Management Studies and Entrepreneurship Journal
Vol 3(2) 2022 : 722-730

The Effect of Indihome Customer Complaint Service on Customer Loyalty of PT Telkom Akses Bandung Barat

Pengaruh Pelayanan Keluhan Pelanggan Indihome terhadap Loyalitas Pelanggan PT Telkom Akses Bandung Barat

Megarani Putri Santoso[1], Shafina Amalia Az'Zahra[2], Widwi Handari Adji[3]
Politeknik Piksi Ganesha Bandung[123]
megarani39@gmail.com[1] , shafina.amalia99@gmail.com[2] , widwihandari@gmail.com[3]

ABSTRACT
The purpose of this research is to find out the influence of indihome customer complaint services on customer loyalty to PT Telkom Akses Bandung Barat, the method used in this study is to use quantitative methods that are descriptive, the population in this study is 100 respondents, the method used using questionnaires, the analysis used is validity test, reliability test, simple linear regression equation, correlation coefficient, determination coefficient, and hiipotesis test, the results of the study using a correlation coefficient of 0.667 showed that the relationship of the influence of indihome customer complaint service on customer loyalty had a significant impact with a Determination coefficient of 44.4%, As for the novelty of this study, in addition to the quality of service obtained also a positive influence on the use of information technology on customer satisfaction and loyalty . This is of course a consideration for PT. Telkom Akses Bandung Barat to further utilize it to improve the quality of service.
***Keywords** : Complaint Service, Customer Loyalty*

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan keluhan pelanggan indihome terhadap loyalitas pelanggan pada PT Telkom Akses Bandung Barat, metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif, populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden, metode yang dipakai menggunakan angket, analisis yang di pakai yaitu uji validitas, uji reliabilitas, persamaan regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hiipotesis, hasil penelitian menggunakan koefisien korelasi 0,667 menampilkan bahwa hubungan pengaruh pelayanan keluhan pelanggan indihome terhadap loyalitas pelanggan memiliki dampak yang signifikan dengan koefisien Determinasi 44,4%. Adapun kebaruan pada penelitian ini, selain kualitas layanan yang didapatkannya juga terdapat pengaruh positif atas pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tentunya hal ini bisa menjadi pertimbangan bagi PT.Telkom Akses Bandung Barat untuk lebih memanfaatkannya guna meningkatkan kualitas pelayanan.
Kata Kunci : Pelayanan Keluhan , Loyalitas Pelanggan

1. Pendahuluan

Pada era digital saat ini sistem teknologi, informasi, serta komunikasi sangat pesat perkembangannya. Perkembangan tersebut memicu akses layanan internet yang cepat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Dengan adanya internet yang cepat tanpa batas, semua orang dapat mengakses banyak hal mulai dari pembelajaran secara online hingga berkomunikasi dengan kerabat yang berjarak relatif jauh. Menggunakan internet pada saat ini telah menjadi hal lumrah bagi semua orang bukan hanya menjadi kebutuhan bagi para pelaku usaha *(e-business)* saja, namun sudah menjadi *lifestyle* atau kebutuhan masyarakat untuk menjalankan aktivitas mereka.

Pada saat ini hampir semua masyarakat lebih banyak beraktivitas dari rumah, baik itu bekerja atau sekolah karena dipengaruhi oleh diterapkannya PSBB akibat Covid-19, pembatasan yang sedang dilakukan seperti sistem kerja WFH *(Work from Home)* dan sistem pembelajaran jarak jauh, menjadikan masyarakat diimbau melakukan pembatasan jarak atau *social distancing* agar penyebaran virus Covid-19 dapat berkurang. Maka dari itu kebutuhan internet yang

Copyright © 2022 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license

memiliki kapasitas besar dengan kecepatan tinggi dan juga koneksi internet yang stabil sangat dibutuhkan untuk menunjang itu semua. Hal ini mengakibatkan perusahaan Telekomunikasi memiliki peluang yang sangat besar untuk menawarkan jasa Internet.

PT. Telkom Akses yang disingkat menjadi PTTA yaitu anak dari perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia yang bergerak dalam bidang konstruksi pembangunan Infrastruktur dan operasional pada layanan internet yang mengelola *service* jaringan. Pada tanggal 12 Desember 2012 PTTA didirikan di depan Notaris dengan Akta No.20 pada tanggal 26 November 2012. Hingga saat ini PTTA sudah mulai tersebar di seluruh penjuru Indonesia untuk berinovasi untuk memajukan layanan akses informasi dan komunikasi tanpa batas untuk para pengguna di seluruh Indonesia. Produk dari PTTA salah satunya yaitu indiHome yang telah didirikan sejak tahun 2015. Produk layanan dari indiHome itu sendiri berupa *triple play service* atau dikenal dengan komunikasi suara, data, dan video.

Indihome *Triple Play* merupakan salah satu produk dari PT. Telkom Akses bergerak dalam bidang jasa layanan konstruksi dan manajemen infrastruktur jaringan dengan produk-produknya yaitu Indihome. Saat ini, jaringan Indihome telah berkembang di seluruh wilayah di Indonesia yang telah tercatat memiliki 8,3 juta pelanggan tersebar di 496 kabupaten/kota. Produk Indihome memiliki kecepatan Internet yang tinggi, mendapatkan akses masuk hingga 100 Mbps. Internet yang digunakan yaitu teknologi serat optik yang membuat masyarakat dapat menikmati jaringan lebih stabil dan lebih cepat saat mendapatkan akses ke Internet. Demikian pula, Indihome dapat menawarkan banyak pilihan program dan opsi kecepatan bersih sesuai dengan keinginan para pelanggannya (Indihome, n.d.). “PT Telkom Akses memiliki dedikasi untuk memberikan penawaran koneksi internet yang luar biasa dan memastikan kepuasan bagi semua kliennya “(Anonymous, 2017). (Tjiptono, 2018) ”dalam memasarkan, kepuasan pelanggan yaitu aspek utama untuk menentukan pencapaian suatu perusahaan, karena impian suatu perusahaan dapat dicapai jika pelanggan senang dengan suatu layanan atau produk”.

PT. Telkom Akses butuh melakukan berbagai upaya agar dapat mempertahankan loyalitas para pelanggan terhadap perusahaan dan tidak beralih ke perusahaan pesaing berbeda. Loyalitas pelanggan yaitu komitmen untuk berlangganan atau membeli kembali suatu produk tersebut. Secara berkala (Latief et al., 2019; Adriana 2017). Namun berdasarkan ulasan CNN Indonesia (2020), saat pandemi covid-19 cukup banyak pelanggan yang mengajukan keluhan melalui media sosial khususnya twitter karena ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan internet Indihome yang mengalami gangguan saat akan digunakan berkegiatan khususnya WFH (*Work from Home*)(Mahira et al., 2021; Muzammil dkk 2018). Oleh karena itu untuk menghadirkan loyalitas konsumen, perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang tepat. Selain itu juga perusahaan sangat perlu untuk meningkatkan kualitas pelayan mulai dari sarana penunjang yang akan digunakan oleh konsumen, seperti sambungan yang secara berkala di uji kualitasnya apakah masih layak digunakan atau harus dilakukan pembaharuan agar pelanggan yang menggunakan merasa puas dan tetap berlangganan. Hal tersebut sangat berpengaruh dan diyakini sebagai kunci utama dalam memenangkan persaingan antar perusahaan penyedia *service* jaringan.

2. Tinjauan Pustaka

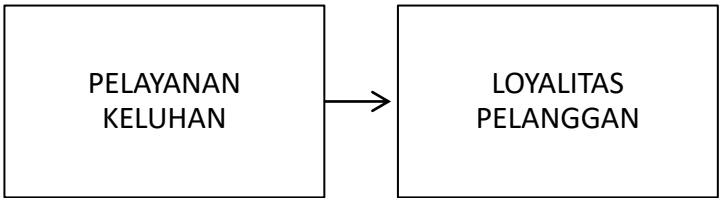
Keluhan Pelanggan

Keluhan pelanggan yaitu bentuk sebuah penyampaian keinginan pelanggan yang timbul karena ketidakpuasan dengan barang atau jasa. “Pada dasarnya keluhan pelanggan dibagi menjadi 2 yaitu keluhan yang dapat disampaikan secara lisan dan disampaikan secara tertulis” (Kotler & Keller, 2009).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan pada suatu objek, salah satunya terhadap produk yang disukai. (Tjiptono, 2009) menjelaskan bahwa, loyalitas yaitu dedikasi pelanggan terhadap merek, toko atau penyedia layanan berdasarkan pola pikir yang benar-benar menguntungkan sehingga pelanggan akan melakukan pembelian berulang. Pelanggan yang memiliki rasa loyal akan benar-benar setia serta berkomitmen untuk merekomendasikan serta membela perusahaan serta produk yang dihasilkan perusahaan tersebut apabila terjadi hal-hal negative (Ndun 2019).

Model penelitian Empiris



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Ho: Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan keluhan pelanggan IndiHome terhadap Loyalitas pelanggan PT.Telkom Akses Bandung Barat

H1: Diduga ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan keluhan pelanggan IndiHome terhadap Loyalitas pelanggan PT. Telkom Akses Bandung Barat

3. Metode Penelitian

Metode Analisis Data

Metode Analisis data dengan menggunakan Uji Validitas, uji reliabilitas, persamaan regresi linier sederhana, kolerasi sederhana, koefisien determinasi dan uji signifikansi.

Populasi dan Sampel

Menurut pernyataan (Sugiyono, 2016) “populasi termasuk objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan”, populasi dalam penelitian “Pengaruh Pelayanan Keluhan Pelanggan IndiHome Terhadap Loyalitas Pelanggan PT.TELKOM AKSES BANDUNG BARAT” pada bulan November berjumlah 2363 keluhan dan bulan Desember berjumlah 2117 keluhan, maka total keluhan selama 2 bulan yaitu sebesar 44880. Dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh hasil perhitungan untuk jumlah sampel penelitian sebesar 100 responden.

“Teknik dalam pengambilan Sampel peneliatian ini yakni menggunakan teknik Quota sampling yang artinya teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan”(Sugiyono, 2014). Dalam Penelitian ini, jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 15 sampel sesuai dengan jumlah kuantitas yang ingin diputuskan oleh penulis. Berdasarkan teori ini, maka sampel penelitian yang diperlukan sebanyak 100.

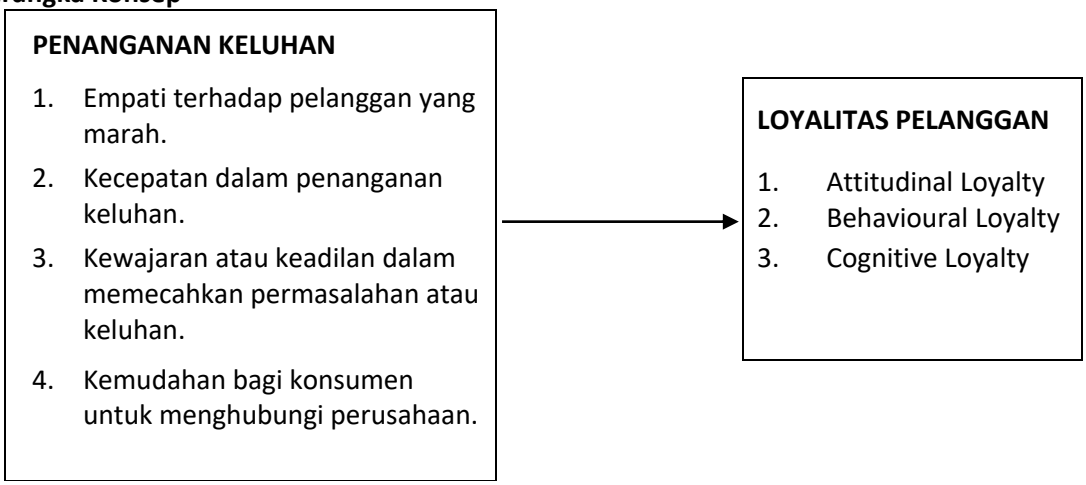
Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di PT. Telkom Akses Konstruksi Bandung Barat yang beralamat di Kantor Jl. Rajawali Barat No.101 Kota Bandung – Jawa Barat. Penelitian berlangsung selama kurun waktu 2 (dua) bulan yaitu sejak tanggal 08 November 2021 hingga 08 januari 2022.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis data primer, Pengumpulan data tersebut menggunakan cara penyebarkan kuesioner yang dibuat melalui applikasi *google form* dan dibagikan kepada responden yang telah atau sedang berlangganan Indihome di wilayah Bandung Barat.

Kerangka Konsep



Gambar 2. Desain Indikator Penelitian

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil uji validitas variabel Pelayanan Keluhan Pelanggan (X)

Dasar pengambilan keputusan uji validitas berdasarkan nilai r hitung dengan r tabel:

r hitung > r tabel = valid

r hitung < r tabel = tidak valid

R tabel = N = 100 = 0,195

Keputusan uji validitas, sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas X

Nopernyataan	R hitung	R tabel 5% (N=100)	Keterangan
1	0,741	0,195	Valid
2	0,697	0,195	Valid
3	0,723	0,195	Valid
4	0,616	0,195	Valid
5	0,783	0,195	Valid
6	0,765	0,195	Valid
7	0,774	0,195	Valid
8	0,756	0,195	Valid
9	0,736	0,195	Valid
10	0,724	0,195	Valid
11	0,689	0,195	Valid
12	0,809	0,195	Valid
13	0,714	0,195	Valid
14	0,797	0,195	Valid
15	0,776	0,195	Valid
16	0,778	0,195	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Hasil uji validitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 2. Uji Validitas Y

Nopernyataan	R hitung	R tabel 5% (N=100)	Keterangan
1	0,702	0,195	Valid
2	0,595	0,195	Valid
3	0,648	0,195	Valid
4	0,575	0,195	Valid
5	0,732	0,195	Valid
6	0,713	0,195	Valid
7	0,707	0,195	Valid
8	0,660	0,195	Valid
9	0,601	0,195	Valid
10	0,615	0,195	Valid
11	0,572	0,195	Valid
12	0,319	0,195	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Hasil uji reliabilitas variabel Pelayanan Keluhan Pelanggan (X)

Tabel 3. Reliability X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,947	16

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Nilai Cornbach's Alphanya yaitu 0,947 > 0,60, sebagaimana dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas dapat disimpulkan semua butir yaitu reliabel .

Hasil uji reliabilitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 4. Reliability y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,850	12

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Nilai Cornbach's Alphanya yaitu 0,850 > 0,60, sebagaimana dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas dapat disimpulkan semua butir yaitu reliable.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 5. Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

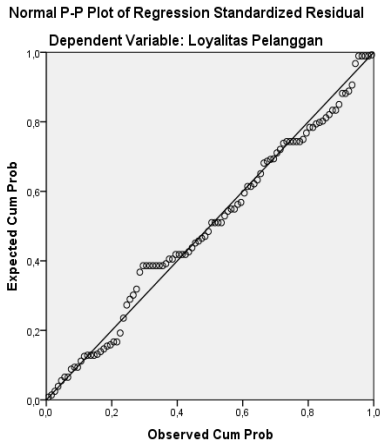
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		3,16620284
Most Extreme Differences	Absolute		0,096
	Positive		0,055
	Negative		-0,096
Test Statistic			0,096
Asymp. Sig. (2-tailed)			,025[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,305[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,293
		Upper Bound	0,316

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Dari tabel Kolmogorov Smirnov Monte Carlo Sig. (2-tailed) diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,305 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.



Gambar 2. Normalitas P-P Plot

Jika melihat pada diagram normal *P-P plot regression standardized*, keberadaan titik-titik terlihat menyebar disekitar garis serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal namun tidak sejajar dengan garis Maka nilai residual tersebut terdistribusi normal .

Hasil Uji Mulitikolinearitas

Tabel 6. Mulitikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,670	2,350		5,817	0,000		
	Pelayanan Keluhan Pelanggan	0,422	0,048	0,667	8,853	0,000	1,000	1,000

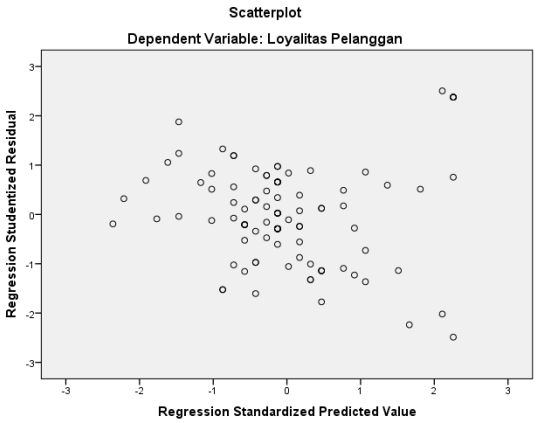
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Nilai *cutoff* yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu tolerance, apabila nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,10, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas .

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflaction Factor* (VIF) dari kedua variabel yaitu kurang dari 10 dan nilai Tolerance diatas 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel tidak terjadi pesoalan multikolinieritas .

Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Hasil Uji Hipotesis
Koefisien Determinasi

Tabel 7. Kosifisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667[a]	0,444	0,439	3,18232

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Keluhan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

R Square = 0,444 angka koefisien determinasinya (R2). Artinya variansi dalam loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan keluhan pelanggan melalui model sebesar 44,4%, sisanya (55,6%) berasal dari variabel lain .

Hasil Uji F

Tabel 8. Uji F Hipotesis

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	793,701	1	793,701	78,374	,000[b]
	Residual	992,459	98	10,127		
	Total	1786,160	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan Keluhan Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Rumusan Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat pengaruh Pelayanan Keluhan Pelanggan Indihome Terhadap Loyalitas Pelanggan

H1 : Terdapat pengaruh Pelayanan Keluhan Pelanggan Indihome Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dasar Pengambilan Kesimpulan:

Jika nilai Sig. < 0,05, artinya Ho ditolak

Jika nilai Sig. > 0,05, artinya Ho diterima

Hasil :

Berdasarkan pengujian didapatkan harga F hitung sebesar 78,374 dengan Sig. Sebesar 0,000. karena nilai sig. < 0,05 maka **Ho ditolak dan H1 diterima** yang artinya Terdapat pengaruh Pelayanan Keluhan Pelanggan Indihome Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari output diatas dapat diketahui titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji T

Tabel 9. Regresi Linier Sederhan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,670	2,350		5,817	0,000
	Pelayanan Keluhan Pelanggan	0,422	0,048	0,667	8,853	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Pada bagian ini ditampilkan persamaan garis regresi dan pengujiannya. Persamaan garis regresi dapat diperoleh dari kolom **Unstandardized Coefficients (B) .** Dengan demikian **persamaan garis regresinya yaitu:**

Y' = 13,670 + 0,422 X

Untuk variabel Pelayanan Pelanggan ditemukan nilai b = 0,442 dengan t = 8,853 dan Sig. = 0,000. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka Ho ditolak dan H1 diterima, yang artinya Pelayanan Keluhan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tabel 10. Koefisien Korelasi

Correlations

		Pelayanan Keluhan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
Pelayanan Keluhan Pelanggan	Pearson Correlation	1	,667**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,667**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Olahan SPSS (2022)

Berdasarkan nilai Sig. (2-tailed) dari output di atas diketahui nilai Sig. (2-tailed): Dari output di atas dapat diketahui nilai Sig. (2-tailed) Pelayanan Keluhan Pelanggan (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) yaitu sebesar 0,000 < 0,05, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Keluhan Pelanggan (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y), dengan nilai r sebesar 0,667 Yang artinya berkorelasi Kuat

5. Penutup

Kesimpulan

Pada pengamatan ini peneliti memiliki alasan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan keluhan loyalitas pelanggan PT.Telkom Akses Bandung Barat terhadap loyalitas pelanggan, peneliti sudah melakukan analisis dengan mendapatkan jumlah 100 responden, sehingga dapat di simpulkan bahwa kebutuhan internet yang memiliki volume yang cukup besar dengan kecepatan tinggi dan juga mendapatkan koneksi internet yang stabil sangat dibutuhkan untuk menunjang semua para pelanggan internet Indihome. Saat ini, jaringan Indihome sudah menyebar ke seluruh tempat di Indonesia yang sudah tercatat memiliki 8,3 juta orang pelanggan yang tersebar di 496 kabupaten/kota. Namun berdasarkan ulasan CNN Indonesia (2020), saat pandemi covid-19 cukup banyak pelanggan yang mengajukan keluhan

melalui media sosial khususnya twitter karena ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan internet Indihome yang mengalami gangguan saat akan digunakan berkegiatan khususnya WFH (*Work from Home*). Oleh karena itu pelayanan keluhan pelanggan harus benar benar di atasi secara cepat dan maksimal, menurut hasil penelitian yang saya bahas di atas dengan hasil Koefisien Determinasi (KD) 44,4% sangat berdampak terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan keluhan pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan di PT Telkom Akses Bandung Barat.

Saran

Perusahaan sangat perlu meningkatkan kualitas layanan mulai dari fasilitas pendukung untuk dapat digunakan oleh pelanggan, termasuk koneksi yang mungkin secara berkala diperiksa baik apakah mereka masih layak digunakan atau harus diperbarui sehingga klien yang menggunakan puas dan tetap berlangganan. Meningkatkan Kepuasan pelanggan bertujuan untuk menciptakan pelanggan loyal. Hal ini karena kepuasan merupakan kunci perusahaan untuk membentuk Loyalitas pelanggan, seperti halnya kualitas layanan yang baik juga dapat menghasilkan pelanggan yang loyal. Akan tetapi produk yang memiliki kualitas baik tidak selalu mempengaruhi Loyalitas, loyalitas dapat diperoleh apabila pelanggan merasa senang. Dengan demikian pihak PT.Telkom Akses Bandung Barat perlu berupaya untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan. Untuk peneliti berikutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa diharapkan untuk melihat dan mempelajari lebih lanjut hal-hal tentang masalah-masalah yang terdapat pada perusahaan yang akan diteliti secara khusus dan berbagai perangkat secara modern dengan memasukkan faktor-faktor lain yang mencakup kepercayaan, sarana dan infrastruktur tetapi juga dianjurkan untuk mencoba menggunakan strategi kualitatif dalam mendapatkan data dan informasi agar lebih akurat.

Daftar Pustaka

Andriana, F. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Fiber Di PT. Telkom Divisi Regional III Home Service II Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Menejemen Pemasaran. *Penerbit: Erlanggga. Jakarta*.

Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, *11*(2), 173–182.

Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, *2*(1), 1267–1283.

Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Inovasi*, *8*(3).

Ndun, L. A. (2019). Analisis pengaruh e-service quality dan perceived value terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan layanan internet Indihome. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, *3*(1).

Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. ALFABETA.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA.

Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa. Yogyakarta: CV. Andi*.

Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dan Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.