

SKRIPSI



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK INTERNET DAN
CITRA MEREK INDIHOME TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DI JAKARTA TIMUR**

Disusun Oleh:

Nama : Octavia Yoan Sabrina

NPM : 2032011255

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

PROGRAM SARJANA TERAPAN

POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA

LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA

JAKARTA, TAHUN 2023



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK INTERNET DAN
CITRA MEREK INDIHOME TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DI JAKARTA TIMUR**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan

Nama : Octavia Yoan Sabrina
NPM : 2032011255
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

SKRIPSI

PROGRAM SARJANA TERAPAN

POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA

LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA

JAKARTA, TAHUN 2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : OCTAVIA YOAN SABRINA
NPM : 2032011255
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK INTERNET
INDIHOME TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
JAKARTA TIMUR

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan

Pada 14 Desember 2023

Pembimbing



(Muhammad Rizki, S.E., CRP, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diperiksa dan disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Sarjana Terapan Politeknik STIA LAN Jakarta, Lembaga Administrasi Negara Jakarta pada 18 Januari 2024

Ketua merangkap anggota,



(Anita, S.Kom., M.TI.)



Sekretaris merangkap anggota,



(Heny Handayani, S.Hum., M.M.)

Anggota,



(Muhammad Rizki, S.E., CRP, M.M.)

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Octavia Yoan Sabrina

NPM : 2032011255

Jurusan : Administrasi Bisnis Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk Internet Indihome Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jakarta Timur** merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila di kemudian hari penulisan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan Politeknik STIA LAN Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 18 Januari 2024



Octavia Yoan Sabrina

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, petunjuk, serta kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Internet dan Citra Merek Indihome terhadap Loyalitas Pelanggan Jakarta Timur." Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman lebih dalam tentang pengaruh kualitas produk Internet Indihome terhadap loyalitas pelanggan di wilayah Jakarta Timur. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia.

Penelitian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan semangat dalam perjalanan penelitian ini. Kehadiran dan cinta kasih kalian adalah sumber inspirasi utama penulis.
2. Dosen-dosen di Politeknik STIA LAN Jakarta yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pengarahan yang sangat berharga dalam proses penelitian ini. Terima kasih atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan.
3. Teman-teman yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan baik dalam kondisi suka maupun duka. Kalian adalah pilar pendukung penting dalam perjalanan ini.
4. Seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penelitian ini. Terima kasih atas segala dukungan, baik moral maupun materiil.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, dan masih banyak ruang untuk perbaikan di masa depan. Kritik, saran, dan masukan dari pembaca sangat penulis harapkan guna meningkatkan kualitas penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat menjadi kontribusi yang

bermanfaat dan menjadi bahan referensi yang berharga bagi semua pihak yang berkepentingan. Terima kasih.

Jakarta, 14 Desember 2023

Penulis

Octavia Yoan Sabrina



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

ABSTRAK

Octavia Yoan S / 2032011255 / 2023 / Pengaruh Kualitas Produk Internet dan Citra merek Indihome Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jakarta Timur / Muhammad Rizki, S.E, CRP, M.M

Pada era digital saat ini, dengan adanya pertumbuhan pesat dalam industri saat ini telah membawa kompetisi yang semakin ketat di antara penyedia layanan, mendorong perusahaan seperti IndiHome untuk berfokus tidak hanya pada akuisisi pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada melalui peningkatan kualitas produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk internet dan citra merek Indihome terhadap loyalitas pelanggan di Jakarta Timur. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampling yang digunakan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Sumber data penelitian ini menggunakan primer 100 responden dan sekunder dari 2018 hingga 2022 dengan pendekatan analisis regresi sederhana. Adapun analisis data penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan mempertimbangkan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk menunjukkan nilai t-hitung $1,826 > t\text{-tabel } 1,644$ dan variabel citra merek menunjukkan nilai t-hitung $5,105 > t\text{-tabel } 1,644$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji simultan menunjukkan nilai F-hitung $69,982 > F\text{-tabel } 2,76$, sehingga citra merek dan harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk; citra merek; loyalitas pelanggan; internet indihome

ABSTRACT

Octavia Yoan S / 2032011255 / 2023 / The Influence of Internet Product Quality and Brand Image of Indihome on Customer Loyalty in East Jakarta / Muhammad Rizki, S.E, CRP, M.M

In the current digital era, the rapid growth in the present industry has intensified competition among service providers, compelling companies like IndiHome to concentrate not only on acquiring new customers but also on retaining existing ones through product quality enhancement. The objective of this research is to assess the internet product quality and brand image of IndiHome in relation to customer loyalty in East Jakarta. This research employs a quantitative method with a sampling technique using non-probability sampling, specifically Purposive Sampling. The data sources for this study include 100 primary respondents and secondary data from 2018 to 2022, analyzed through a simple regression approach. The data analysis in this research employed multiple linear regression with consideration for classic assumption tests. The research findings indicate that, partially, the product quality variable demonstrates a t-value of 1,826, surpassing the critical t-value of 1.644. Similarly, the brand image variable exhibits a t-value of 5,105, exceeding the critical t-value of 1.644. This suggests that both product quality and brand image significantly influence purchasing decisions. The simultaneous test results reveal an F-value of 69,982, compared to the critical F-value of 2.76. Consequently, brand image and price jointly exert an influence on purchasing decisions.

Keywords: product quality; customer loyalty; indihome internet

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
BAB I Permasalahan Penelitian	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Permasalahan	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II Tinjauan Pustaka	8
A. Tinjauan Teori	8
1. Konsep Kualitas Produk	8
2. Konsep Citra Merek	17
3. Konsep Loyalitas Pelanggan	23
B. Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	36
C. Kerangka Berpikir	40
D. Hipotesis Penelitian	41
BAB III Metodologi Penelitian	42
A. Metode Penelitian	42
B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	42
C. Teknik Pengumpulan Data	44
D. Instrumen Penelitian	44

E. Uji Validitas dan Realiabilitas Instrumen	45
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	47
BAB IV Hasil Penelitian.....	54
A. Penyajian Data.....	54
B. Pembahasan	56
BAB V Penutup	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	89



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Jumlah pengguna Indihome di Jakarta.....	3
Tabel 3. 1 Pengukuran menggunakan Skala Likert	45
Tabel 3. 2. Distribusi Nilai r tabel untuk Pearson Correlation.....	46
Tabel 3. 3 Tingkat Reliabilitas	47
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	51
Tabel 4. 1 Kecepatan Internet Indihome	55
Tabel 4. 2 Tabel Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden	57
Tabel 4. 4 Usia responden.....	58
Tabel 4. 5 Pekerjaan responden	58
Tabel 4. 6 Penghasilan Responden	59
Tabel 4. 7 Lama menggunakan internet indihome.....	59
Tabel 4. 8 Hasil Variabel Kualitas Produk (X1).....	60
Tabel 4. 9 Hasil Variabel Citra Merek (X2)	61
Tabel 4. 10 Hasil Variabel Loyalitas pelanggan (Y)	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Pearson Correlation X1	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Pearson Correlation X2	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Pearson Correlation Y	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Cronbach's Alpha sampel kecil X1	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Cronbach's Alpha sampel kecil X2	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Cronbach's Alpha sampel kecil Y	66
Tabel 4. 17 Normalitas	67
Tabel 4. 18 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 19 Tabel Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4. 20 Korelasi	69
Tabel 4. 21 Regresi Sederhana.....	70
Tabel 4. 22 Determinasi R^2	71
Tabel 4. 23 Uji T Parsial	72
Tabel 4. 24 Uji F	75

DAFTAR GAMBAR

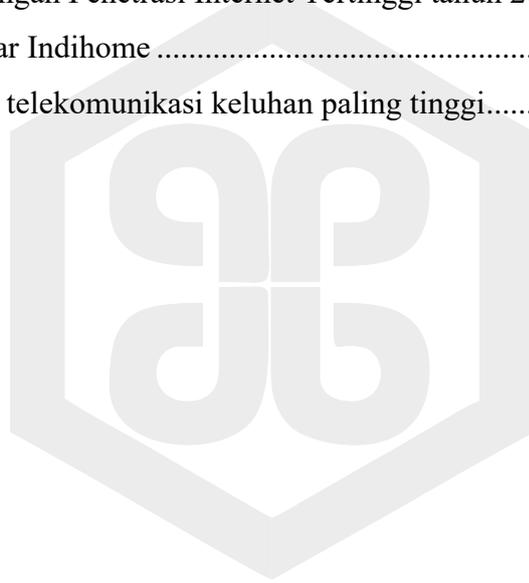
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastistas.....	68



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Persentase Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Grafik 1. 2 Provinsi dengan Penetrasi Internet Tertinggi tahun 2022	2
Grafik 1. 3 Pangsa pasar Indihome	3
Grafik 1. 4 Perusahaan telekomunikasi keluhan paling tinggi.....	4



**POLITEKNIK
STIA LAN
JAKARTA**

DAFTAR SINGKATAN

APJII = Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

YLKI = Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia



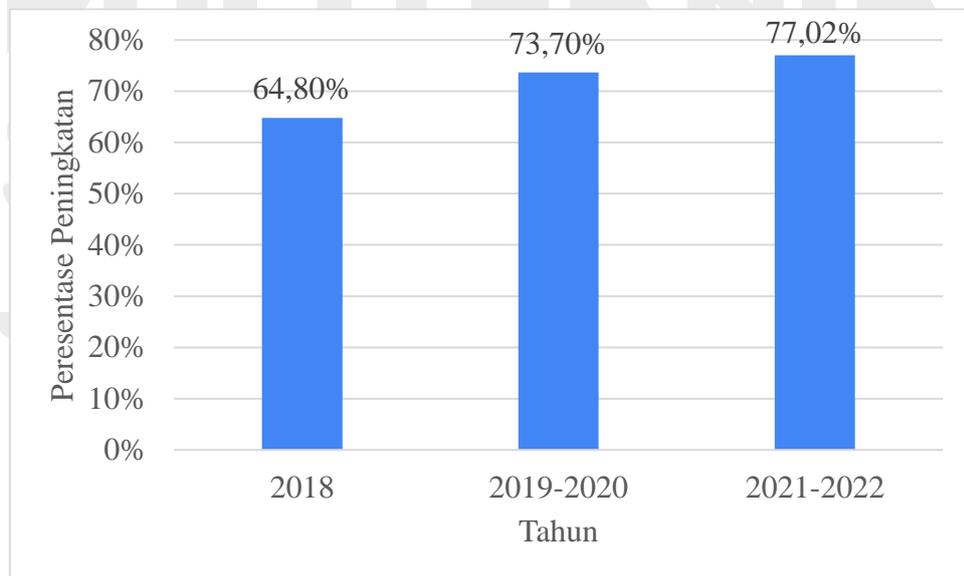
**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

BAB I

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang Permasalahan

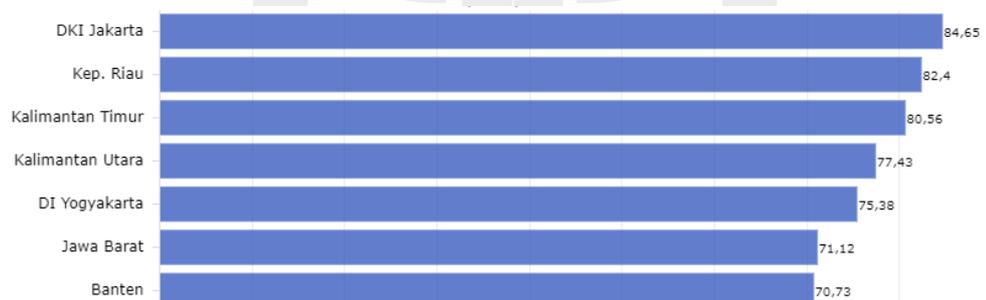
Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, internet telah menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan survei yang dilakukan APJII, sebagian besar responden pada 34 provinsi menyatakan alasan utama menggunakan internet adalah untuk mengakses sosial media (rata-rata skala penilaian adalah 3,31 atau penting dan sangat penting). Kemudian, alasan kedua adalah untuk dapat melakukan bekerja atau bersekolah dari rumah (rata-rata skala penilaian adalah 3,19 atau penting dan sangat penting). Selain itu, alasan ketiga menggunakan internet adalah untuk dapat mengakses informasi/berita (rata-rata skala penilaian adalah 3,15 atau penting dan sangat penting). Berikut ini adalah penetrasi internet di Indonesia



Grafik 1. 1 Persentase Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia

Sumber Grafik: APJII 2022

Dari grafik di atas, dapat diketahui bahwa akses internet menjadi salah satu kebutuhan mendasar masyarakat sehingga tren penetrasi kian meningkat setiap tahunnya, termasuk di Jakarta. Jakarta adalah sebuah metropolitan yang dikenal dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Mobilitas ini mencakup perjalanan harian menuju kantor, pertemuan bisnis, aktivitas sosial, serta belanja dan hiburan di berbagai pusat perbelanjaan dan mal. Sehingga internet menjadi infrastruktur yang sangat penting untuk mendukung mobilitas tinggi ini. Berikut ini adalah grafik yang menunjukkan provinsi dengan penetrasi tertinggi tahun 2022



Grafik 1. 2 Provinsi dengan Penetrasi Internet Tertinggi tahun 2022

Sumber Gambar: indonesiabaik.id

Dari grafik diatas didapatkan bahwa penetrasi internet tertinggi jatuh pada provinsi Jakarta yaitu sebesar 84,65%. Salah satu penyedia layanan yang menonjol di Indonesia adalah IndiHome, yang menyediakan layanan internet berkecepatan tinggi, televisi kabel, dan telepon rumah dalam satu paket. Pertumbuhan pesat dalam industri ini telah membawa kompetisi yang semakin ketat di antara penyedia layanan, mendorong perusahaan seperti Indihome untuk berfokus tidak hanya pada akuisisi pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada melalui peningkatan kualitas produk dan layanan. Indihome merupakan layanan digital yang menawarkan akses internet, telepon rumah, dan televisi interaktif dengan berbagai opsi paket dan tambahan layanan yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan. Berikut adalah jumlah pengguna Indihome di Jakarta

Tabel 1. 1. Jumlah pelanggan Indihome di Jakarta tahun 2021

No	Kota	Jumlah
1	Jakarta Timur	630.590
2	Jakarta Selatan	540.860
3	Jakarta Barat	454.140
4	Jakarta Utara	435.300
5	Jakarta Pusat	303.510
	Jumlah	1.456.120

Sumber Data: Data Internal PT Telkom, Tbk (yang telah diolah) dalam jurnal (Umaroh dan Ratnasari, 2022: 37)

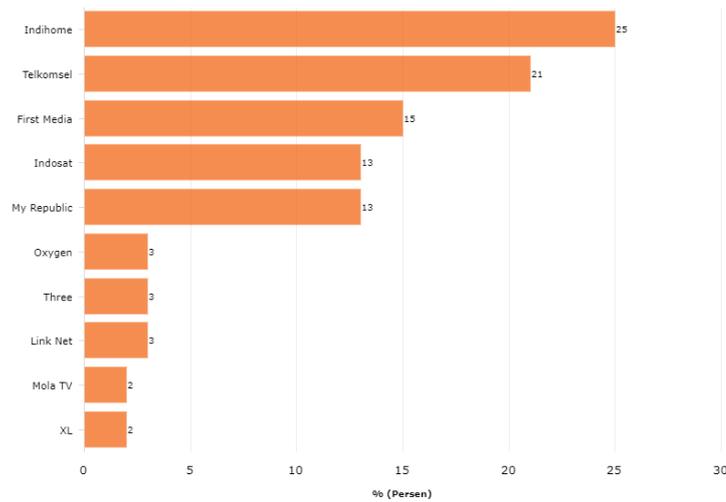
Dari tabel di atas, Jakarta ikut serta sebagai pengguna dengan lebih dari 1 juta pelanggan dari total 8,6 juta pengguna Indihome di Indonesia. Namun, dapat dilihat dari grafik di bawah bahwa jumlah presentase pangsa pasar Indihome mengalami penurunan yang dimulai pada tahun 2020 dengan 82,3%, yang kemudian turun menjadi 80,2% di tahun 2021 dan menurun lagi pada tahun 2020 menjadi 75,2%. Salah satu faktor yang menentukan pangsa pasar adalah bagaimana Perusahaan dapat bersaing secara kompetitif dengan produk-produknya dan mampu memberikan kepuasan terhadap kualitas produknya. Jika Indihome berhasil memberikan kepuasan terhadap kualitas produknya, maka pelanggan cenderung akan bertahan dan tidak beralih ke perusahaan telekomunikasi lain.



Grafik 1. 3 Penurunan pangsa pasar Indihome

Sumber Data: Laporan Tahunan Telkom Indonesia Tahun 2022

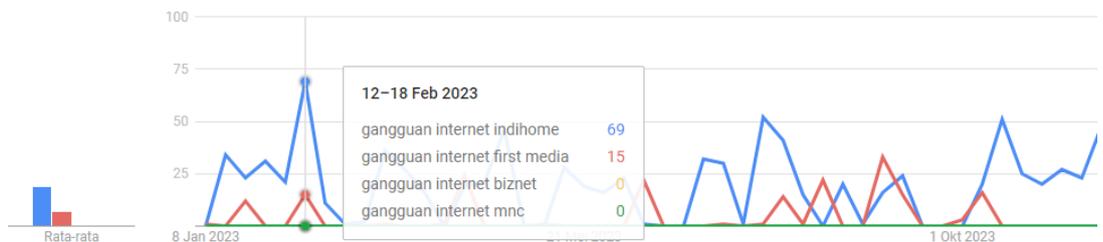
Dikutip dari Databoks, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat bahwa sebanyak 11,9% dari jumlah total 535 keluhan yang terdaftar selama tahun 2021 adalah keluhan yang berkaitan dengan perusahaan-perusahaan dalam sektor telekomunikasi. Berikut ini adalah Perusahaan telekomunikasi dengan aduan konsumen terbanyak pada 2021.



Grafik 1. 4 Perusahaan telekomunikasi yang menerima sejumlah keluhan paling tinggi

Sumber: Katadata (Pahlevi, 2022)

Berdasarkan pencarian di google trends, Indihome menempati posisi teratas Perusahaan penyedia jasa internet lainnya terkait gangguan internet. Pelanggan mengeluhkan kualitas indihome yang disebabkan karena gangguan pada akses internet (Haryanto, 2022). Saat Indihome gangguan, biasanya koneksi internet jadi lama atau bahkan tidak bisa terhubung sama sekali (Grienda, 2023).



Grafik 1. 5 Gangguan Internet
Sumber: Google Trends 2024

Dalam hal ini, perlu dicatat bahwa dua anak perusahaan BUMN Telkom, yakni Indihome dan Telkomsel, merupakan dua entitas perusahaan yang menerima jumlah keluhan terbesar. Berdasarkan uraian di atas, peneliti bermaksud untuk menganalisis bagaimana kualitas produk dan citra merek IndiHome mempengaruhi loyalitas pelanggan di Jakarta Timur. Berpijak pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Resa Nurlaela Anwar dan Raynes Firdaus pada tahun 2021 yang membahas mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Operator Seluler XL Axiata (Studi kasus pengguna paket data internet provider XL di DKI Jakarta)” menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Effendi Yassin Susastro Hadi Prawiro dan Andi Wijayanto pada tahun 2021 yang membahas mengenai “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Internet Simpati Telkomsel Di Semarang” menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Simpati Telkomsel Di Semarang. Selanjutnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faisal Adi Putra, Agus Hermani, dan Widayanto pada tahun 2022 yang membahas mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Indihome di Jepara)” menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan berpengaruh positif. Maknanya, kualitas produk akan berpengaruh pada tingginya loyalitas pelanggan Indihome di Jepara. Pada penelitian yang dilakukan oleh Slamet Heri Winarno, Bryan Givan, dan Yudhistira pada tahun 2018 yang membahas mengenai “Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara)” menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif yang signifikan

terhadap tingkat loyalitas pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kevin, Widayatmoko, dan Muhammad Adi Pribadi pada tahun 2021 yang membahas mengenai “Pengaruh Fungsi Iklan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek” menunjukkan bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan Gojek. Dengan melihat perspektif konsumen pada penjelasan sebelumnya terhadap aspek-aspek kualitas produk dan citra merek yang mereka anggap penting, serta melacak hubungan antara persepsi kualitas produk dan tingkat loyalitas pelanggan, pada layanan Indihome, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Internet dan Citra Merek Indihome Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jakarta Timur”**

B. Rumusan Permasalahan

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Jakarta Timur?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Jakarta Timur?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Jakarta Timur?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Jakarta Timur
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Jakarta Timur
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Jakarta Timur

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

- a) Untuk menambah bahan pembelajaran ilmu pengetahuan dibidang manajemen
- b) Sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang berencana untuk melakukan penelitian dengan isu serupa di masa mendatang.

2. Manfaat bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan serta masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan untuk mengembangkan bisnis pada Indihome, terutama pada kualitas produk internet serta dalam hal mengelola citra mereknya sebagai upaya untuk membangun dan menjaga loyalitas pelanggannya.