

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Indihome di Bandung Timur**

**Sitorus Irma Miranda Agustina<sup>1</sup>, PramithaAulia**

*<sup>1,2,3</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia*

DOI: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2280>

### **Abstrak**

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Metode Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kasual dipakai sebagai metode dalam penelitian ini. Sementara itu Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan software SmartPLS 3.0 dipakai sebagai teknik analisisnya. Sampel diambil dengan teknik non probability sampling memakai pendekatan purposive sampling yang mana didapatkan 400 orang responden yang dijadikan sampel. Didasarkan pada hasil analisis deskriptif bisa ditarik kesimpulan bahwasanya Kualitas Pelayanan termasuk pada kategori baik dengan nilai 68,35%. Kepuasan Pelanggan termasuk kategori baik dengan nilai 72,45%. Serta Loyalitas Pelanggan termasuk pada kategori baik dengan nilai 72,78%.

Didasarkan pada hasil uji hipotesis, ada pengaruh positif yang signifikan dari Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan, ada pengaruh positif yang signifikan dari Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan. Didasarkan pada hasil uji variabel intervening, ada pengaruh positif yang signifikan dari Kualitas Layanan pada Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Copyright (c) 2022 Sitorus Irma Miranda Agustina

---

Corresponding author :

Email Address : [sitorusirmamiranda@gmail.com](mailto:sitorusirmamiranda@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Dewasa ini telah jadi kebutuhan hidup yang tak bisa terpisahkan karena adanya jaringan interkoneksi ataupun yang biasa dinamakan dengan internet yang menjadi satu di antara perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin praktis dan melalui keberadaan internet menjadi lebih mudah bagi orang untuk mendapatkan informasi. Hal itu berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).



Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Dapat dijelaskan bahwa tahun 2017 hingga 2018 pertumbuhan penduduk meningkat dengan kenaikan persentase sebesar 0,63% dalam satu tahunnya dengan total jumlah penduduk 264.161.600 Juta orang, Dengan begitu persentase kenaikan pengguna internet pun bertambah sebesar 10,12% dengan total pengguna internet 171.176.716,8 juta. Dengan begitu bisa dibuat kesimpulan bahwa begitu pesatnya pengguna internet dari tahun 2017 yang hanya 143,26 juta jiwa dengan populasi penduduk Indonesia 262 juta orang.

Di Indonesia kontribusi pengguna internet yang terbesar berada di pulau Jawa, dengan menjadi pulau yang pengguna internet terbanyak sebesar 55,7% pengguna dan provinsi Jawa Barat menjadikan pengguna internet terbanyak sebesar 16,7%. Pengguna internet di Indonesia setiap harinya rerata waktu yang diperlukan untuk memakai internet melebihi 3 sampai 4 jam dengan persentase 14,1%, Sedangkan pada persentase 19,4% responden menjadi yang terbanyak dalam menggunakan internet dengan waktu 8 jam ke atas. (diakses dari Apjii.or.id, 20 Oktober 2019)

Melihat waktu dan penggunaan internet dimana penetrasi penggunaan internet yang begitu banyaknya dari tahun 2017 sampai 2018 yang semakin menunjukkan peningkatannya tidak sedikit, dengan begitukesempatan terbuka lebar untuk banyak perusahaan yang mencoba memasuki ranah bisnis dalam bidang Internet Provider terutama dalam penyedia jasa Internet tetap *fixed*. Hal ini didasarkan atas survey pengguna internet tetap *fixed* dengan banyaknya brand yang digunakan masyarakat pada tahun2018 (diakses dari Apjii.or.id, 20 Oktober 2019)



Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Dapat dijelaskan bahwa tahun 2017 hingga 2018 pertumbuhan penduduk meningkat dengan kenaikan persentase sebesar 0,63% dalam satu tahunnya dengan total jumlah penduduk 264.161.600 juta orang, Dengan begitu persentase kenaikan pengguna internet pun bertambah sebesar 10,12% dengan total pengguna internet 171.176.716,8 juta. Dengan begitu bisa dibuat kesimpulan bahwa begitu pesatnya pengguna internet dari tahun 2017 yang hanya 143,26 juta jiwa dengan populasi penduduk Indonesia 262 juta orang.

Di Indonesia kontribusi pengguna internet yang terbesar berada di pulau Jawa, dengan menjadi pulau yang pengguna internet terbanyak sebesar 55,7% pengguna dan provinsi Jawa Barat menjadikan pengguna internet terbanyak sebesar 16,7%. Pengguna internet di Indonesia setiap harinya rerata waktu yang diperlukan untuk memakai internet melebihi 3 sampai 4 jam dengan persentase 14,1%, Sedangkan pada persentase 19,4% responden menjadi yang terbanyak dalam menggunakan internet dengan waktu 8 jam ke atas. (diakses dari Apjii.or.id, 20 Oktober 2019).

Tabel 1. Top Brand Kategori ISP

MERЕК	2019	2020	2021
INDIHOME	39,8%	36,7%	34,6%
FIRSTMEDIA/FASTNET	29,9%	23,1%	24,2%
BIZNET.NET	8,3%	8,2%	10,8%
INDOSATM2	8,9%	4,5%	4,1%
JUMLAH	129.803	1.593.657	2.097.000

Sumber: Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award (topbrand-award.com)

Dari tabel 1 terlihat adanya persaingan dari perusahaan telekomunikasi di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, PT Telkom merupakan perusahaan yang diminati dan memimpin

pasar internet di Indonesia dengan produk IndiHome dengan TBI 34,6%, Indihome masih menjadi salah satu provider penyedia jasa internet yang di pilih oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dari tabel diatas terlihat loyalalitas konsumen terhadap Indihome seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna Indihome, agar tetap mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, PT Telkom perlu senantiasa berupaya melakukan peningkatan pelayanan publik dan stabilitas kemudahn jangkauan kualitas jaringan IndiHome. Dimana IndiHome merupakan di antara produk layanan dari PT Telkom Indonesia yaitu paket layanan komunikasi serta telekomunikasi yang terdiri dari internet, telepon rumah (voice), serta layanan televisi interaktif (U See TV Cable, IP TV).

Berdasarkan table dibawah ini terlihat penurunan pengguna Provider Internet pada Indihome penurunan pada pengguna provider dikarenakan jaringan dan kualitas pelayanan yang kurang baik sehingga kebutuhan konsumen tidak terpenuhi dan terganggu konsumen banyak memberikan keluhan dan hal tersebut berlangsung terus menerus membuat konsumen kecewa.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini ditujukan untuk melakukan uji pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Metode penelitiannya memakai metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kausal, yang dianalisis dengan Structural Equation Modeling (SEM) melalui software SmartPLS 3.0. sampel ditentukan dengan memakai teknik non probability sampling melalui pendekatan purposive sampling, yang mana didapatkan sampel 400 orang responden. Didasarkan pada hasil analisis deskriptif bisa ditarik kesimpulan bahwasanya Kualitas Pelayanan yang bernilai 68,35% ada pada kategori baik. Kepuasan Pelanggan yang bernilai 72,45% ada pada kategori baik. Serta Loyalitas Pelanggan yang ber nilai 72,78% berada pada kategori baik. Didasarkan pada hasil uji hipotesis, ada pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan, ada pengaruh positif yang signifikan dari Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan. Didasarkan pada hasil uji variabel intervening, ada pengaruh positif yang signifikan dari Kualitas Layanan pada Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif diterapkan untuk menggambarkan nilai tanggapan dari 400 responden pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, serta loyalitas pelanggan Indihome. Berikut merupakan hasil tanggapan responden tentang variabel-variabel tersebut.

#### a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 2. berikut ini merupakan hasil pengolahan data tanggapan responden melalui kuesioner mengenai kualitas pelayanan menurut pengguna Indihome.

Tabel 2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

NO	PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH	SKOR TOTAL	SKOR IDEAL	%	KATEGORI
		ST S (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)					
1	<i>Customer Service Indihome cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan</i>	2	32	86	220	58	400	1320	2000	66%	BAIK

2	Customer Service Indihome handal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	2	26	140	162	70	400	1472	2000	73,6 %	BAIK
3	Customer Service Indihome merespon pelanggan yang ingin mendapat pelayanan	2	18	138	170	72	400	1492	2000	74,6 %	BAIK
4	Indihome melakukan pelayanan dengan cepat	0	66	100	152	82	400	1350	2000	67,5 %	BAIK
5	Indihome melakukan pelayanan dengan cermat	2	38	120	176	64	400	1462	2000	73,1 %	BAIK
6	Semua keluhan pelanggan Indihome direspon dengan baik	2	30	140	170	58	400	1452	2000	72,6 %	BAIK
7	Indihome memerikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan	0	70	98	172	58	400	1412	2000	70,6 %	BAIK
8	Indihome aktif menggunakan sosial media	0	24	132	172	72	400	1492	2000	74,6 %	Baik
9	Indihome memberikan kenyamanan dalam melakukan pelayanan	2	14	126	194	64	400	1504	2000	75,2 %	Baik
10	Proses pelayanan pada Indihome sangat mudah	4	38	116	178	64	400	1460	2000	73%	Baik
11	Akses pelanggan pada pelayanan Indihome sangat mudah	2	36	106	192	64	400	1480	2000	74%	Baik

12	Indihome sangat mendahulukan kepentingan pelanggannya	2	38	132	176	46	400	1408	2000	70,4 %	Baik
13	Customer Service Indihome melayani dengan sikap ramah	0	20	126	180	74	400	1508	2000	75,4 %	Baik
14	Customer Service Indihome melayani pelanggan dengan sikap sopan santun	0	12	120	198	70	400	1526	2000	76,3 %	Baik
15	Customer Service Indihome menghargai setiap pelanggannya	0	10	133	174	84	400	1535	2000	76,75 %	Baik

Tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) dapat diuraikan sebagai berikut

#### Customer Service Indihome cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan

Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut mendapat persentase sebanyak 66% dari skor ideal, yang mana masuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya menurut pengguna INDIHOME, Customer Service INDIHOME cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan.

Customer Service Indihome handal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut memperoleh persentase sebanyak 73,6% dari skor ideal, yang mana masuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwa menurut pengguna INDIHOME, Customer Service INDIHOME handal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Customer Service Indihome merespon pelanggan yang ingin mendapat pelayanan. Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut memperoleh persentase sebanyak 74,6% dari skor ideal, yang mana masuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya menurut pengguna INDIHOME, Customer Service INDIHOME merespon pelanggan yang ingin mendapat pelayanan.

#### Indihome melakukan pelayanan dengan cepat

Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut memperoleh persentase sebanyak 67,5% dari skor ideal, yang mana masuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya menurut pengguna INDIHOME, INDIHOME melakukan pelayanan dengan cepat.

#### Indihome melakukan pelayanan dengan cermat

Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut mendapat persentase sebanyak 73%

dari skor ideal, yang mana masuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya menurut pengguna Indihome, Indihome melakukan pelayanan dengan cermat.

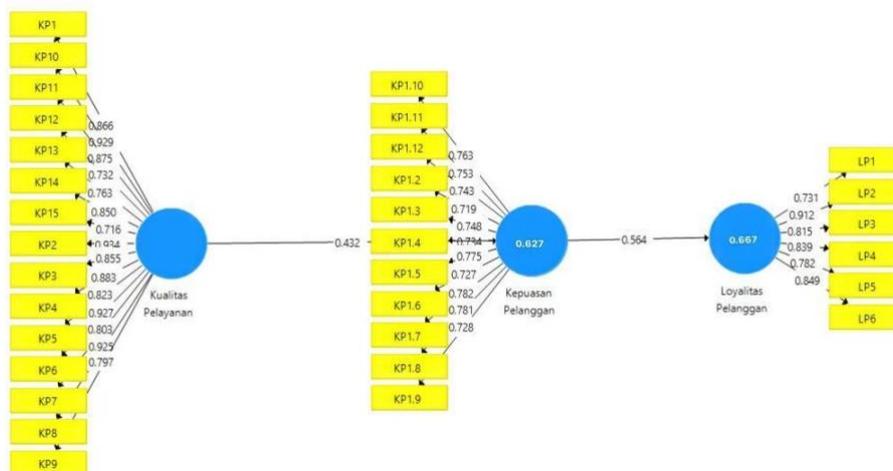
Semua keluhan pelanggan Indihome direspon dengan baik. Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut memperoleh persentase sebanyak 72,6% dari skor ideal, yang mana masuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya menurut pengguna Indihome, semua keluhan pelanggan direspon dengan baik oleh INDIHOME.

### Indihome memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan

Tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut memperoleh persentase sebanyak 70,6% dari skor ideal, yang mana masuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya Indihome memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.

Analisis data yang digunakan dalam rangka mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Streaming Berlangganan Indihome dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening, dalam penelitian ini digunakan metode analisis Structural Equation Modelling (SEM).

Outer model ataupun Model pengukuran adalah model yang memperlihatkan bagaimanakah hubungan tiap indikator terhadap variabel latennya. Di sini ada 3 variabel laten yang dilakukan pengukuran melalui 33 indikator. Untuk melakukan uji menggunakan Outer model ataupun model harus ada pengujian validitas serta pengujian reliabilitas terhadap berbagai indikator yang dipakai. Uji tersebut dilaksanakan memakai software SmartPLS 3.0. sementara itu outer model dari penelitian ini.



Gambar 2. Outer Model Structural Equation Modelling  
Sumber : Hasil Olah Data Peneliti dengan SmartPLS version 3.0, 2022  
Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Convergent validity pada model pengukuran melalui indikator reflektif bisa diketahui melalui korelasi diantara item indikator terhadap nilai konstruksya. Convergent validity berprinsip bahwasanya berbagai pengukur pada sebuah konstruk harus memiliki korelasi yang tinggi. Pengujian validitas melalui SMART PLS 3.0, sebuah indikator bisa dinyatakan valid jika mempunyai angka loading factor > 0,7 serta angka AVE >0,5 (Ghozali dan Latan, 2015:74).

Tabel 3. Hasil Validitas Konvergen

VARIABEL	INDIKATOR	FAKTOR LOADING	AVE	KESIMPULAN
KUALITAS PELAYANAN (X)	KP1	0.866	0.720	VALID
	KP2	0.934		VALID
	KP3	0.855		VALID
	KP4	0.844		VALID
	KP5	0.823		VALID
	KP6	0.927		VALID
	KP7	0.802		VALID
	KP8	0.925		VALID
	KP9	0.797		VALID
	KP10	0.929		VALID
	KP11	0.875		VALID
	KP12	0.733		VALID
	KP13	0.764		VALID
	KP14	0.850		VALID

**Sumber :** Hasil Olah Data Peneliti dengan SmartPLS version 3.0, 2022

### Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Discriminant validity adalah memperbandingkan angka AVE dari tiap konstruk terhadap korelasi diantara konstruk yang lain dari model, apabila angka AVE konstruk melebihi korelasi dengan keseluruhan konstruk yang lain artinya dinyatakan mempunyai discriminant validity yang baik. Untuk mengukur validitas diskriminan dapat didapatkan dengan memakai Fornell Lacker serta crossloadings.

### Pembahasan Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, responden mengatakan Kualitas Pelayanan yang diberikan Indihome baik. Hal ini senada dengan riset dari Mediana (2020) yang mengungkapkan bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan tergolong pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya kemampuan Indihome untuk memberikan pelayanan kepada penggunanya sudah baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh akses pelayanan yang mudah di media sosial, respon yang sopan dan ramah walau masih belum cepat tanggap.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, responden mengatakan Kepuasan Pelanggan yang dirasakan oleh pengguna Indihome sudah baik. Selain itu responden mengatakan bahwa merasakan kemudahan dalam melakukan pembayaran pada Indihome Hal ini sejalan dengan riset dari Jenny (2018)

yang mengungkapkan bahwasanya variabel Kepuasan Pelanggan pada Indihome termasuk pada kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya kepuasan pelanggan terhadap Indihome sudah baik.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan hasil penelitian menunjukkan Loyalitas Pelanggan

pada pengguna Indihome sudah baik. Selain itu responden mengatakan bahwa akan merekomendasikan Indihome kepada orang terdekatnya. Hal ini senada dengan riset dari Mediana (2020) yang menyatakan bahwasanya variabel Loyalitas Pelanggan termasuk dalam kategori cukup.

### Pembahasan Uji Hipotesis

Angka R-square dari variabel Loyalitas Pelanggan adalah 0,667, hal tersebut menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan senilai 66,7% dan sisanya 33,3% mendapat pengaruh dari variabel lainnya yang tidak dilibatkan pada penelitian yang dilakukan. Angka tersebut lebih kecil dari 0,75 yang berarti Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan cukup kuat dalam mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Hal ini didukung oleh teori Kotler dan Keller (2007) yang menyebutkan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh serta kepuasan konsumen dapat membentuk minat melakukan pembelian ataupun penggunaan ulang sebuah produk. Berarti makin baiknya bentuk pelayanan yang diberikan serta didukung oleh tingkat kepuasan yang tinggi tentu saja dapat membentuk loyalitas dari konsumen.

Kotler (2003) mengatakan bahwa keterkaitan diantara kepuasan dengan loyalitas yaitu ketika pelanggan mendapatkan taraf kepuasan paling tinggi yang memunculkan kekuatan ikatan emosional serta komitmen yang berjangka panjang terhadap merek perusahaan. Produk serta layanan yang bermutu memiliki peranan penting untuk membangun kepuasan pelanggan, di samping juga memiliki keterkaitan erat untuk menghasilkan keuntungan untuk perusahaan. Makin berkualitaskannya suatu produk serta layanan yang perusahaan sajikan terhadap pelanggannya, maka kepuasan yang pelanggan rasakan akan makin tinggi. Sedangkan nilai R-square untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,627 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 62,7% dan 37,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai ini berada diatas angka 0,75 yang artinya Kualitas Pelayanan memberi pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan.

## SIMPULAN

Kualitas Pelayanan pada layanan Indihome Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan termasuk dalam kategori baik. Dari keseluruhan item pernyataan variabel Kualitas Pelayanan semua termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat merepresentasikan Indihome sudah menjalankan pelayanannya dengan baik. Kepuasan Pelanggan pada layanan aplikasi Indihome Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kategori baik. Dari keseluruhan item pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan semua termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat merepresentasikan kepuasan pelanggan pada pengguna Indihome sudah baik. Loyalitas Pelanggan pada layanan aplikasi Indihome Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Pelanggan termasuk dalam kategori baik. Dari keseluruhan item pernyataan variabel Loyalitas Pelanggan terdapat satu pernyataan yang mendapat tanggapan responden yang rendah dengan mendapatkan kategori cukup baik, yaitu pernyataan saya akan menceritakan hal positif setelah menggunakan layanan berlangganan Indihome.

## Referensi :

Basuki. (2016). Analisis Regresi. Jakarta: Rajawali Pers.

Echdar. (2017). *Metedeologi Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor:Ghalia

Indonesia.

Harlan, J. (2018). *Analisis Regresi Linier*. Depok: Gunadarma.

Hikmawati, F. (2018). *Metedeologi Penelitian*. Jakarta :Rajawali Pers. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidin (Pendekatan Kuantitatif ,*

*Kualitatif & R&D*. Kota Bandung :Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualittif, dan R&D)*. Kota Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kulitatif dan Kombinasi)*. Kota Bandung:Alfabeta.

Sujarweni. (2015). *Metedeologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta:Salemba. Sukestiyarno. (2014). *Statistika Dasar*. Yogyakarta:CV Andi Offest.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* . Yogyakarta:ANDI. Widodo. (2017). *METEDEOLOGI PENELITIAN POPULER DAN PRAKTIS* .

Depok :Rajagrfindo.

Zahrah, F. N., Indrawati, I., & Djatmiko, T. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Bandung*. *eProceedings of Management*, 4(3).

Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome*. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.

PRATAMA, M. A., Widad, A., & Nailis, W. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN OPERATOR TELKOMSEL DENGAN KEPUASAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA*

*UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDRALAYA (Doctoral dissertation, Sriwijaya University)*.

ADYGUNA, A. P. (2020). *ANALISIS PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA INDIHOME DI UNIVERSITAS HASANUDDIN (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Hasanuddin Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin)*.

Hidayat, R. (2009). *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 11(1), 59-72.

PRAKOSO, R. A., & KHASANAH, I. (2020). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN*

*PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Indihome di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis)*.

DAMSIR, M. L. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN INDIHOME DI PEKANBARU*

(Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).

- Purnama, A., & Juju, H. U. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROSES TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Indihome Di Kantor Pelayanan Lembong Bandung) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Hidayat, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Dyantara Cipta Persada Di Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(3).
- Kurnia, H. Y. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN GRAB DI KOTA YOGYAKARTA).
- Putri, M. N., & Widodo, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Wilayah Antapani Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).