



## Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 2 (1) 2023: 198-206

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



### Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang

Edy Banu Sutanto<sup>1</sup>, Dede Solihin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pamulang

e-mail: dosen02447@unpam.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 19 Februari 2023 Disetujui 01 Maret 2023 Diterbitkan 05 Maret 2023</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 98 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan Terdapat Pengaruh Parsial Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana <math>Y = 3,966 + 0,894(x_1)</math>. Nilai korelasi <math>R_{x_1y}</math> sebesar 0,964. Nilai koefisien determinasi <math>R^2</math> sebesar 93%. Nilai <math>t_{hitung} 35,645 &gt; t_{tabel} 1,985</math> atau nilai <math>sig \alpha 0,000 &lt; 0,05</math>. Terdapat Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana <math>Y = 4,026 + 0,858(x_2)</math>. Nilai korelasi <math>R_{x_2y}</math> sebesar 0,941. Nilai koefisien detriminasi <math>R^2</math> sebesar 88,5%. Nilai <math>t_{hitung} 27,155 &gt; t_{tabel} 1,985</math> atau nilai <math>sig \alpha 0,000 &lt; 0,05</math>. Terdapat Pengaruh Secara Simultan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear berganda <math>Y = 2,313 + 0,574(x_1) + 0,350(x_2)</math>. Nilai korelasi <math>R_{x_1,2,y}</math> sebesar 0,979. Nilai koefisien determinasi <math>R^2</math> sebesar 95,8%. Nilai <math>F_{hitung} 1072,552 &gt; F_{tabel} 3,092</math> atau nilai <math>sig \alpha 0,000 &lt; 0,05</math>.</p>
	<b>ABSTRACT</b>
<p><b>Keywords:</b> Price; Service Quality; Consumer Satisfaction</p>	<p><i>The purpose of this study was to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction at PT Netciti Persada Alam Sutera Area, Tangerang City. The method used is quantitative. The sampling technique used the slovin formula and obtained a sample of 98 respondents. Data collection techniques in this study using a questionnaire. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of this study indicate that there is a partial effect of price on customer satisfaction at PT Netciti Persada Alam Sutera Area, Tangerang City, this is evidenced by the simple linear regression equation <math>Y = 3.966 + 0.894(x_1)</math>. <math>R_{x_1y}</math> correlation value of 0.964. The coefficient of determination <math>R^2</math> is 93%. The t-count value is <math>35.645 &gt; t\text{-table } 1.985</math> or the <math>sig \alpha</math> value is <math>0.000 &lt; 0.05</math>. There is a partial effect of service quality on customer satisfaction at PT Netciti Persada Alam Sutera Area, Tangerang City, this is evidenced by the simple linear regression equation <math>Y = 4.026 + 0.858(x_2)</math>. <math>R_{x_2y}</math> correlation value of 0.941. The coefficient of determination <math>R^2</math> is 88.5%. The t-count value is <math>27.155 &gt; t\text{-table } 1.985</math> or the <math>sig \alpha</math> value is <math>0.000 &lt; 0.05</math>. There is a simultaneous effect of price and service quality on customer satisfaction at PT Netciti Persada Alam Sutera Area, Tangerang City, this is evidenced by the multiple linear regression equation <math>Y = 2.313 + 0.574(x_1) + 0.350(x_2)</math>. <math>R_{x_1,2,y}</math> correlation value of 0.979. The coefficient of determination <math>R^2</math> is 95.8%. Fcount value <math>1072.552 &gt; F\text{table } 3.092</math> or sig value <math>\alpha 0.000 &lt; 0.05</math>.</i></p>

## PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis pasca meredanya dampak resesi perekonomian global semakin kompetitif. Meningkatnya tingkat inflasi di setiap Negara membuat kenaikan harga di segala sektor yang berujung dengan meningkatnya biaya produksi dan operasional suatu perusahaan. Mau tidak mau dengan kondisi persaingan yang semakin ketat ini setiap organisasi dipaksa untuk mengelola sumber daya-sumber daya yang ada secara efektif dan efisien untuk menghindari kerugian materil dan non materil bagi perusahaan dan karyawan. Indonesia tidak terlepas dari ketergantungan teknologi yang ada saat ini, berbagai macam perabot rumah, pembayaran, pembelanjaan dan lain sebagainya sudah banyak menggunakan teknologi yang terbilang modern. Indonesia merupakan Negara berkembang yang memiliki pasar yang besar dikarenakan populasi penduduknya terbesar ke 4 di dunia merupakan suatu peluang dalam dunia pemasaran baik dalam maupun luar negeri.

Kebutuhan akan permintaan akses jaringan internet yang sangat tinggi merupakan salah suatu peluang dalam memanfaatkan pasar di Indonesia. Saat ini banyak perusahaan yang memasarkan produk internet di Indonesia salah satunya adalah PT. Netciti Persada. PT Netciti Persada adalah penyedia fasilitas telekomunikasi dan jaringan Broadband - *Community Service Provider* khusus untuk sektor perumahan dan perkantoran di kawasan Jabodetabek. Jaringan internet yang murah, lancar dan tidak teputus adalah suatu hal yang paling diharapkan oleh pelanggan dalam mengakses jaringan internet. Saat ini *Features Product* yang ditawarkan PT. Netciti Persada kepada pelanggan adalah *high Performance Network, High Speed Network, 24 / 7 Customer Care*.

Ketidakpuasan pelanggan sangat dihindari oleh setiap perusahaan karena akan mengurangi nilai jual suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2019:33) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang. Berikut data jumlah pelanggan PT Netciti Persada selama 3 tahun terakhir dapat penulis sajikan seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah Pelanggan PT Netciti Persada

Pelanggan	2019	2020	2021
Apartement	937	1312	1245
Cluster	3026	3478	3446
Dormitory	1	12	1
Mall	107	128	97
Office Tower	79	82	92
Ruko	620	704	663
Hotel	-	1	-
School & University	5	9	4
Other Building	7	8	7
Jumlah	4782	5734	5555

Berdasarkan tabel di atas diketahui, jumlah pelanggan selama 3 tahun terakhir menunjukkan naik turun, pada tahun 2019 jumlah pelanggan sebanyak 4782 pelanggan, pada pada tahun 2020 jumlah pelanggan sebanyak 5734 pelanggan, pada pada tahun 2021 jumlah pelanggan sebanyak 5555 pelanggan. Menurunnya jumlah pelanggan internet PT Netciti Persada disebabkan beberapa faktor seperti tingginya harga yang ditawarkan serta seringnya akses jaringan yang tiba-tiba tidak ada koneksi dan lamanya petugas perbaikan untuk memperbaiki jaringan agar normal kembali.

Menurut Tjiptono (2020:370) istilah harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Tingginya harga menunjukkan seberapa baik kualitas yang ditawarkan. PT. Netciti Persada selaku penyedia jasa memiliki harga produk yang relatif mahal dibanding perusahaan

penyedia jasa internet lainnya. PT. Netciti Persada saat ini memiliki produk jaringan internet dan TV kabel dengan rincian produk yang ditawarkan sebagai berikut:

Tabel 2 Perbandingan Harga Jaringan Internet dan TV

Penyedia Jaringan	Harga Paket Terendah	Harga Paket Tertinggi	Item Produk Knowledge
PT. Netciti Persada	Rp. 500.000,-/ Perbulan (Paket Home Internet up to 50mbps)	Rp. 1.500.000,-/ Perbulan (Paket 300 Mbps + Home TV Happy)	1. Residential a. Home Phone b. Home Internet c. Home TV 2. Business a. Hospitality TV b. Access Control c. Video/audio Intercome
First Media	Rp. 238.000,-/ Perbulan (Paket Family HD)	Rp. 513.700,-/ Perbulan (Paket Elite)	1. Fastnet 2. Home Cable 3. Streamtainment 4. Smart Living
Indihome	Rp. 280.000,-/ Perbulan (Paket Internet 30 Mbps)	Rp. 965.000,-/ Perbulan (Paket IndiHome 3P Internet + Phone + TV)	1. Paket Internet 2. Add On 3. Wifi,Id 4. Telephone 5. Interatif TV
Myrepublic	Rp. 189.000,-/ Bulan (Paket : Internet Only 20 Mbps)	Rp. 739.000,-/ Bulan (Paket 100Mbps Value Combo TV 74 CH)	1. Internet Rumah 2. Internet Bisnis SME 3. Internet Combo + TV

Berdasarkan tabel harga perbandingan di atas diketahui harga paket internet yang ditawarkan oleh PT. Netciti Persada yaitu harga terendah Rp. 500.000,- dan harga tertinggi Rp. 1.500.000,- perbulan tergolong lebih mahal di bandingkan dengan penyedia jasa layanan internet lainnya baik dari harga terendah maupun harga tertinggi, dimana harga terendah ditawarkan oleh penyedia jasa internet Myrepublic sebesar Rp. 189.000,- perbulan. Berdasarkan daftar harga yang ditawarkan oleh penyedia layanan jasa internet dan TV tersebut menunjukkan bahwa para pelanggan akan beralih ke penyedia layanan jasa internet yang lebih murah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga menyebabkan penurunan penjualan dan kepuasan bagi pengguna layanan internet yang disediakan PT. Netciti Persada.

Mahalnya suatu produk yang ditawarkan juga harus sesuai dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pelayanan yang baik dan sesuai harapan akan meninggalkan kesan positif di benak pelanggan. Menurut Tjiptono (2020:59) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan baik sebelum ataupun sesudah pembelian merupakan hal yang harus dilakukan produsen dalam menjaga reputasi produk dan jasa yang ditawarkannya. Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sebaliknya pelayanan yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

Fenomena masalah kualitas pelayanan yaitu kecepatan jaringan internet pada PT. Netciti Persada masih kurang memuaskan, lamanya waktu perbaikan jaringan, terlambatnya personel petugas di lapangan dalam memperbaiki jaringan internet menjadi hambatan para pelanggan dalam mendapatkan pelayanan yang cepat dan handal dalam menyelesaikan masalah jaringan internet pelanggan. Lamanya petugas lapangan dalam menyelesaikan permasalahan jaringan di lapangan adalah terbatasnya jumlah petugas lapangan dalam memelihara dan memperbaiki jaringan internet yang bermasalah.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang”**

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Harga**

Menurut Tjiptono (2020:370) istilah harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Menurut Alma (2018:169) harga (*price*) adalah “nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Menurut Kotler dan Amstrong (2019:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat - manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Indrasari (2019:39) harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dijelaskan bahwa, jumlah uang guna pertukaran/transaksi yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu dari nilai suatu barang atas manfaat - manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Indrasari (2019:62) kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Halim dkk (2021:123) kualitas pelayanan merupakan hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen atas harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima oleh konsumen. Menurut Tjiptono (2020:59) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2019:214) mendefinisikan layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dijelaskan bahwa, Kualitas pelayanan dapat adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan atas harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima oleh konsumen.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) Kepuasan Pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Menurut Tjiptono (2020:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Menurut Kotler dan Keller (2019:33) mengatakan kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang. Menurut Irawan (2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari pengalaman dan evaluasi antara harapan dan kinerja produk atau jasa yang sesuai dengan espektasi pelanggan.

## **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:65) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan jaringan internet dan TV Broadband pada PT Netciti Persada selama tahun 2022 sebanyak 5.555 pelanggan. Jumlah sampel yang

menjadi responden dalam penelitian ini adalah 98 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda

**Tabel 3:** Regresi Linear Sederhana Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,966	,963		4,121	,000
	Harga	,894	,025	,964	35,645	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear sederhana  $Y = a + b(x)$  adalah sebagai berikut :  $Y = 3,966 + 0,894(x_1)$  Persamaan ini dapat dijelaskan bahwa, variabel Harga ( $X_1$ ) mampu memberikan arah pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Constanta  $a = 3,966$ . Nilai ini dapat disimpulkan bahwa, jika variabel Harga ( $X_1$ ) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka nilai Kepuasan (Y) akan bernilai 3,966 satuan. Koefisien Regresi  $b = 0,894$ . Nilai ini dapat disimpulkan bahwa, jika variabel Harga ( $X_1$ ) ditingkatkan satu-satuan, maka nilai Kepuasan (Y) akan bertambah sebesar 0,894 satuan.

**Tabel 4:** Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,026	1,261		3,194	,002
	Kualitas Pelayanan	,858	,032	,941	27,155	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear sederhana  $Y = a + b(x)$  adalah :  $Y = 4,026 + 0,858(x_2)$ . Persamaan ini dapat dijelaskan bahwa, variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) mampu memberikan arah pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Constanta  $a = 4,026$ . Nilai ini dapat disimpulkan bahwa, jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka nilai Kepuasan (Y) akan bernilai 4,026 satuan. Koefisien Regresi  $b = 0,858$ . Nilai ini dapat disimpulkan bahwa, jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) ditingkatkan satu-satuan, maka nilai Kepuasan (Y) akan bertambah sebesar 0,858 satuan.

**Tabel 5:** Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,313	,780		2,963	,004
	Harga	,574	,045	,619	12,769	,000
	Kualitas Pelayanan	,350	,044	,383	7,897	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.22 di atas dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  adalah :  $Y = 2,313 + 0,574(x_1) + 0,350(x_2)$ . Persamaan ini dapat dijelaskan bahwa, variabel

Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mampu memberikan arah pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Constanta  $a = 2,313$ . Nilai ini dapat disimpulkan bahwa, jika variabel Harga ( $X_1$ ) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka nilai Kepuasan ( $Y$ ) akan bernilai 2,313 satuan. Koefisien Regresi  $b_1 = 0,574$ . Nilai ini dapat disimpulkan bahwa, jika variabel Harga ( $X_1$ ) ditingkatkan satu-satuan, maka nilai Kepuasan ( $Y$ ) akan bertambah sebesar 0,574 satuan. Koefisien Regresi  $b_2 = 0,350$ . Nilai ini dapat disimpulkan bahwa, jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) ditingkatkan satu-satuan, maka nilai Kepuasan ( $Y$ ) akan bertambah sebesar 0,350 satuan.

**Uji Hipotesis**

**Tabel 6: Uji T Harga ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ )**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,966	,963		4,121	,000
	Harga	,894	,025	,964	35,645	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa, nilai  $t_{hitung} 35,645 > t_{tabel} 1,985$  atau nilai  $sig \alpha 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima, artinya Terdapat Pengaruh Parsial Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang.

**Tabel 7: Uji T Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ )**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,026	1,261		3,194	,002
	Kualitas Pelayanan	,858	,032	,941	27,155	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa, nilai  $t_{hitung} 27,155 > t_{tabel} 1,985$  atau nilai  $sig \alpha 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima, artinya Terdapat Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang.

**Tabel 8: Uji F Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3454,090	2	1727,045	1072,552	,000 <sup>b</sup>
	Residual	152,971	95	1,610		
	Total	3607,061	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa, nilai  $F_{hitung} 1072,552 > F_{tabel} 3,092$  atau nilai  $sig \alpha 0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima, artinya Terdapat Pengaruh Secara Simultan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang.

## KESIMPULAN

Terdapat Pengaruh Parsial Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 3,966 + 0,894(x1)$ . Nilai  $t$  hitung  $35,645 > t$  tabel  $1,985$  atau nilai  $\text{sig } \alpha$   $0,000 < 0,05$ . Terdapat Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 4,026 + 0,858(x2)$ . Nilai  $t$  hitung  $27,155 > t$  tabel  $1,985$  atau nilai  $\text{sig } \alpha$   $0,000 < 0,05$ . Terdapat Pengaruh Secara Simultan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear berganda  $Y = 2,313 + 0,574(x1) + 0,350(x2)$ . Nilai  $F$  hitung  $1072,552 > F$  tabel  $3,092$  atau nilai  $\text{sig } \alpha$   $0,000 < 0,05$ .

## REFERENSI

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing
- Allana, M. N. R., Hidayati, N., & Khairussalam. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna XL di Kota Banjarmasin (Studi Pada Pengguna Paket Data Internet). *Jurnal Smart Business Journal*, 1(2), 15-23.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Basuki. A. T., & Prawoto. N. (2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: Rajagrafindo Persada
- Daryanto. (2018). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2)*. Bandung. Penerbit: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen Dan. Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Fahreza, F., & Suwardi, K. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Telkom Semarang Wifi Corner. *Jurnal JOBS*. 4(1)
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A (2020). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 9*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, I. (2018). *Manajemen Pemasaran..* Yogyakarta: BPFPE.
- Halim, F. (2021) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Hamdat, A.(2020). *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen : Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Diandra Kreatif
- Hasibuan, M, S, P. (2018). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo. Press.
- Insyroh, W., & Setyowati, T. (2018). Determinan Kualitas Pelayanan, Harga dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3).
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Marketing an Introduction*. 10th Edition. Indonesia: Perason.
- Kotler, P., & Keller, K, L. (2019). *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, Inc.
- Laksana, M, F. (2019), *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* Depok: Khalifah Mediatama
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Kompetitif Pemasaran*, 2(2).
- Manap, A. (2018). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Marluthy, A., & Halilah, L. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Penyedia Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 5(1)
- Mirza, D. F., Ginting, .E. N., Putri, A. T. A., & Brutu, D. W. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Program Indihome Triple Play PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan). *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(1), 136-146
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya
- Noviyanti, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *Manajemen Forkamma*. 1(2).
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas. Universitas Udayana
- Rahmawati, A. N., & Susilowati, L. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik*, 2(3), 9-16
- Riyani, D., Larashati, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Salah Satu penyedia Jasa Internet di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 14(2), 94-101.
- Silaen, S., & Widiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media
- Sinaga, Y. A., Hayati, F. A., & Chasanah., U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rich Perfumery ITC Kuningan Jakarta Selatan. *Jurnal Feasible*, 3(1)
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3)
- Solihin, D. (2022). Service Pemasaran. Banten: CV. AA RIZKY.
- Solihin, D., & Ahyani, A. (2022). The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Electronic Word of Mouth (E-Wom) and Social Media on Purchase Intention. *Majalah Ilmiah Bijak* 19(2), 193-205.
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Umkm Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 2(3), 307-311. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>
- Solihin, D., Ahyani, A., & Susanto, N. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi online untuk Memperluas Pemasaran Produk Bagi Pac Gerakan Pemuda Ansor Di Kecamatan Pagedangan Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 3(2), 239-243. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20191>
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani., & Darmadi, (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Warga Di Kelurahan Paninggilan



Utara Ciledug. ABDI LAKSANA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.1(3).  
<http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v1i3.6869>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. W. (2014). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Suparyanto., & Rosad. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Sutoyo. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen First Media Di Surabaya Timur. *Jurnal Purna Iswara*, 2(2), 117-123
- Swastha, B, D. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Terry, R., G., & Leslie, W, R. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi: Aksara
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset
- Utami W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Serta Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. First Media Karawaci Tangerang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 27(2)
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan dalam bisnis* (3rd ed.). Jakarta: Alex.
- [www. databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)
- Yulianti, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Depublish
- Yusuf, M., & Nika, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Fiber Pada PT.Telkom Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Pencerah Publik*, 4(1)