provider Indihome wilayah Bandung. Penelitian ini menggunakan *non probability sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi pustaka. Uji keabsahan data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif. Uji hipotesis menggunakan uji regresi linier sederhana, uji parsial dan uji koefisien determinasi.

A. Contoh Subjudul

a. Pertama, konfirmasikan bahwa Anda memiliki template yang benar untuk ukuran kertas Anda. Template ini telah disesuaikan untuk output pada ukuran kertas A4. Jika Anda menggunakan kertas berukuran letter AS, harap tutup file ini dan unduh file Microsoft Word.

B. Menjaga Integritas Spesifikasi

b. Template digunakan untuk memformat kertas Anda dan memberi gaya pada teks. Semua margin, lebar kolom, spasi baris, dan font teks ditentukan; tolong jangan ubah mereka. Anda mungkin memperhatikan kekhasan. Misalnya, margin kepala dalam templat ini berukuran lebih proporsional daripada biasanya. Pengukuran ini dan lainnya disengaja, menggunakan spesifikasi yang mengantisipasi makalah Anda sebagai satu bagian dari keseluruhan proses, dan bukan sebagai dokumen independen. Harap jangan merevisi salah satu penunjukan saat ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Responden

Pengolahan data dilakukan untuk menentukan hasil dari penelitian tersebut. Lembaran kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Penulis menyebarkan kuesioner selama dua minggu untuk mendapatkan responden yang berjumlah 100. Semua kuesioner tersebut diisi oleh beberapa karakteristik yang berbeda-beda, sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden yang pertama yaitu berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada gambar berikut:



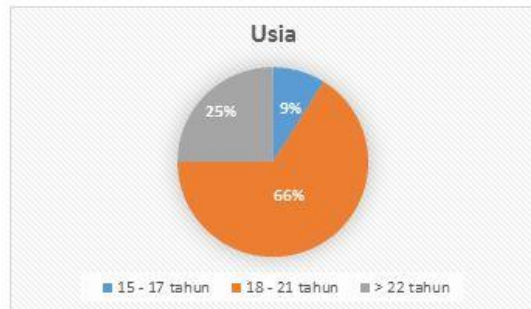
GAMBAR 3.
KARAKTERISTIK BERDASARKAN JENIS KELAMIN
(SUMBER: DATA OLAHAN PENULIS 2022)

Berdasarkan Gambar 3. dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang terdapat 63 responden dengan jenis kelamin perempuan dan 37 responden dengan jenis kelamin laki-laki. Dari data diatas dapat diketahui bahwasanya lebih banyak jenis kelamin perempuan yang merupakan pelanggan dari

produk Indihome dibandingkan jenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden yang pertama yaitu berdasarkan usia yang dapat dilihat pada gambar berikut:

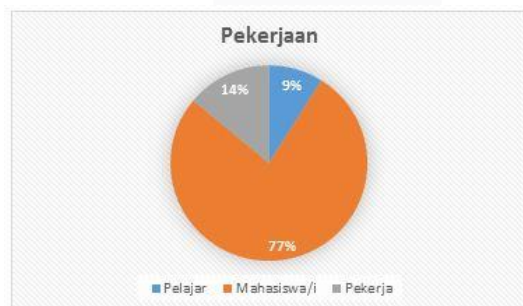


GAMBAR 4. KARAKTERISTIK BERDASARKAN USIA
(SUMBER: DATA OLAHAN PENULIS 2022)

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 orang, 9 orang berusia 15-17 tahun, 25 orang berusia 18-21 tahun, dan 66 orang berusia lebih dari 22 tahun. Dari hasil data tersebut dapat diketahui bahwasanya rata-rata yang menggunakan produk Indihome berusia 18-21 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden yang pertama yaitu berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat pada gambar berikut:



GAMBAR 5. KARAKTERISTIK BERDASARKAN PEKERJAAN
(SUMBER: DATA OLAHAN PENULIS 2022)

Berdasarkan Gambar 5. dapat disimpulkan bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 orang, 9 orang responden dengan pekerjaan pelajar, 14 orang responden dengan pekerjaan mahasiswa/I, dan 77 orang responden dengan pekerjaan pekerja. Dari hasil data tersebut dapat diketahui bahwasanya rata-rata pemakai produk Indihome mayoritas dengan pekerjaan mahasiswa

B. Hasil Penelitian dan Analisis

1. Uji Validitas

TABEL 1. HASIL UJI VALIDITAS HARAPAN

Variabel	Indikator	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	Tangible	P1	0,318	0,196	Valid
		P2	0,252	0,196	Valid
		P3	0,248	0,196	Valid
	Emphaty	P4	0,248	0,196	Valid
		P5	0,233	0,196	Valid
	Responsiveness	P6	0,225	0,196	Valid
	Reliability	P7	0,38	0,196	Valid
		P8	0,298	0,196	Valid
		P9	0,36	0,196	Valid
		P10	0,425	0,196	Valid
	Assurance	P11	0,335	0,196	Valid
		P12	0,283	0,196	Valid
		P13	0,302	0,196	Valid
		P14	0,473	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan	Customer Satisfaction	P15	0,367	0,196	Valid
		P16	0,489	0,196	Valid
		P17	0,353	0,196	Valid

(Sumber: Data Olahan Penulis 2022)

Terdapat 17 pertanyaan yang digunakan pada Variabel Harapan, diperoleh nilai r-hitung atau pearson correlationnya lebih besar dari r-tabel (r-hitung > r-tabel).

TABEL 2. HASIL UJI VALIDITAS KENYATAAN

Variabel	Indikator	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	Tangible	P1	0,384	0,196	Valid
		P2	0,421	0,196	Valid
		P3	0,29	0,196	Valid
	Emphaty	P4	0,503	0,196	Valid
		P5	0,393	0,196	Valid
	Responsiveness	P6	0,503	0,196	Valid
	Reliability	P7	0,213	0,196	Valid
		P8	0,351	0,196	Valid
		P9	0,45	0,196	Valid
		P10	0,506	0,196	Valid
	Assurance	P11	0,521	0,196	Valid
		P12	0,478	0,196	Valid
		P13	0,455	0,196	Valid
		P14	0,511	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan	Customer Satisfaction	P15	0,513	0,196	Valid
		P16	0,525	0,196	Valid
		P17	0,504	0,196	Valid

(Sumber: Data Olahan Penulis 2022)

Terdapat 17 pertanyaan yang digunakan pada Variabel Kenyataan, diperoleh nilai r-hitung atau person correlationnya lebih besar dari r-tabel (r-hitung > r-tabel).

2. Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian realibilitas dapat dikatakan reliabilitas ketika nilai crocbach's alpha > 0,60

TABEL 3. HASIL UJI RELIABILITAS HARAPAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.687	17

(Sumber: Data Olahan Penulis 2022)

Hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan software IBM SPSS version 25 for Windows, pernyataan pada dimensi dianggap reliable dikarenakan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,687.

TABEL 4. HASIL UJI RELIABILITAS KENYATAAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	17

(Sumber: Data Olahan Penulis 2022)

Hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan software IBM SPSS version 25 for Windows, pernyataan pada dimensi dianggap reliable dikarenakan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,734.

3. Uji Regresi

TABEL 5. HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.406		.505	.614
	Kualitas Layanan	.851	.739	10.852	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(Sumber: Data Olahan Penulis 2022)

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa nilai konsisten kepuasan pelanggan adalah sebesar 2.406. Sedangkan koefisien b memiliki arti bahwa setiap penambahan nilai trust sebesar 1 maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0.851. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

4. Uji Parsial

TABEL 6. HASIL UJI PARSIAL

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.406		.505	.614
	Kualitas Layanan	.851	.739	10.852	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(Sumber: Data Olahan Penulis 2022)

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 5 diperoleh nilai thitung sebesar 10.852 dan nilai signifikan sebesar 0,000, maka H0 ditolak. Karena thitung 10.852 > ttabel 1,984 yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Uji Koefisien Determinasi

TABEL 7. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.546	.541	2.13770

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

(Sumber: Data Olahan Penulis 2022)

Berdasarkan tabel 6. diatas dapat bahwa nilai r square adalah 0,546 maka bisa disimpulkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh sebesar 54,6% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai "Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus PT. Telkom Indonesia Witel Bandung Tahun 2022), maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut. Berdasarkan hasil perhitungan dengan analisis deskriptif, indikator yang memiliki harapan paling rendah adalah indikator *tangible* dengan nilai 87.92% hingga perlu diperbaiki sedangkan nilai harapan paling tinggi adalah indikator *responsiveness* dengan nilai 91.50% sudah baik namun masih perlu ditingkatkan lagi. Pada tingkat kenyataan / kinerja dengan analisis deskriptif, persentase kenyataan yang paling rendah adalah indikator *reliability* dengan nilai 78.17% hingga perlu diperbaiki lagi sedangkan nilai kenyataan paling tinggi adalah indikator *responsiveness* dengan nilai 91.50% sudah baik namun masih perlu ditingkatkan lagi. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden diperoleh thitung variabel kualitas layanan (X) adalah 20,852 dengan nilai ttabel 1,984, maka variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) karena nilai thitung sebesar 10,852 > dari ttabel 1,984 dan nilai signifikan yang dihasilkan adalah 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dan berdasarkan hasil koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 54,6% dan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

A. Saran

Pada tingkat harapan mendapatkan total terendah pada dimensi *tangible* dengan nilai 87,92%. Angka tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus memperbaiki dan meningkatkan dimensi tersebut agar persepsi pelanggan dalam memperoleh bantuan dan informasi dari perusahaan dapat meningkat lebih baik.

Pada tingkat kinerja atau kenyataan total terendah pada dimensi *reliability* dengan nilai 78,17%. Angka tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus meningkatkan dan memperbaiki dimensi tersebut agar persepsi pelanggan dalam memperoleh bantuan dan informasi dari perusahaan dapat meningkat lebih baik lagi.

REFERENSI

Jurnal

- Armanto, Ichsan. D. (2018). "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome *Triple Play*". E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No.3
- Fibrianingsih Sarah. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online*.
- Ndun, L. A. (2019). *Analisis Pengaruh e-service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Internet Indihome*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 03 No.1
- Mahira, M., Hadi, P. & Nastiti. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Jurnal Konferensi, Vol. 5(2), 1-11

Buku

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Skripsi

- Anam, Fikri H. (2020). Pengaruh E-Service Quality pada Kepuasan Pelanggan Tokopedia Studi pada Mahasiswa Universitas Telkom. Skripsi pada Universitas Telkom.
- Basri. F. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada Witel Karawang). Skripsi pada Universitas Telkom.
- Dony Hendrix Corniawan. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Wijosen Coffee Container Jalan Uler Kambang Ponorogo*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Febriansyah Kurnia. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang*. Skripsi pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie