

# 10. santoso 196-206.pdf

## ***Analisis Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Indihome Di Surabaya***

Yudivan Ilham Santoso, Nindya Kartika Kusmayati<sup>2</sup>, Muslikhun<sup>3</sup>, Taufik Kurniawan<sup>4</sup>

1 STIE Mahardhika Surabaya

2 STIE Mahardhika Surabaya

3 STIE Mahardhika Surabaya

4 STIE Mahardhika Surabaya

email: ; [yudivanilhamsantoso@gmail.com](mailto:yudivanilhamsantoso@gmail.com), [nindya.kusmayati@stiemahardhika.ac.id](mailto:nindya.kusmayati@stiemahardhika.ac.id),  
[muslikhun@stiemahardhika.ac.id](mailto:muslikhun@stiemahardhika.ac.id), [taufik.kurniawan@stiemahardhika.ac.id](mailto:taufik.kurniawan@stiemahardhika.ac.id)

Received: 17-09-2023

Revised: 18-10-2023

Accepted: 26-11-2023

### **Abstract:**

*This study aimed to determine the service quality, satisfaction, and trust of Indihome customers in Surabaya. In this study, researchers used baseline data from customers using the Indihome network. The approach used in this research is the descriptive qualitative method. Interviewing is a technique used to explain research but not to draw more general conclusions. This study used seven respondents living in Surabaya as the research sample. The results of this study are as follows: 1.) Service quality influences the improvement of Indihome services. 2.) Happiness affects improving Indihome services. 3.) Trust has an impact on improving Indihome services. Based on the research results, it is hoped that the company will continue to improve the quality of its services and products so that customers are happier and remain loyal to Indihome products.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust

## **INTRODUCTION**

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bidang usahanya adalah penyediaan jasa telekomunikasi kepada masyarakat baik sambungan telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri. Telkom Access sendiri berkomitmen untuk menyediakan akses data dan komunikasi tanpa batas dan bertujuan untuk menyediakan koneksi internet berkualitas tinggi dan terjangkau sebagai bagian dari perluasan infrastruktur jaringan. PT. Telekomunikasi Indonesia melalui anak perusahaannya PT. Telkom Access memiliki peran ganda: di satu sisi sebagai perusahaan yang membutuhkan keuntungan, dan di sisi lain sebagai penunjang pembangunan yang memaksa PT Telkom Access memilih kinerja yang lebih baik untuk kepentingan pelanggannya. Ada beberapa ISP di Indonesia seperti IndiHome, FirstMedia, Biznet, Myrepublic dan Iconnet. Meski memiliki banyak pesaing, Indihome merupakan layanan online yang telah diakui sebagai top brand selama beberapa tahun. Bahkan, jumlah pelanggan Indihome menurun drastis di tahun 2018. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu adanya keluhan pelanggan terhadap jaringan WiFi Indihome yang sering drop secara tiba-tiba, jaringan yang tiba-tiba lemot dan tidak stabil, serta kecepatan

This is an open access article under [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



proses pengaduan konsumen yang tidak stabil.

Kualitas layanan adalah penilaian pelanggan atas keunggulan keseluruhan kinerja dan pemeliharaan layanan (Qayyum (2013) dalam Aslam et al (2018:181). Kualitas layanan yang lebih tinggi meningkatkan kepuasan saat membeli produk yang sama dan memengaruhi perilaku pembelian pelanggan (Venetis et al., 2000) Aslam et al (2018:181). Gronroos (1984), Kasiri dkk (2017:92) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dua dimensi, yaitu kualitas teknis dan kualitas fungsional. Pelanggan tidak hanya tertarik pada kualitas teknis yang mereka terima sebagai layanan, tetapi juga pada bagaimana kualitas fungsional juga dituntut oleh konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang, yang diperoleh dari membandingkan persepsi produk atau hasil kinerja dengan harapannya, seperti yang dijelaskan oleh Kotler dalam Kasiri et al. (2017:92). Grisaffe di Najib (2019:427) mengatakan bahwa salah satu indikator kepuasan adalah terpenuhinya harapan pelanggan dan pelanggan mungkin memiliki niat untuk membeli lagi. Dengan memenuhi harapan pelanggan dari review pelanggan terhadap produk atau jasa, maka pelanggan merasa puas dan membeli kembali produk/jasa tersebut.

Kepercayaan didefinisikan dalam Leninkumar sebagai harapan umum seseorang bahwa perkataan orang lain dapat dipercaya (2017:451). Patrick V dalam Leninkumari (2017:451) memandang kepercayaan pelanggan sebagai pikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang terjadi ketika pelanggan merasa bahwa penyedia jasa dapat dipercaya untuk menjalankan perilakunya dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Konsumen yakin bahwa kebutuhan mereka akan memenuhi harapan. Penelitian ini menggunakan indikator menurut Mcknight et al Lee (2015:98) mengatakan bahwa ada tiga kualitas yang dimiliki oleh kepercayaan, yaitu kemampuan, kebajikan dan kejujuran. Yang dimaksud dengan kapabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sedemikian rupa sehingga konsumen dapat yakin bahwa harapannya dapat terpenuhi.

## **METHOD**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Ulfatin (2013:24) Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang fenomena yang salah satu ciri utamanya adalah pengungkapan naratif. Secara umum, penelitian kualitatif biasanya digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Ketika semua aspek fenomena berhasil dipelajari, peneliti ingin mengetahui deskripsi fenomena secara keseluruhan dengan deskripsi kata-kata naratif yang komprehensif untuk mendapatkan pemahaman tentang fenomena atau masalah yang menarik perhatian.

Populasi adalah keseluruhan elemen yang digunakan sebagai domain generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan objek yang akan diukur, yang mewakili unit yang diteliti (Sugiyono, 2019). Populasi penelitian ini terdiri dari pelanggan IndiHome yang kriterianya telah menjadi pelanggan produk IndiHome minimal selama 3 bulan. Pencarian data menggunakan data wawancara dengan 7 responden dengan pertimbangan tertentu berdasarkan beberapa kriteria antara lain.

### **Kualitas Layanan**

Faktor dominan yang menentukan kualitas pelayanan adalah Parasuraman et al.:

- A. Keandalan Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - Pengetahuan khusus panitera dalam proses pelayanan.
  - Kemampuan petugas menggunakan tools (IT tools) selama proses pelayanan.
- B. Responsiveness Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - Menanggapi setiap pelanggan yang meminta layanan.
- C. Agen melakukan pelayanan dengan cepat, akurat dan hati-hati.
  - Pekerja kasus menanggapi semua keluhan pelanggan.
- D. Asuransi Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - Karyawan menjamin layanan tepat waktu.
  - Pejabat memberikan jaminan tentang keamanan biaya pelayanan.

### **Kepuasan**

Indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2013), yaitu:

- a. Perasaan puas.
- b. Selalu membeli produk.
- c. Akan merekomendasikan kepada orang lain.
- d. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

### **Kepercayaan Pelanggan**

Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menjadi panduan terbentuknya hubungan jangka panjang yang berdasarkan kepercayaan. Berry dalam Ismail (2014) bahwa faktor yang menjadi dasar terciptanya kepercayaan dalam perusahaan yaitu persepsi kecakapan dan kejujuran dalam perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Berry, Parasuraman dan Zeithaml yang menyatakan bahwa kompetensi dalam perusahaan jasa merupakan alat yang penting yang mendasari kepercayaan konsumen (Ismail, 2014), sehingga indikator yang digunakan dalam mengukur kepercayaan konsumen adalah:

- a. Kompetensi perusahaan.
- b. Kejujuran perusahaan.
- c. Keandalan perusahaan.

### Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan IndiHome, maka pengukuran responden terhadap variabel penelitian ini digunakan distribusi frekuensi dan skala likert nilai rata-rata (mean). Skala pengukuran yang digunakan adalah:

Tabel Tingkat Presentase

Tingkat Layanan	Persentase	Deskripsi
4,20 – 5,00	84% - 100%	Sangat Baik
3,40 – 4,19	68% - 83,9%	Baik
2,60 – 3,39	52% - 67,9%	Cukup Baik
1,80 – 2,59	36% - 51,9%	Tidak Baik
1,00 – 1,79	20% - 35,9%	Sangat Tidak Baik

Sumber: Peneliti 2023

Untuk menerangkan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan IndiHome. Dari pernyataan responden ini akan diperoleh nilai rata-rata tertinggi sampai dengan nilai terendah.

## RESULT

### Kualitas Pelayanan

Pelanggan pengguna layanan IndiHome mendapatkan kualitas pelayanan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada pelanggan sebagaimana dapat table sebagai berikut:

Tabel Kualitas Pelayanan

No	Item	Rata - Rata	Keterangan
<b>Kehandalan (Reliability)</b>			
1.	PT. Telkom Indonesia memiliki kecepatan pelayanan baik terhadap pelanggan.	4.06	Baik
2.	IndiHome dijual dengan harga yang wajar.	4.39	Sangat Baik
3.	Petugas melayani dengan ramah dan penuh senyum.	4.11	Baik
4.	Petugas selalu siap membantu setiap kali dibutuhkan	3.95	Baik
5.	Petugas memberikan jaminan kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan dengan maksimal.	4.12	Baik
Rata - rata		4.12	Baik
<b>Ketanggapan (Responsiveness)</b>			
6.	Petugas cepat tanggap terhadap keluhan konsumen.	4.41	Sangat Baik
7.	Petugas mampu memberikan penyelesaian terhadap setiap permasalahan yang dihadapi pelanggan.	4.27	Sangat Baik
8.	Terjadinya komunikasi yang baik	4.10	Baik

	antara petugas dan pelanggan.		
9.	Konsumen mendapatkan informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang semua produk yang disediakan.	4.01	Baik
Rata – rata		4.19	Baik
<b>Jaminan (assurance)</b>			
10.	Petugas mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam bekerja	4.39	Sangat Baik
11.	Produk IndiHome yang ditawarkan terjamin kualitasnya.	4.43	Sangat Baik
12.	Produk Indihome yang diberikan sangat sesuai dengan produk yang diterima oleh konsumen atau pelanggan.	4.30	Sangat Baik
13.	Petugas melayani dengan penuh keramahandan santun	4.30	Sangat Baik
Rata – Rata		4.35	Sangat Baik
<b>Empati (empathy)</b>			
14.	Petugas memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen	4.53	Sangat Baik
15.	Petugas memberikan pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial.	4.41	Sangat Baik
16.	Konsumen merasa nyaman selama mempergunakan produk Indihome	4.10	Baik
17.	Peralatan yang digunakan dalam melayanin pelanggan terlihat sudah sangat modern	3.76	Baik
Rata – rata		4.20	Sangat Baik

Sumber: Peneliti 2023

Berdasarkan table di atas jika dilihat dari nilai mean atau rata-ratanya dari kehandalan (reliability) pernyataan ini mendapatkan skor rata-rata sebesar 4.12 atau dalam kategori baik. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan pengguna layanan IndiHome mendapatkan kualitas pelayanan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen, ketanggapan (responsiveness) pernyataan ini mendapatkan skor rata-rata sebesar 4.19 atau dalam kategori baik. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan pengguna layanan IndiHome mendapatkan kualitas pelayanan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen, Keyakinan (assurance) pernyataan ini mendapatkan skor rata-rata sebesar 4.35 atau dalam kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan pengguna layanan IndiHome mendapatkan kualitas pelayanan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen, Empati (empathy) pernyataan ini mendapatkan skor rata-rata sebesar 4.20 atau dalam kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan pengguna layanan Indihome mendapatkan kualitas pelayanan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen.

### Kepuasan

Pelanggan pengguna layanan IndiHome mendapatkan kepuasan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen sebagaimana dapat table sebagai berikut:

Tabel Kepuasan

No.	Item	Rata - Rata	Keterangan
1.	Saya merasa mendapatkan manfaat sesuai harapan dan keinginan saya	4.44	Sangat Baik
2.	Saya merasa produk IndiHome memberikan jaminan atau kualitas yang sesuai dengan yang dipromosikan	4.28	Sangat Baik
3.	Saya merasakan kepuasan terhadap pemakaian IndiHome	4.28	Sangat Baik
4.	Saya merasa promosi yang disampaikan IndiHome sesuai dengan pelayanan dan produk yang didapatkan pelanggan	4.35	Sangat Baik
5.	Setiap keluhan dari pelanggan dengan cepat diatasi oleh para petugas IndiHome	4.57	Sangat Baik
Rata - rata		4.37	Sangat Baik

Sumber: Peneliti 2023

Berdasarkan table di atas jika dilihat dari nilai mean atau rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan skor rata-rata sebesar 4.16 atau dalam kategori sangatbaik. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan pengguna layanan Indihome mendapatkan kepuasan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen.

### Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen sebagaimana dapat table sebagai berikut:

Tabel Kepercayaan Pelanggan

No.	Item	Rata - Rata	Keterangan
1.	Saya akan tetap mempergunakan layanan indihome sebagai produk yang baik dari PT Telkom Indonesia	4.03	Baik
2.	Selain membeli produk indihome, saya juga akan membeli produk lain yang dijual oleh Telkon Indonesia	4.60	Sangat Baik
3.	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarga saya untuk mempergunakan layanan IndiHome	4.03	Baik
4.	Saya tidak akan tertarik untuk mempegunakan layanan internet selain IndiHome	3.83	Baik
5.	Saya akan menunggu kembali produk terbaik lainnya dari PT Telkom Indonesia	4.39	Sangat Baik

6.	Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai produk IndiHome kepada teman-teman saya	4.48	Sangat Baik
Rata - rata		4.22	Sangat Baik

Sumber: Peneliti 2023

Berdasarkan table di atas jika dilihat dari nilai mean atau rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan skor rata-rata sebesar 4.20 atau dalam kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan pengguna layanan Indihome mendapatkan loyalitas pelanggan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan pada konsumen.

### **Profil PT. Telkom Surabaya Selatan**

Telkom Surabaya Selatan adalah kantor utama yang berada di Jl. Ketintang No. 156, Gayungan - Surabaya. Kantor tersebut merupakan service center bagi pelanggan pengguna layanan internet Indihome yang mencakup sekitaran Surabaya Selatan. Tetapi terdapat juga beberapa kantor Telkom yang tersebar di Surabaya Selatan, hanya saja kantor yang tersebar tersebut sebagai tempat pembayaran dan permintaan pemasangan baru layanan Indihome. Penelitian ini akan meneliti tentang faktor penting yaitu menganalisa kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan jaringan internet Indihome yang diberikan.

### **Komitmen Telkom Meningkatkan Kualitas Layanan Indihome**

Internet merupakan sarana untuk mendukung berbagai aktivitas. Oleh karena itu, Telkom berupaya untuk terus meningkatkan kualitas layanan IndiHome bagi pelanggan. Kualitas layanan Indihome terus ditingkatkan di segala aspek. Secara teknologi, IndiHome menggunakan jaringan digital Indonesia berbasis teknologi fiber optic yang membentang dari barat hingga timur Indonesia. Pelanggan semakin dimanjakan dengan jaringan fiber optic yang dapat menawarkan layanan koneksi internet cepat. Kualitas koneksi juga lebih stabil dan handal, yang tidak mudah.

Upaya mewujudkan komitmen peningkatan kualitas layanan tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti luasnya wilayah Indonesia dengan topologi yang unik. Namun dengan kerja keras dan inovasi, pelayanan prima dapat diberikan kepada pelanggan. Untuk itu Telkom sangat mengharapkan kontribusi yang konstruktif dari setiap pelanggan agar bisa mendapatkan layanan terbaik dari Telkom, khususnya layanan Indihome.

### **Indihome Utamakan Kepuasan Pelanggan Dengan Berbagai Inovasi**

Komitmen Indihome untuk menyediakan layanan internet bagi masyarakat Indonesia terus berkembang. Berbagai inovasi dikedepankan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Layanan internet berkecepatan tinggi Tbk, PT Telkom Indonesia (Persero), telah melakukan berbagai upaya sepanjang tahun untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dalam hal



konektivitas digital dan layanan loyalitas. Dalam hal koneksi digital, telah ada inovasi seperti meningkatkan rasio upload dan download untuk mempercepat download pelanggan, meningkatkan throughput atau bandwidth terukur aktual dan mengurangi latency, memungkinkan pelanggan untuk menjelajah internet lebih cepat dan lebih stabil. Inovasi yang diterapkan di bidang loyalitas pelanggan juga mencakup Kecepatan lebih tinggi, harga sama, klasifikasi segmen pelanggan yang berharga, alokasi poin bonus dan banyak manfaat menarik lainnya bagi pelanggan.

Program ini memungkinkan pelanggan setia IndiHome untuk mendapatkan keuntungan dari peningkatan kecepatan internet tanpa biaya tambahan. Kebutuhan masyarakat Indonesia untuk menggunakan internet terus meningkat. Hal ini ditandai dengan perubahan kecepatan paket internet yang dipilih pelanggan secara signifikan. Selain inovasi layanan dan produk, wilayah layanan Indihome telah meluas hingga 498 kota dan wilayah administratif di Indonesia. Indihome mengupayakan jangkauan layanan yang mencakup seluruh wilayah Indonesia agar masyarakat dapat menggunakan layanan Internet untuk kebutuhan fungsional yang tidak terbatas. Visi Indihome adalah menciptakan ekosistem digital dengan metode one stop service untuk pelanggan setia dan masyarakat.

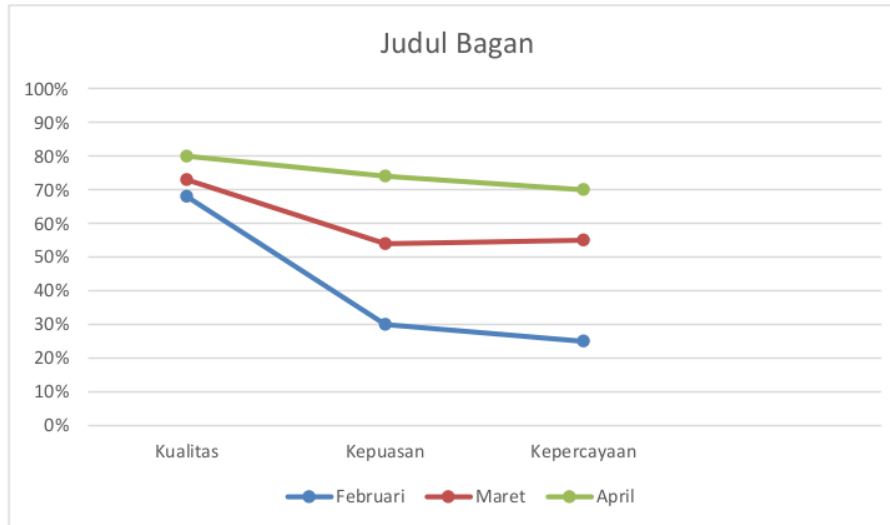
#### **Kepercayaan Pelanggan Indihome Tembus Mencapai Angka 9 Juta**

Tahun 2022 adalah tahun yang penuh optimisme karena bertepatan dengan berakhirnya pandemi Covid-19. Setelah masyarakat harus beraktivitas di rumah selama dua tahun terakhir, kehidupan sosial ekonomi masyarakat tahun ini berangsur-angsur mendekati normal seperti sebelum pandemi. Namun, di pertengahan tahun, optimisme tersebut terganggu oleh fenomena banyak perusahaan digital yang melihat efisiensi bisnis dan tenaga kerja. Bahkan, Indihome bisa melanjutkan pertumbuhan positif dari segala sisi. Yang pertama adalah pertumbuhan pelanggan baru IndiHome yang akan terus bertambah hingga akhir tahun 2022.

Secara khusus, Indihome menyebut konsumsi data masyarakat melalui Indihome telah melampaui 60 petabyte (60 juta gigabyte), dan jumlah perangkat yang terhubung ke jaringan Indihome telah mencapai lebih dari 180 juta perangkat. Jumlah yang terkoneksi cukup besar mengingat jumlah pelanggan Indihome sekitar 9 juta pelanggan hingga kuartal III 2022. Salah satu prioritas Indihome adalah pemerataan koneksi internet secara nasional. Karena itu, fokusnya adalah membangun jaringan di daerah. Hingga akhir tahun 2022, Indihome akan menjangkau 499 dari 514 kota/pemerintahan. Artinya, penetrasi layanan IndiHome secara nasional meningkat menjadi 97 persen. Indihome juga optimistis mampu melanjutkan perkembangan positif digitalisasi nasional ke depan yang semakin inklusif. Ekonomi digital terbukti mampu mengakselerasi pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, Indihome sangat optimis menyambut tahun 2023 dan menjadi bagian dari perkembangan ekosistem digital

nasional.

**Diagram Persentase Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Indihome Per. Februari - April**



Tabel Grafik Data Indihome Pada Bulan Februari, Maret, dan April

Sumber: Peneliti 2023

Grafik di atas merupakan hasil data responden kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap Indihome di Surabaya Selatan. Pada bulan Februari produk Indihome di Surabaya Selatan mengalami penurunan yang dimana kepercayaan pelanggan di angka 25% dan kepuasan 30%. Hal itu terjadi dikarenakan pada bulan Februari banyak terjadi gangguan pada jaringan Indihome yang disebabkan faktor internal maupun eksternal dan juga banyak pesaing yang memberikan paket internet dengan harga murah.

Namun di bulan selanjutnya pada bulan Maret hingga bulan April, produk Indihome mengalami peningkatan pada nilai Kualitas, Kepuasan pelanggan, dan Kepercayaan pelanggan. Telkom terus melakukan peningkatan pada segi SDM dengan melakukan berbagai training dan memunculkan berbagai inovasi agar kualitas Indihome yang diberikan dapat meningkatkan nilai kepuasan dan kepercayaan di masyarakat.

Pertama, pelanggan yang ingin memakai produk Indihome juga dapat di pengaruhi oleh aspek kualitas layanan dan kualitas produk yang terbaik. Pelanggan lebih cenderung untuk memakai produk Indihome dan menyarakannya kepada orang lain karna menawarkan produk berkualitas dan layanan pelanggan yang sangat baik.

Kedua, jumlah kepuasan dan kepercayaan pelanggan meningkat lebih banyak dari bulan sebelumnya karna banyaknya konsumen yang sudah puas untuk memakai produk tersebut.

Ketiga, dengan adanya kualitas layanan indihome yang semakin tahun semakin membaik, maka pelanggan semakin puas terhadap produk Indihome ini, rasa kepercayaan pelanggan juga semakin tinggi jika menggunakan produk Indihome.

### CONCLUSION

Berdasarkan analisis data dan hasil wawancara yang dilakukan, kesimpulan penelitian ini adalah :

1. Kualitas layanan berdampak besar bagi pelanggan Indihome Wifi. Dengan kata lain, peningkatan kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan pelanggan.
2. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap pelanggan Indihome Wifi. Artinya, peningkatan kepuasan berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan.
3. Kepercayaan berdampak besar bagi pelanggan Wi-Fi Indihome. Dengan kata lain, pertumbuhan kepercayaan memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan pelanggan.
4. Diharapkan perusahaan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya agar pelanggan dapat lebih senang dan tetap setia menggunakan produk Indihome.
5. Mengenai kehandalan, ada tanggapan negatif dari pelanggan yaitu pada cuaca buruk ada masalah dengan koneksi internet. Oleh karena itu perusahaan perlu meningkatkan dan memperbaharui kualitas sistem dan internet agar tidak terganggu dan tetap stabil saat cuaca buruk.
6. Untuk dimensi *responsive* sebaiknya perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan baru dan lama agar lebih memahami *product knowledge* secara menyeluruh, sehingga karyawan dapat lebih tanggap terhadap permasalahan dan keluhan konsumen.
7. *Dimension Assurance* mendapat respon negatif dari instalasi online. Kendala yang ditemui adalah kurangnya peralatan pada saat instalasi internet. Oleh karena itu, teknisi harus selalu menyiapkan semua peralatan yang diperlukan selama pemasangan dalam kondisi lokasi apapun dan koordinator peralatan juga harus selalu memeriksa ketersediaan peralatan yang dibutuhkan oleh teknisi untuk menghindari kekurangan lebih lanjut dan keluhan pelanggan selama pemasangan.

### ACKNOWLEDGEMENT

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya penelitian ini.

**BIBLIOGRAPHY**

- Achmad, Shandy Asri. (2017). Officer 1 Pull Support Telkom Regional 3 Jawa Barat.
- Arokiasamy, AnanthaRaj A., dan Abdul Ghani Kanesan bin Abdullah. (2013).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). Survei Internet APJII.
- Grewal, Dhruv. and Michael Levy. (2012). Marketing, Third Edition, New York: McGraw-Hill.
- Indotelco, (2017) Tak mudah membangun akses fixed broadband di Indonesia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). Marketing Management, Fourteenth Edition, England: Pearson Education.
- Swa. (2016) Telkom Group Raih Penghargaan Top IT dan Telco 2016.
- Telkom Indonesia. (2016). Customer Satisfaction and Loyalty Survey Telkom Regional 3 Jawa Barat.
- Tjiptono, Fandy. (2012). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sunyoto, Danang. (2013). Teori, Kuesioner dan Analisis Data. Yogyakarta: Graha Ilmu.

# 10. santoso 196-206.pdf

---

ORIGINALITY REPORT

---

**2%**

SIMILARITY INDEX

---

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

★ojs.unik-kediri.ac.id

Internet

**2%**

---

EXCLUDE QUOTES      ON

EXCLUDE SOURCES      OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY   ON

EXCLUDE MATCHES      OFF