

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jaringan Speedy Telkom Di Kota Nganjuk

Rendi Setiawan

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nganjuk
rendisetiawano73076@gmail.com

Suparni

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nganjuk
suparni@stienganjuk.ac.id

***Abstract:** Consumer behavior is closely related to the purchase decision. Quality of service is something that is able to fulfill the desire or needs of the customer to know the wants and needs of the consumer. Price has two main role in buyer decision process, that is role of allocation and information information. The purpose of this research is to prove and explain the influence of service quality and price simultaneously to user satisfaction using Telkom speedy service in Nganjuk area.*

The type of research used in this research is asosatif research with quantitative approach. Type and source of research data in the form of primary and secondary data. Data collection techniques are questionnaires distributed to 75 respondents including households, teachers, cafes, private (agency office) using Slovin formula. Data analysis technique using multiple linear rgrensi analysis using statistic t test to test partially and F significance test for simultaneous washing

The results of this study prove that (1) service quality partially influence on consumer decisions using Telkom services speedy. This means that the first hypothesis is acceptable and verifiable (2) the price has a partial effect on the consumer's decision to use telkom speedy service in the Nganjuk area. Means that the second hypothesis can be accepted and can be proven kebenarannya (3) User satisfaction simultaneously affect the consumer decisions using Telkom speedy service in the area nganjuk. This means that the third hypothesis is acceptable and can be proven to be true.

***Keywords:** Service Quality, Price, User Satisfaction, and Telkom speedy.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di masa ini komunikasi merupakan kebutuhan dasar dari kehidupan masyarakat. Manusia tidak pernah bisa lepas dari komunikasi, karena komunikasi merupakan salah satu cara manusia sebagai makhluk sosial untuk berinteraksi dengan sesama dan dengan lingkungannya. Komunikasi juga merupakan sarana untuk transfer informasi. Seiring dengan kebutuhan manusia di era serba maju yang

menginginkan kecepatan, ketepatan, dan kemudahan dalam segala hal, komunikasi pun juga berkembang.

Salah satu bentuk perkembangan komunikasi yang paling pesat adalah yang biasa kita sebut dengan internet. Internet menurut tata bahasa, berasal dari bahasa Yunani "*inter*" yang berarti "antara". Sementara itu menurut situs Wikipedia, internet merupakan singkatan dari *Interconnection-networking* yang merupakan sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap komputer. Perkembangan komunikasi yang paling pesat adalah yang biasa kita sebut dengan internet. Telkom yang berkualitas tinggi bagi perumahan serta SME (*Small Medium Enterprise*)

Internet merupakan salah satu contoh dari bentuk komunikasi sebagai suatu sarana yang memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, bahkan menciptakan fenomena yang fundamental dalam memberikan informasi-informasi di berbagai lapisan dunia nyata yang sangat menakjubkan bagi setiap lapisan masyarakat. Terutama masyarakat ilmiah yang sering mencari berbagai data dan informasi, bahkan untuk saat ini pengetahuan anak-anak mengenai internet punterkadang sudah lebih unggul dari orang dewasa.

Penyelenggara jasa akses internet, biasa disebut *Internet Service Provider/ISP*, mempunyai jaringan baik secara domestik maupun internasional sehingga jumlah penyelenggara ISP di Indonesia berkembang makin pesat. Salah satu penyelenggara ISP di Indonesia adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang selanjutnya disingkat PT Telkom. PT Telkom yang berlokasi di Kota Nganjuk merupakan Badan Usaha Milik Negara dan penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Nganjuk.

Sebagai perusahaan pemegang jasa telekomunikasi terbesar di negeri ini, PT Telkom Nganjuk meluncurkan jasa layanan Telkom *Speedy* yang menjanjikan kecepatan dan kenikmatan berselancar yang lebih baik daripada pendahulunya, yaitu Telkomnet Instant. Layanan ini, sebagaimana yang dulu, tetap mengharuskan konsumen untuk memiliki line telepon (dan tentu saja sebuah modem) untuk bisa menggunakan layanan ini.

Sejak tahun 2004 lalu, PT Telkom Tbk meluncurkan layanan akses Internet broadband baru berbasis teknologi ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) yang disebut *Speedy*. *Speedy* adalah produk Telkom berupa layanan akses Internet berkualitas tinggi bagi rumah tangga serta bisnis skala kecil dan menengah. Dengan layanan ini, jaringan akses telepon pelanggan ditingkatkan kemampuannya menjadi jaringan digital berkecepatan tinggi, sehingga selain mendapatkan fasilitas telepon (*voice*), pelanggan juga dapat melakukan akses internet (*dedicated*) dengan kecepatan

(*downstream*) yang tinggi (sampai dengan 384 Kbps). *Speedy* memberikan koneksi ke internet yang lebih cepat dibanding menggunakan layanan *dial-up* biasa.

Pembangunan telekomunikasi di Indonesia bertujuan memberikan pelayanan yang memadai kepada masyarakat dan pemakai jasa telekomunikasi yang berskala *global* khususnya di bidang internet. Persaingan dunia industri yang semakin ketat secara langsung maupun tidak langsung mendorong setiap perusahaan industri, tidak terkecuali industri informasi dan telekomunikasi khususnya PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk untuk terus menerus selalu meningkatkan kualitas performansinya agar tetap *exist* dan unggul dibanding para *competitor*-nya. Oleh karena itu, perusahaan selalu melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik lagi untuk setiap aspeknya. Salah satu cara untuk mengetahui performansi perusahaan saat ini adalah mendapatkan informasi dari pelanggan terhadap kepuasan layanan yang telah diberikan oleh PT. Telkom khususnya area Nganjuk.

Untuk memberikan kualitas jasa yang baik kepada pelanggan PT. Telkom yang ada di Kota Nganjuk Jawa Timur juga harus memberikan fasilitas pelayanan dan kepuasan total bagi pelanggannya, pelayanan tersebut harus mampu memenuhi dan menjawab segala kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan karena yang terjadi kenyataannya adalah sering terjadi gangguan *speedy*, seperti koneksi internet yang lambat dikarenakan beberapa faktor, seperti faktor cuaca yang buruk dan terjadi kerusakan pada kabel ke koneksi telepon yang sudah rusak. Sehingga membuat pelanggan merasa terganggu ketika menggunakan jaringan internet *speedy* dan menghambat aktifitas pelanggan yang sedang menggunakan internet khususnya keluhan pelayanan ini sering terlambat ditangani atau diatasi oleh PT. Telkom kota Nganjuk sehingga pelanggan merasa kurang puas.

Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jaringan *speedy* di kota Nganjuk ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jaringan *speedy* di kota Nganjuk ?

KAJIAN PUSTAKA

Kajian Teori

Pengertian speedy Telkom / internet

Penyelenggara jasa internet yang dimiliki oleh Telkom Indonesia. *Speedy* berbasis teknologi Akses *Asymmetric Digital Subscriber Line* (ADSL) dan *Gigabyte*

Passive Optical Network (GPON) dengan menggunakan jaringan fiber optic sampai ke rumah atau *Fiber To The Home* (FTTH).

Telkom Indonesia menghadirkan layanan indiHome berbasis *triple-play*. IndiHome menghadirkan layanan akses internet melalui jalur telepon dan fiber optik, sebagai layanan telepon berbasis internet, dan IPTV sebagai layanan televise digital.

Speedy menyediakan kecepatan berdasarkan paket berlangganan mulai dari 1 mbps hingga 100 mbps, kecepatan rata-rata tersebut berubah-ubah dan berbeda-beda tergantung kondisi jaringan yang disesuaikan kondisi dan situasi setempat (terjadi pada *Speedy* ADSL),

Definisi Operasional Variabel

Kualitas Pelayanan

Adapun dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*). Berdasarkan pengertian kualitas, baik yang konvensional maupun yang lebih strategis bahwa pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok:

- a. Kualitas terdiri atas sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung, maupun keistimewaan aktraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kepuasan atas penggunaan produk.
- b. Kualitas terdiri atas segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. (dalam Lijan Poltak Sinambela, 2010:6)

Harga

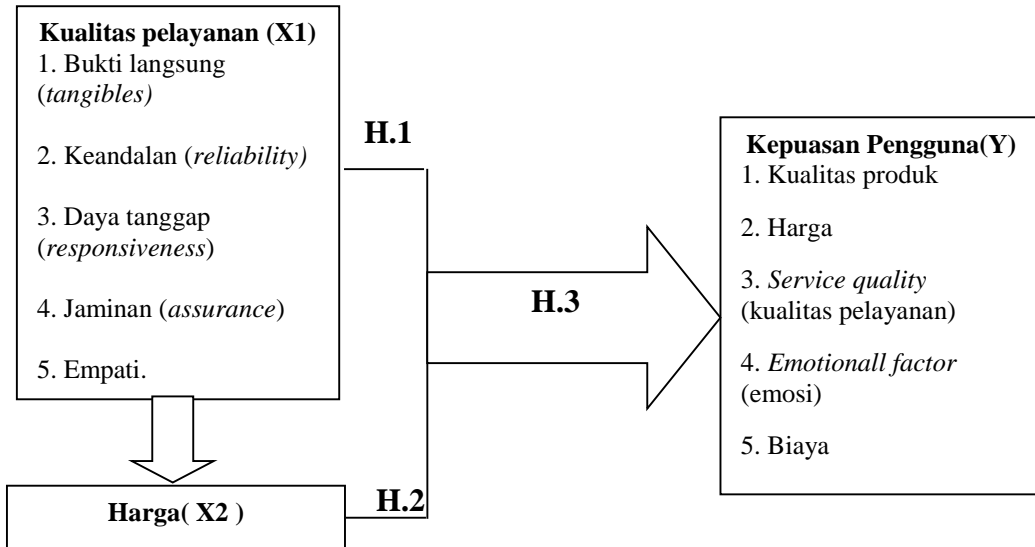
Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan.

Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan. L.L. Bean, Freeport Maine (dalam Fandy Tjiptono, 2005:46), memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu sebagai berikut.

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
2. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya.
3. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
4. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Kerangka Berfikir



Hipotesis dalam penelitian ini ialah :

- H.1 :Kualitas Layanan (X1) berpengaruh secara persial terhadap kepuasan Pengguna jaringan Telkom *Speedy*
- H.2 :Harga berpengaruh secara persial terhadap kepuasan Pengguna jaringan Telkom *Speedy*
- H.3 :Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Pengguna jaringan Telkom *Speedy*
Jika pengaruh kualitas pelayanan dan harga PT.Telkom baik, maka kepuasan pengunna *speedy* akan baik pula

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data akan diambil dalam bentuk angka dan diproses secara statistik. Sugiyono (dalam Sugiyono, 2009:8) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan

pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari kegiatan penelitian ini meliputi pengguna Telkom *Speedy* di kota Nganjuk diantaranya adalah berdasarkan jenis pekerjaannya yaitu terdiri dari orang rumah tangga, Guru, pekerja cafe, pekerja swasta dan PNS di kantor-kantor instansi yang berada di kota Nganjuk yang menggunakan telkom *speedy*.

Populasi dan Sampel

Berdasarkan Pekerjaan dan Tempat

Dari 75 responden berdasarkan jenis pekerjaannya yaitu 13% terdiri dari 10 orang rumah tangga, 27% terdiri dari 20 orang guru, 27% terdiri dari 20 orang pekerja café, dan 33% terdiri 25 pekerja swasta dan PNS di kantor-kantor instansi.

Berdasarkan penggunaan speedy

Menunjukkan lama responden dalam menggunakan produk *Speedy*, dimana 5 responden atau 3% pelanggan baru menggunakan selama ≥ 3 bulan – 6 bulan, kemudian yang menggunakan antara ≥ 6 bulan – 12 bulan adalah sebanyak 15 responden atau 24%. Sebanyak 25 responden atau 33% menggunakan *Speedy* selama ≥ 1 tahun – 2 tahun, pelanggan yang menggunakan *Speedy* selama 2 tahun adalah 30 responden atau 40%.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dan sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder yaitu:

Data Primer

Menurut Sugiyono (2014:137) “Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dilapangan sebagai objek penelitian”. Adapun data primer yang digunakan penelitian ini berupa kuisioner yang akan diberikan kepada kantor-kantor instansi, Guru-guru, rumah tangga dan cafe-cafe di area Nganjuk yang menggunakan Telkom *speedy*.

Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2014:137). “Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pengumpul data, misal melalui wawancara dari sumber-sumber terkait atau lewat dokumen/dari data-data. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data yang diperoleh peneliti melalui

buku, literature, dan wawancara kepada pihak yang terkait dengan obyek penelitian maupun tempat penelitian.

Teknik Analisis Data

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2014:192) mengemukakan bahwa “uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan untuk mendefinisikan suatu variabel”. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataan yang diuji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan r table dimana $df = n-2$ dengan sig 5%, jika r table $<$ r hitung maka falid.

b. Merupakan Uji Reliabilitas

Ukuran kesetabilan dan konsistensi dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk suatu quisioner. Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan, jika nilai *konbach alpha* (α) $>$ 0,60 maka reliable.

Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini analisa data akan menggunakan teknik statistic deskriptif. Menurut sugiono (2012:148) statistik eskriptif adalah statistik yang digunakan untuk analisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.

Pengujian Hipotesis

a. Uji statistik F (Uji Simultan)

Menurut Ridwan (2012:17) uji F digunakan pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel indenpenden atau bebas yang di masukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

b. Uji Statistik t (Uji Persial)

Menurut Ghozali (2012: 98), “Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel depnden secara persial.” Sedangkan menurut Sugiyono (2012:184), menyatakan bahwa Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”

c. Uji Koefisien Determinasi Parsial (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) atau *R-square* adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas (Juliandi, 2013:180). Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berate bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhdap variabel terikat, bila R^2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan bila R^2 semakin kecil mendekati nol maka dapat dikatakan semakin kecilnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisi Statistik Deskriptif Variabel

Penelitian ini mengamati hubungan variabel independen yaitu: variabel kualitas layanan (X1), harga (X2) terhadap variabel dependen yaitu: kepuasan pengguna (Y), Jawaban pernyataan-pernyataan dari responden menjelaskan variabel dari masing-masing indicator dibuat dalam skala likert.

Analisis Hasil Pengujian Variabel dan Reliabilitas

1. Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas instrument penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak (software) SPSS, nilai validitas dapat dilihat pada kolom Corrected Item-Total Correlation. Hasil r hitung dibandingkan dengan r table dimana n =jumlah sampel dengan sig 5%. Jika r table < r hitung maka valid. Angka kritik pada penelitian ini pada jumlah $n = 75$ dengan tingkat signifikan 5% maka angka kritik (table) untuk uji validitas pada penelitian adalah 0,227. Adapun hasil pengujian valiiditas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Correlation	Keterangan
Variabel Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,727	Valid
	X1.2	0,749	Valid
	X1.3	0,703	Valid
	X1.4	0,412	Valid
Variabel Harga (X2)	X2.1	0,775	Valid
	X2.2	0,748	Valid
	X2.3	0,690	Valid
Kepuasan Penguuna (Y)	Y1	0,655	Valid
	Y2	0,780	Valid
	Y3	0,755	Valid

Sumber : Lampiran 4 (Output SPSS),2017

Berdasarkan pengujian validitas instrument di atas, nilai corrected item-total semua item pertanyaan dalam variabel penelitian bernilai positif dan diatas nilai r table 0,227 yang artinya semua butir pertanyaan dapat dikatakan valid.

2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuisioner dinyatakan reliable atau handal jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan pengukuran sekali saja (one shot) dan untuk pengujian reliabilitasnya digunakan uji statistic alpha cronbach \geq 0,60. Hasil uji reliabilitas instrument dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut ini:

Hasil Pengujian Reliabilitas		
Variabel	Alpha cronbach	Keterangan
Variabel Kualitas Layanan (X1)	0,683	Reliabel
Variabel Harga (X2)	0,795	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0,756	Reliabel

Sumber : Lampiran 5 (Output SPSS), 2017

Berdasarkan table 4.5 hasil pengujian reliabilitas data diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas masing-masing variabel menunjukkan alpha cronbach \geq 0,6 maka dapat dinyatakan instrument atau variabel tersebut diatas adalah reliable.

3. Analisis Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1. Hasil Pengujian Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data menggunakan *test of normality kolmogorov-smirnov* dalam Program SPSS. dasar (asymptotic significance) $>$ 0,05 maka distribusi data dari model regresi adalah normal. Adapun hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini adalah :

**Hasil Pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b} Mean		.0000000
Std. Deviation		
Most Extreme	Absolute	
Differences	Positive	1.71597379
	Negative	
Kolmogorov-Smirnov Z		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053
		-.069
		.595
		.871

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

Sumber : Lampiran 6 (Output SPSS), 2017

Bedasarkan tabel 4.6 hasil pengujian normalitas diatas dapat diketahui nilai (*asymptotic significance*) sebesar 0,871. Hal ini menunjukkan bahwa nilai (*asymptotic significance*) > 0,05 (0,871 > 0,05) maka distribusi data dari model regresi adalah normal.

2. Hasil Pengujian Multikolonieritas

Multikolonieritas adalah suatu keadaan dimana variabel lain (independen) saling berkorelasi satu dengan lainnya. Persamaan regresi berganda yang baik adalah persamaan yang bebas dari adanya multikolinieritas antara variabel independen. Alat ukur yang sering digunakan untuk mengukur ada tidaknya variabel yang berkorelasi, maka digunakan alat uji atau deteksi Variance Inflation Factor (VIF). dan nilai tolerance. "Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka nilai Tolerance ≥ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 , maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 4.7
Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	0,372	1.268
Variabel Harga (X2)	0,372	1.268

Sumber : Lampiran 6 (Output SPSS), 2017

Pada table 4.7 hasil pengujian multikolinieritas di atas, terlihat bahwa dari keempat variabel independen mempunyai angka nilai Tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 , sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak ada masalah multikolinieritas.

3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. "Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas atau yang Homoskedastitas". (Ghozali, 2011:139).

4. Analisis Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Untuk mempermudah pembacaan hasil dan interpretasi analisis regresi maka digunakan bentuk persamaan. Persamaan atau model tersebut berisi konstanta dan koefisien-koefisien regresi yang dapat dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 6,272 + 0,188x_1 + 0,399x_2$$

Pada persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai 6,272 adalah konstanta positif sebesar 6,272, artinya jika tidak ada variabel kualitas layanan (x_1), harga (x_2) maka kepuasan pengguna (y) sebesar 6,272
2. Nilai 0,399 adalah nilai koefisien pada variabel kualitas layanan (x_1) positif sebesar 0,399 artinya jika variabel kualitas layanan (x_1) ditingkatkan sebesar 1% dan ketiga variabel lainnya yaitu harga (x_2) tetap, maka kepuasan pengguna (y) akan mengalami peningkatan sebesar 39,9%.
3. Nilai 0,188 adalah nilai koefisien pada variabel harga (x_2) positif sebesar 0,188 artinya jika variabel harga (x_2) ditingkatkan sebesar 1% dan ketiga variabel lainnya yaitu kualitas layanan (x_1) tetap, maka kepuasan pengguna (y) akan mengalami peningkatan sebesar 18,8%.

5. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis secara Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui variabel independen yang terdiri dari kualitas layanan (x_1), harga (x_2), secara individual memengaruhi

variabel dependen, kepuasan pengguna (y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t table dengan criteria keputusan adalah:

- Jika t hitung $<$ t table dan signifikansi lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak.
- Jika t hitung $>$ t table dan signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima.

Adapun metode dalam penentuan t table menggunakan ketentuan tingkat signifikan 5%, dengan $df = n - k - 1$ (pada penelitian ini $df = 75 - 2 - 1 = 72$), sehingga didapat nilai t table sebesar 1,667

2. Pengujian Hipotesis secara Parsial

Hipotesis ini diuji dengan menggunakan uji statistic F dengan kriteria pengambilan keputusan jika F hitung lebih besar dari F table dan signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima.

Adapun metode dalam penentuan F table menggunakan ketentuan tingkat signifikan 5%, dengan $df1 = k$ dan $df2 = n - k - 1$ (pada penelitian ini $df1 = 4$ dan $df2 = 75 - 2 = 73$), sehingga didapat nilai F table sebesar 25,565.

6. Hasil Pengujian Koefisien Determinan Parsial (R^2)

Pengujian koefisien determinasi parsial (R^2) berguna untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R < 1$). Variabel independennya mempengaruhi variabel dependennya.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Telkom *speedy* di area Nganjuk.

Dari uji hipotesis yang dilakukan ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna untuk menggunakan jasa Telkom *speedy* di area nganjuk. Selanjutnya koefisien regresi nilai koefisien untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,399. Artinya kualitas layanan yang ditawarkan Telkom, bagi pengguna tidak sama jika di dibandingkan kualitas layanan yang ditawarkan pesaingnya. Hal ini berarti, kualitas layanan menentukan konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan jasa Telkom *Speedy*.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2011:180) kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang

diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, (2013:99), merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Zeithaml (dalam Fajar Laksana, 2008:88), mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Hal ini sesuai pendapat yang dituturkan Fajar Laksana (2008:96). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan yaitu jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan pengguna dalam menggunakan jasa jaringan telkom *speedy* di area Nganjuk.

Jadi kualitas layanan menentukan kepuasan pelanggan, kepuasan layanan mampu memberikan informasi dan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa jaringan Telkom *speedy* di area nganjuk dari uji hipotesis yang dilakukan ditemukan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa jaringan Telkom *speedy*. Harga mempunyai pengaruh sebesar 0,188 terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Telkom *speedy*. Oleh sebab itu Telkom *speedy* harus meningkatkan program harga murah untuk meningkatkan keputusan konsumen terhadap Telkom *speedy*.

Dari hasil analisis deskriptif penelitian pada indikator-indikator yang terdapat pada variabel ini diketahui bahwa harga yang ditawarkan produk Telkom *speedy* bersaing dengan produk lain, dan Telkom *speedy* terdapat pilihan cara pembayaran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen sehingga mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran oleh karena itu konsumen lebih memilih menggunakan Telkom *speedy*.

Menurut Kotler dan Keller (2010:68), “harga bukan hanya angka – angka” harga mempunyai banyak bentuk dan banyak fungsi untuk mendapatkan barang atau jasa. Sedangkan menurut Basu Swasta (2010:147) “Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”.

Jadi harga menentukan keputusan pembelian konsumen, harga mempunyai arti yang penting, karena harga merupakan salah satu atribut yang paling penting yang dievaluasi oleh konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan pada bab sebelumnya, maka dapat di simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan pengguna jaringan *speedy* Telkom di kota Nganjuk . Berati hipotesis pertama dapat di terima dan dapat di buktikan kebenarannya .
2. Harga berpengaruh secara persial terhadap kepuasan pengguna jaringan *speedy* Telkom di kota Nganjuk. Berati hipotesis kedua dapat di terima dan dapat di buktikan kebenarannya .

Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna jaringan *speedy* Telkom di kota Nganjuk. Berati hipotesis ketiga dapat di terima dan dapat di buktikan kebenarannya.

SARAN

Berdasarkan hasil zpenelitian, analisis bdan interpretasi data serta kesimpulan maka di sarankan kepada perusahaan untuk:

1. Pihak Telkom harus melakukan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi, pihak telkom hendaknya dapat melakukan bentuk pelayanan seperti member hadiah – hadiah ata program promo sehingga dapat meningkatkan jumlah pengguna jasa Telkom *speedy*.
2. Pihak Telkom harus terus mempertahankan program harga terjangkau, yaitu menawarkan harga yang lebi murah di banding dengan pesaing lain agar konsumen mau mencoba (membeli) dan menggunakan jasa Telkom *speedy*.
3. Pihak Telkom hendaknya menambah variabel yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Telkom *speedy*, seperti zkeuntungan bagi pengguna sehingga konsumen menjadi puas menggunakan jasa telkom *speedy*.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, S. dan Hani H. 2010. *Manajemen Pemasaraan: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Buchari, A. 2012. *Manjemen Pemasaraan dan Pemasaraan Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Danang, Suyoyo. 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaraan*. Cetakan Pertama Yogyakarta: CAPS.

- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller. Kevin Lane, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Philip and Keller. Kevin Lane 2013. *Manajemen Pemasran* Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Markerting Management* 13. New Jersey: Pearson. Prentice Hall, Inc.
- Philip and Gary amstrong. 2012. *Prinsip-pronsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: CV Salemba.
- Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Jasa Terpad*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Riduwan. 2012. *Dasar-dasar Statistika.Cetakan kesepuluh*. Bandung: Alfabeta.
- Sinambela, L. P. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik, teori, kebijakan dan Implementasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sangadji, E. M., Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kulaitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gregorius C. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: CV Andi Offset.