



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FANS.NET DI DESA WATUKEBO
BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

IMAMUDDIN IRFANI

NPM. 22001081017



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025



MOTTO

“Kegigihan dan kerja keras adalah kunci utama menuju Impian yang diinginkan “



LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FANS.NET DI DESA
WATUKEBO BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Oleh :

IMAMUDDIN IRFANI

22001081017



Tanggal di setujui :
Senin, 11 Agustus 2025

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM

Budi Wahono, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FANS.NET DI DESA
WATUKEBO BANYUWANGI**

IMAMUDDIN IRFANI
NPM. 22001081017

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Hari/tanggal : Senin, 11 Agustus 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM


Budi Wahono, SE., MM

Anggota Dewan Penguji Lain


Khalikussabir, SE., MM., CBV

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar:

SARJANA MANAJEMEN

Pada Hari/tanggal : Senin, 11 Agustus 2025



Dekan


Afifudin, SE., M.SA., Ak., CAP., CBV

Ketua Jurusan


Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jurusan : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah

STATUS : UNGGUL



Alamat : Jl. Mayjen Haryono No.193 Malang 65144 telp 0341 - 551932, 551822, Fax.: 0341 - 552249

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : IMAMUDDIN IRFANI
NPM : 22001081017
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FANS.NET DI DESA WATUKEBO BANYUWANGI

Yang diuji pada tanggal : **11 Agustus 2025** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya.

Dan saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat maupun pikiran penulis lain yang diakui sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan dalam Skripsi ini tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut diatas, maka saya menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri dan jika terbukti saya melakukan hal tersebut diatas seolah-olah hasil karya saya sendiri, maka gelar dan Ijazah yang diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.



Malang, 11 Agustus 2025
Saya membuat pernyataan,

IMAMUDDIN IRFANI

Ketua Penguji

Dr. Muhammad Ridwan
Basalamah, SE., MM.

Anggota

Budi Wahono, SE. M.M.

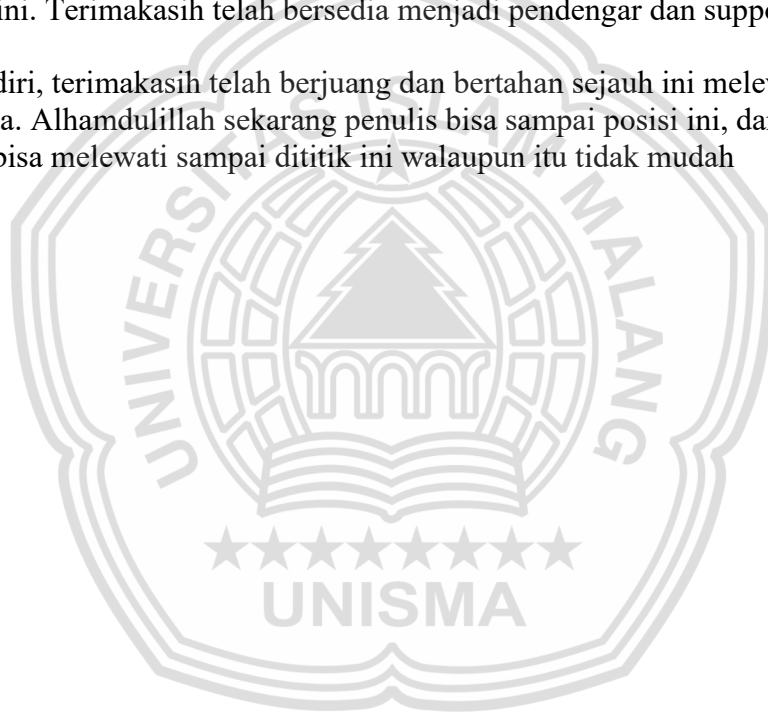
Anggota

Khalikussabir, SE., MM.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt atas segala rahmat yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Rasa syukur yang saya panjatkan kepada Allah Swt yang telah menghadirkan orang – orang disekitar saya dan terima kasih telah memberolam doa, semangat dalam setiap proses langkah dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan telah diselesaikan skripsi ini, penulis mempersembahkan kepada :

1. Teruntuk Ayah Abdullah Syarif yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Teruntuk Ibunda Sriyati terima kasih banyak atas doa dan dukungan yang tidak pernah henti dan selalu memberikan kasih sayang yang tiada henti. Alhamdulillah kini penulis telah sampai di tahap ini dan bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Kepada seluruh keluarga besar yang telah membantu doa, support, arahan dan motivasi sehingga penulis bisa sampai dititik ini.
4. Teruntuk Rafinda Dewi Rahmawati, seseorang yang selalu memberi arahan, motivasi, yang selalu mendengarkan curahan hati penulis serta doa yang terbaik demi kelancaran proses penulisan skripsi ini. Terimakasih telah bersedia menjadi pendengar dan support system hingga saat ini.
5. Teruntuk diri sendiri, terimakasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini melewati segala rintangan yang ada. Alhamdulillah sekarang penulis bisa sampai posisi ini, dan saya sebagai penulis akhirnya bisa melewati sampai dititik ini walaupun itu tidak mudah



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan,Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan FANS.NET Di Desa Watukebo Banyuwangi”.

Penyusun skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi program Sarjana Manajemen Universitas Islam Malang. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses akhir ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof.Drs. H. Junaidi,MPd.,Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Bapak Afifuddin,SE.,M.SA.,Ak.,CAP.,CBV selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
3. Bapak Dr.M. Ridwan Basalamah,SE.,MM selaku Ketua Prodi dan sekaligus dosen pembimbing utama skripsi ini, terimakasih atas arahan dan motivasi bapak, sehingga saya bisa sampai di titik akhir ini.
4. Bapak Budi Wahono,SE.,NE.,MM selaku dosen pembimbing pendamping skripsi,terimakasih atas bantuan, arahan dan bimbingan beliau.
5. Bapak Khalikussabir,SE.,MM.,CBV selaku dosen penguji yang telah memberi banyak arahan dan masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Dr. Nurhidayah,S.E.,MM selaku dosen wali yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat, informasi pada setiap semesternya dan bantuan serta bimbingan dari beliau.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Malang yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama berkuliah di Universitas Islam Malang.
8. Untuk teman – teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memantu dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Penulis juga dengan senang hari menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk seluruh pihak.

Malang ,1 Agustus 2025

Imamuddn Irfani
Npm:22001081017

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Imamuddin Irfani
Tempat, Tanggal lahir : Banyuwangi, 30 Agustus 2001
Jenis kelamin : Laki-laki
Nomor Pokok Mahasiswa : 22001081017
E-mail : imamuddinirvan2001@gmail.com
Alamat : Dusun Krajan, Jalan Pasewaran, RT.3/RW.4,
Desa Watukebo, Wongsorejo

Riwayat Pendidikan

- 2005-2008 RA Nurul Jadid
- 2008-2014 MI Salafiyah Syafi'iyah
- 2014-2017 SMPU Habibulloh
- 2017-2020 SMA A. Wahid Hasyim
- 2020-2025 Universitas Islam Malang

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan Fans.net yang berada di Desa Watukebo, Banyuwangi, tanpa diketahui jumlah pastinya. Metode pendekatan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* yang merupakan teknik pengumpulan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 90 responden dan menggunakan alat analisis SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether service quality, product quality, and price simultaneously and partially influence customer satisfaction. The population in the study was all Fans.net customers in Watukebo Village, Banyuwangi, with the exact number unknown. The approach used a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, which is a sampling technique based on certain criteria. A questionnaire was distributed to 90 respondents and SPSS analysis tools were used. The results showed a simultaneous influence between the variables of service quality, product quality, and price on customer satisfaction. Partially, service quality and product quality significantly influence customer satisfaction, while price does not.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era teknologi saat ini, persaingan bisnis menjadi semakin kompetitif. Hal ini disebabkan oleh bertambahnya jumlah pelaku usaha dengan jenis bisnis yang serupa, yang didorong oleh perkembangan teknologi yang pesat (Safitri & Alini, 2019). Seiring dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat, kebutuhan masyarakat terhadap internet juga mengalami peningkatan. Jaringan internet menjadi sarana yang memudahkan aktivitas masyarakat, baik dalam bidang pendidikan, pekerjaan, maupun komunikasi sehari-hari (Insani & Madiawati, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam pola hidup masyarakat. Internet kini tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi telah menjadi bagian penting dalam hampir seluruh aspek kehidupan, seperti pendidikan, ekonomi, pemerintahan, dan hiburan. Menurut Laudon & Laudon (2020), teknologi informasi memainkan peran kunci dalam meningkatkan efisiensi organisasi dan kualitas hidup individu melalui akses yang cepat terhadap informasi dan komunikasi.

Di Indonesia, jumlah pengguna internet meningkat setiap tahunnya, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, penetrasi pengguna internet telah mencapai lebih dari 210 juta jiwa, menunjukkan bahwa akses internet telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan akses dan kualitas layanan antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

Menurut Kotler & Keller (2021), perubahan gaya hidup masyarakat modern yang bergantung pada teknologi menuntut penyedia jasa untuk memberikan layanan yang cepat, stabil, dan memuaskan. Dalam konteks ini, penyedia jasa internet lokal (ISP lokal) memiliki peran penting dalam menjembatani kebutuhan masyarakat pedesaan terhadap konektivitas internet. Seperti dikemukakan oleh Purbo (2012), ISP lokal memiliki keunggulan dalam memahami kebutuhan masyarakat setempat dan dapat memberikan layanan yang lebih fleksibel, meskipun sering menghadapi tantangan dari sisi infrastruktur dan teknologi.

Kebutuhan akan layanan internet tidak hanya dirasakan di kota besar, tetapi juga telah meluas hingga ke wilayah pedesaan. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, muncul berbagai penyedia layanan internet, termasuk ISP lokal yang menjangkau daerah-daerah terpencil. Salah satunya adalah Fans.net, Fans.net merupakan salah satu *Internet Service Provider* (ISP) lokal yang beroperasi di wilayah Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Perusahaan ini bergerak di bidang penyediaan layanan internet berbasis *fixed broadband*, khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah pedesaan dan pinggiran kota yang belum sepenuhnya terjangkau oleh layanan ISP skala besar.

Fans.net memiliki komitmen untuk menyediakan akses internet yang cepat, stabil, dan terjangkau, terutama bagi masyarakat yang membutuhkan layanan konektivitas untuk keperluan pendidikan, bisnis, hiburan, maupun komunikasi sehari-hari. Salah satu wilayah layanan utama dari Fans.net adalah Desa Watukebo, Kecamatan Blimbingsari, Kabupaten Banyuwangi, yang merupakan daerah dengan tingkat kebutuhan internet yang terus meningkat seiring berkembangnya aktivitas masyarakat digital.

Dalam menjalankan operasionalnya, Fans.net menggunakan teknologi nirkabel (*wireless*) maupun jaringan fiber optik (tergantung wilayah) untuk menjangkau pelanggan rumah tangga dan bisnis kecil. Perusahaan ini juga menyediakan layanan pelanggan dan bantuan teknis yang dikelola secara lokal, sehingga dapat memberikan respons yang relatif cepat terhadap keluhan atau gangguan yang terjadi.

Sebagai ISP lokal, Fans.net menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan infrastruktur jaringan, kompetisi harga dengan ISP nasional, serta tuntutan pelanggan yang semakin tinggi terhadap kualitas layanan, kestabilan jaringan, dan transparansi biaya. Oleh karena itu, evaluasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan menjadi penting untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dan membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri internet yang semakin ketat.

Kepuasan pelanggan merupakan elemen sentral dalam keberlangsungan bisnis, terutama di sektor jasa. Tjiptono (2015) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas, maka mereka akan cenderung loyal dan tidak berpindah ke penyedia layanan lain. Sebaliknya, jika harapan mereka tidak terpenuhi, pelanggan akan merasa kecewa dan meninggalkan layanan tersebut. Di tengah meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap layanan internet, terdapat tiga faktor penting yang sering menjadi pertimbangan pelanggan dalam menilai kualitas suatu layanan, yaitu: kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga. Ketiga faktor tersebut berperan besar dalam membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan yang digunakan.

Menurut Lupiyoadi (2018) kualitas pelayanan merujuk pada serangkaian tindakan atau aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, yang bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak melibatkan perpindahan kepemilikan dalam bentuk apa pun. Dari pengertian kualitas pelayanan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan kegiatan yang dilakukan pihak lain kepada konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen. Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik.

Kualitas produk juga menjadi faktor penentu dalam kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2020), kualitas produk adalah “Karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat”. Kualitas produk berperan sebagai elemen kunci dalam strategi *positioning*, karena berdampak langsung terhadap performa produk maupun layanan, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi nilai dan kepuasan konsumen.

Selain kualitas pelayanan dan kualitas produk terdapat aspek harga. Anwar dan Satrio (2015) mengemukakan bahwa harga memegang peran krusial sebagai penentu dalam dinamika permintaan pasar. Berdasarkan pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, baik terhadap produk maupun jasa. Keberadaan harga memberikan acuan yang jelas bagi konsumen dalam menyeleksi produk, karena harga kerap kali menjadi elemen pertama yang menarik perhatian dan memengaruhi daya tarik suatu produk di mata konsumen.

Banyak teori telah membahas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2021), Tjiptono (2015), dan Lupiyoadi (2018), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga merupakan elemen penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan pelanggan. Namun, sebagian besar teori dan penelitian terdahulu lebih banyak diaplikasikan pada perusahaan besar, sektor industri nasional, atau konteks perkotaan.

Belum banyak kajian yang secara khusus menguji penerapan teori-teori tersebut dalam konteks ISP lokal yang beroperasi di wilayah pedesaan, seperti Fans.net di Desa Watukebo, Banyuwangi. Selain itu, lingkungan bisnis ISP lokal memiliki karakteristik tersendiri, seperti keterbatasan infrastruktur dan kedekatan hubungan dengan pelanggan, yang memungkinkan hasil empiris berbeda dengan perusahaan skala besar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan teori dengan menerapkan konsep-konsep umum mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dalam konteks yang lebih spesifik, yaitu ISP lokal di wilayah pedesaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori kepuasan pelanggan yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan sebuah penelitian mengenai hal tersebut yang mana penelitiannya berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Fans.net di Desa Watukebo Banyuwangi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnis agar tetap menjadi pilihan para konsumen.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang mana hasil penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian yang sejenis dan bisa lebih disempurnakan lagi.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- Penelitian ini hanya dilakukan di Desa Watukebo, Banyuwangi dengan jumlah sampel yang terbatas yaitu 90 responden. Dengan keterbatasan tersebut penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pada lingkup yang lebih luas dan ukuran sampel yang lebih besar, atau dengan melakukan penelitian lebih banyak tempat lagi apabila sampelnya terlalu sedikit.
- Penelitian ini hanya menganalisis variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga sebagai faktor penentu kepuasan pelanggan, sehingga masih ada variabel-variabel lain yang dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya.

- c. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang didapat dikelola berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini memiliki beberapa saran, yaitu:

- a. Bagi perusahaan

Peneliti merekomendasikan kepada perusahaan untuk memperhatikan secara seksama faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Terutama, perusahaan perlu memberi perhatian lebih besar pada kualitas pelayanan, karena faktor ini terbukti memiliki pengaruh paling besar dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas produk juga perlu terus ditingkatkan agar manfaat yang dirasakan pelanggan semakin optimal. Meskipun variabel harga tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, namun perusahaan tetap disarankan untuk mempertimbangkannya, karena harga tetap menjadi salah satu aspek yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan pelanggan secara tidak langsung.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut dianjurkan agar:

- 1) Menambahkan variabel lain yang berbeda pada penelitian berikutnya agar bisa memperkuat pendapat.
- 2) Digunakan model penelitian lain untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.

Bisa menambahkan jumlah responden dan populasi yang lebih banyak dalam penelitiannya agar memperoleh hasil yang



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–15.
- APJII. (2023). *Laporan Survei Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Badarudin, F. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Exterior Store Surabaya*. Surabaya.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 8. Badan Penerbit UNDIP.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Husein, U. (2012). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*.
- Insani, A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Internet terhadap Aktivitas Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 3(1), 23–30.
- Irawan, H. (2004). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor indihome gegerkalong di kota bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413-423.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- Lupioyadi, R., (2018) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, Jakarta: Salamba Empat.
- Mukarom, Z., & Muhibudin, M. (2015). *Manajemen pelayanan publik*. Bandung: CV Pustaka Ilmu.
- Purbo, O. W. (2012). *Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pembangunan*. Jakarta: Elex

Media Komputindo.

- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 121-134.
- Priadana, M. S., Saludin, M. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Dilengkapi Alat Bantu Minitab untuk Pengolahan Data*. Edisi ke-2. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Ramdhan, Aldi Nurcahyadi; Rakhmat, H Cece; Lestari, S. P. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Perusahaan Ayam Pedaging Cita Poultry Shop Tasikmalaya)*. 3(1), 1–5.
- Safitri, R. N., & Alini, M. (2019). Pengaruh Persaingan Usaha dan Perkembangan Teknologi terhadap Strategi Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 10(2), 45–53.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Utomo, A. I. S. S. (2023). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Oleh Agen Telur UD. ENGGAL Jaya Terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer Di Kabupaten Kediri*. 23, 49–59.
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).

