



## **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PT. TELKOM WILAYAH MATARAM**

**Melly Agreni, Dra. Weni Retnowati, MM, Emilia Septiani, SE., MM**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mataram

E-mail: [mellyagreni21@gmail.com](mailto:mellyagreni21@gmail.com)

DOI : <https://doi.org/10.29303/jrp.v1i1.1742>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT. Telkom wilayah Mataram. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Indihome. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling*. Jumlah responden yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan alat pengumpulan data menggunakan angket secara *online*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra merek (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT. Telkom wilayah Mataram.

**Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image and service quality on customer satisfaction Indihome PT. Telkom Mataram area. The population of this research is Indihome customers. The type of research used is associative research using a sampling technique, namely non-probability sampling. The number of respondents used in this study were 100 respondents and the data collection tool used an online questionnaire. The results of this study also show that brand image (X1) and service quality (X2) together have a significant effect on customer satisfaction (Y). This shows that the variable brand image and service quality have a positive and significant influence on customer satisfaction Indihome PT. Telkom area of Mataram.*

**Keywords: Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction**

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi seperti saat ini teknologi tidaklah asing dan sangat erat dalam kehidupan setiap harinya. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Sejalan dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, tuntutan terhadap pelayanan jasa telekomunikasi semakin meningkat pula, sehingga PT. Telkom harus mampu melayani kebutuhan masyarakat dengan cara meningkatkan jumlah satuan sambungan dan mutu dari fasilitas telekomunikasi. Kepuasan setelah pembelian tergantung dari kinerja penawaran yang di bandingkan dengan harapan. Definisi Kepuasan menurut Kotler (2016:42) yaitu kepuasan adalah perasaan sangat senang atau kesan seseorang berasal dari perbandingan antar kesannya terhadap kinerja (hasilnya) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kotler (dalam Tjiptono, 2017:147) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibanding dengan harapannya.

Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Menurut Kotler (2018:355) dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, pelayanan, harga dan promosi akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan menurut Kotler (2018:87) menyatakan bahwa "kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapannya".Maka dari itu perusahaan harus berusaha mengambil hati para pelanggan untuk memperlancar jalannya produksi. Konsumen biasanya menginginkan produknya dapat membuat hati para pelanggan terpuaskan dan mempunyai kualitas produk. Jika pelanggan tidak terpuaskan, maka mereka akan menghentikan bisnisnya.

Program PT. Telkom Mataram membuat kebijakan baru dalam IndiHome dengan menghadirkan *Fair Usage Policy* (FUP). Dalam FUP tersebut, nantinya pelanggan IndiHome akan mendapatkan batas *fair usage*. Bentuk FUP dari

Telkom terhadap layanan IndiHome ini maka dapat melihat informasi pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1.1 Fair Usage Policy (FUP)**

INFORMASI FAIR USAGE POLICY		
Paket	Fair Speed (% dari Initial Speed)	Batas Fair Usage
10 Mbps	75%	>300 GB
	40%	>400 GB
20 Mbps	75%	>500 GB
	40%	>800 GB
30 Mbps	75%	>700 GB
	40%	>1200 GB
40 Mbps	75%	>900 GB
	40%	>1600 GB
50 Mbps	75%	>1200 GB
	40%	>2000 GB
100 Mbps	50%	>2000 GB

Setiap pelanggan IndiHome diwajibkan memenuhi Fair Usage Policy ini

Sumber: <http://gadgetren.com>.

Bisa dibayangkan jika pengguna IndiHome menggunakan kuota melebihi batas fair usage akan mendapatkan pengurangan kecepatan yang cukup lumayan besar. Kebijakan ini tentu akan melahirkan masalah yang baru, disamping masih banyaknya keluhan pelanggan yang belum terselesaikan.

Citra merek merupakan salah satu hal paling penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan dalam persaingan dengan kompetitor produk (*provider*) internet lainnya dan telah menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memasarkan suatu produk. Adapun data tentang jumlah pelanggan IndiHome PT.

Telkom yang berada di wilayah Kota Mataram tahun 2019 dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:



**Tabel 1.2.**  
**Jumlah Pelanggan IndiHome Wilayah  
Kota Mataram Tahun 2019/2020**

Bulan	Jumlah	Bulan	Jumlah
Januari	596	Januari	707
Februari	548	Februari	646
Maret	615	Maret	792
April	517	April	903
Mei	424	Mei	1.034
Juni	544	Juni	926
Juli	479	Juli	1.010
Agustus	497	Agustus	940
September	418	September	967
Oktober	425	Oktober	831
Nopember	458	Nopember	582
Desember	760	Desember	603
Total	6.281	Total	9.941

Sumber : Data Primer PT. Telkom, Tahun 2019 dan 2020.

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, menunjukkan bahwa terdapat perbandingan jumlah pelanggan IndiHome dari tahun 2019 adalah sebanyak 6.281 pelanggan, sementara di tahun 2020 jumlah pelanggan IndiHome sebanyak 9.941 pelanggan. Selama tahun 2019 terdapat dua kali jumlah penurunan angka pelanggan Indihome yaitu pada bulan Januari ke Februari dan Maret ke April sementara itu pada tahun 2020 terdapat empat kali penurunan jumlah pelanggan Indhome yaitu bulan Januari ke Februari, Mei ke Juni, Juli ke Agustus dan Oktober ke November. Artinya pelanggan IndiHome dari tahun ke tahun mengalami lebih banyak peningkatan yang sangat signifikan.

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk dalam hal ini adalah jasa, produk, citra merek dan ide.

Berdasarkan uraian-uraian pada latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome PT. Telkom Wilayah Mataram".

## KAJIAN PUSTAKA

### Citra Merek

Citra merek merupakan salah satu hal paling penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan dalam persaingan dengan kompetitor produk

(*provider*) internet lainnya dan telah menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memasarkan suatu produk. Keberadaan suatu merek telah dianggap penting karena merek dapat mencerminkan identitas dari suatu produk dan juga memberikan dampak tertentu kepada perusahaan dari citra yang ditimbulkannya. Semakin kuat citra merek dibenak pelanggan maka semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan untuk tetap memakai produk yang dibelinya sehingga hal tersebut dapat mengantarkan kepada kepuasan pelanggan.

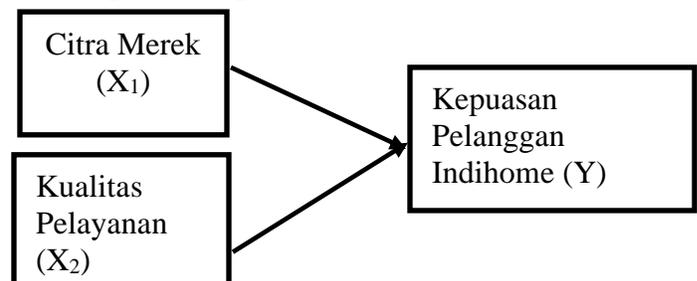
### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk dalam hal ini adalah jasa, produk, citra merek dan ide. Dalam hal ini PT. Telkom memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan.

### Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi.

### Kerangka Konseptual





## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan ialah penelitian asosiatif (hubungan) dengan metode analisis kuantitatif (data berbentuk angka). Penelitian ini dilakukan di PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Wilayah Mataram, Jl. Pendidikan No. 23, Kel. Dasan Agung Baru, Kec. Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Angket dan Observasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*. Alat pengumpulan data berupa kuisioner yang disebar secara online. Skala pengukuran variabel menggunakan skala interval dari jenjang 1-5.

**Tabel 1.3 Prosedur Analisis Skala Likert**

No	Kategori	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa nilai dari setiap item pernyataan dalam kuisioner sudah valid dengan signifikansi kurang dari 0,05 serta nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel), sehingga pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hal ini berarti bahwa setiap item pernyataan dari kuisioner yang disebar kepada responden dapat dimengerti atau diterima.

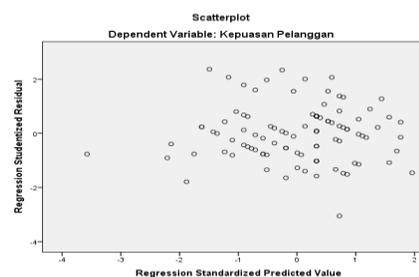
Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai dari Cronbach's Alpha dari setiap

variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisioner dalam penelitian ini reliabel.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. diketahui bahwa nilai hasil signifikansi lebih besar yaitu 0,737 dari nilai taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini membuktikan bahwa data berdistribusi secara normal.

Pada uji Heteroskedastisitas pada pengujian penelitian menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena sebaran residual membentuk penyebaran titik-titik data tidak berpola.

**Gambar 1.1 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan hasil data analisis regresi linier yang telah di olah dalam penelitian ini didapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut :

**Tabel 1.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1.733	1.383	
Citra Merek	.547	.126	.386
Kualitas Pelayanan	.328	.075	.388

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari Tabel 1.3 di atas dapat diperoleh suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,733 + 0,547x_1 + 0,328x_2$$

Selanjutnya berdasarkan uji kelayakan model (uji f) yang telah di olah dalam



penelitian ini, di dapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.4 Hasil Uji F**

Variabel	F Hitung	F tabel	sig
Citra merek			
Kualitas pelayanan	42,085	2,70	0,000

Berdasarkan Tabel 1.4 di peroleh F hitung sebesar 42,085 dan signifikan 0,000. Nilai F hitung lebih besar dibandingkan F Tabel (42,085 > 2,70) yang artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan bahwa model sudah layak.

Berikutnya berdasarkan dari hasil uji parsial (uji t) yang telah diolah dalam penelitian ini, didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.5 Hasil Uji T**

Variabel	T Hitung	T tabel	sig
Citra merek	4,329	1,984	0,000
Kualitas pelayanan	4,354	1,984	0,000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5. maka pengaruh Citra merek dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 4,329 > 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telkom wilayah Mataram serta memiliki pengaruh yang positif.
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 4,354 > 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telkom wilayah Mataram serta memiliki pengaruh yang positif

Hasil Uji koefisien determinan ( $R^2$ ) yang telah diolah, didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.6 Hasil Koefisien determinasi ( $R^2$ ) Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,682 <sup>a</sup>	,465	,454

Dari tabel 1.5 di atas tersebut dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) di peroleh sebesar 0,454. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas pelayanan hanya mempengaruhi 45,4% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 54,6% kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel lain seperti penetapan harga, pengalaman belanja, testimoni dan strategi pemasaran yang tidak dimasukkan dalam model analisis penelitian ini

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan hasil analisis pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telkom wilayah Mataram. Dapat di lihat dari t-hitung sebesar 4,329 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari alfa yang digunakan 0,05.
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telkom wilayah Mataram. Dapat di lihat dari t-hitung sebesar 4,354 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari alfa yang digunakan 0,05.

## V. DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, F. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan JNE (Studi Kasus Masyarakat Rw.06 Kelurahan Bambu Apus)*.



- Apjii. (2017). *Hasil Survei Penetrasi Pengguna Internet*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2017>
- Apjii. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2018>
- Armanto, I. D. (2018). *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome Triple Play*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p06>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Aulijaaf, A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome PT. Telkom Indonesia, Jakarta Timur*. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol, 3.
- Caroline, R. Jesica, Simarmata, P., & Murtatik, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BCA Finance Kantor Pusat Pondok Indah Jakarta Selatan*. Jakarta: Andi Offset.
- CNN Indonesia. (2020). *Netizen Cibir Jaringan IndiHome Sering Lambat Kala WFH Corona*. Yogyakarta: Gramedia Persada Utama.
- Cung, Kevin Candra, & Rizki, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna IndiHome PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk*. Di Jakarta.
- Damayanti, E. (2020). *Apa Kabar Mahasiswa Dengan Kuliah Daringnya*. Retrieved from <https://muda.kompas.id/baca/2020/04/17/apa-kabar-mahasiswa-dengan-kuliah-daringnya/>
- Fandi Tjiptono. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fatimah, S. K. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Domino's Pizza Pamulang Barat*. Jakarta: Gramedia Persada Utama.
- Fandy Tjiptono, (2017). *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*, Andi Yogyakarta: BPFE Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta)*. Yogyakarta: BPFE.
- Haryanto, A. T. (2019). *Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial*. Retrieved from <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Detikinet. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Herianto Ari Wibowo dan Moh Fausi, SH., M., (2017). *Pelayanan Konsumen*. Parama Publishing.
- IndiHome.co.id. (n.d.). *IndiHome*. Retrieved from <https://www.IndiHome.co.id/>
- IndiHome, (n.d.). *Internet IndiHome*. Retrieved from <https://www.IndiHome.co.id/internet>
- IndiHome, (2020). *Pengguna IndiHome di Wilayah Jakarta Utara tahun 2020*. Jakarta.
- Info Perusahaan BUMN dan Swasta. (2017). *BUMN-Swasta.Web.Id*. Retrieved from <http://www.bumn-swasta.web.id/2017/03/pt-telkom-akses.html>
- Kasmir, (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasturi, D., Suharyati, S., & Nastiti, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan*. *Perwira-Jurnal*.
- Kotler, P., & Armstrong, G., (2018). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson.



- Kumparantech, (2020). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020 Capai 196,7 Juta, Naik karena WFH. Retrieved from <https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL/full>
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Education.
- Mumek, L., Tampi, J. R. E., & Tamengkel, L. F. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Garuda Indonesia Airlines Kelas Ekonomi Rute Manado-Jakarta. *Productivity*. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/30036>
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Novianty, D. (2020). Riset Ini Ungkap Kualitas Layanan Fixed Broadband IndiHome Selama Pandemi. *Suara.Com*. Retrieved from <https://www.suara.com/teknologi/2020/10/12/133814/riset-ini-ungkap-kualitas-layanan-fixed-broadband-IndiHome-selama-pandemi>
- Oentoro, D. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang.
- Pengguna Internet Kala WFH Corona Meningkat 40 Persen di RI. (2020). *CNN Indonesia*.
- Putri, M. N., & Arry, W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome Pada Wilayah Antapani Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Layanan Prima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. CV. Budi Utama.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rode Sondakh, P. (2020). *Pelayanan IndiHome dan Teknisi Wilayah Jakarta Utara Sangat Tidak Layak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Publisher: Andi Offset.
- Sarjono, H. dan J. W. (2016). *Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyanto. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto, (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supranto, J., (2019). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Marius, (2017). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Timdetikinet. (2020). *Gegara Down, IndiHome Puncaki Trending Topic Twitter*. Detikinet. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5131317/gegara-down-IndiHome-puncaki-trending-topic-twitter>
- Tjiptaningsih, D. S., & Aryani, L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Fast Food Pizza Hut di Jakarta Selatan). *Online Journal & Proceeding Universitas Jendral Soedirman*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.



- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2018). Pemasaran Esensi & Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ucu, K. R. (2020). Pelanggan Keluhkan Layanan Internet IndiHome. Republika.Id. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/qi0u3r282/ampun-internet-IndiHome-bikin-naik-darah>
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. Yogyakarta: BPFE.