

# PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Aplikasi MyIndiHome di Bandung Tahun 2018)

Muhammad Fadhil Hilmy, Rahmat Hidayat, S.E ,M. M.

Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Telkom university

Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu Bandung 40257 Indonesia

[dhilfadhil.panzerd@gmail.com](mailto:dhilfadhil.panzerd@gmail.com)

[rahmathidayat@tass.telkomuniversity.ac.id](mailto:rahmathidayat@tass.telkomuniversity.ac.id)

---

**Abstract** - The MyIndiHome application functions to subscribe to IndiHome, OTT Video Streaming activation, registration and various additional features. Based on the app rating on Google Play and the App Store on smartphones, this application has a low rating and a lot of complaints about the MyIndiHome application from the users of the application. This study aims to analyze how much the quality of the product to customer satisfaction in using the MyIndiHome application.

In the study using quantitative descriptive method where the data obtained through questionnaires. The population in this study are consumers who use Indihome products in the city of Bandung whose numbers are not known with certainty. The number of samples targeted to fill the questionnaire is 100 respondents randomly. Based on the results of this study is the result of processing data that is known that the product quality variable has a positive and significant influence on customer satisfaction with variables (X) of 81.69%, and variables (Y) of 82.5% based on descriptive analysis. But there are still deficiencies in each dimension in each variable.

**Keywords** - Metode deskriptif – kuantitatif, Kualitas Produk, Kepuasan pelanggan, Aplikasi MyIndiHome

---

**Abstrak** - Aplikasi MyIndiHome berfungsi untuk berlangganan IndiHome, aktivasi OTT Video Streaming, registrasi dan berbagai macam fitur tambahan. Berdasarkan rating aplikasi pada google play dan app store pada smartphone, aplikasi ini memiliki rating yang rendah dan banyak sekali komentar keluhan tentang aplikasi MyIndiHome dari para pengguna aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa seberapa besar kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi MyIndiHome.

Dalam penelitian menggunakan metode deskriptif Kuantitatif dimana data yg didapatkan melalui kuisisioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Indihome di Kota Bandung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Jumlah sample yang di targetkan untuk mengisi kuisisioner adalah 100 responden secara acak. Berdasarkan hasil dari penelitian ini merupakan hasil pengolahan data yang diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan variabel (X) sebesar 81,69%, dan variabel (Y) sebesar 82,5% berdasarkan analisis deskriptif. Namun masih terdapat kekurangan dalam masing-masing dimensi disetiap variabel.

**Kata kunci** – Aplikasi MyIndiHome berfungsi untuk berlangganan IndiHome, aktivasi OTT Video

---

## PENDAHULUAN

pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya meningkat, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta jiwa, dan Menurut riset yang dilakukan oleh APJII, perangkat yang sering digunakan oleh masyarakat untuk mengakses internet adalah smartphone yaitu sebanyak 88,9 juta (67,8%). Semakin meningkatnya pengguna internet merupakan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan konsumennya dengan cara menyediakan platform bagi usahanya, dengan adanya platform ini perusahaan dapat dengan mudah menyampaikan informasi, ide maupun penawaran terbaru bagi konsumen.

Hal ini telah diterapkan oleh perusahaan Telekomunikasi Indonesia khususnya IndiHome dengan membuat aplikasi atau platform MyIndiHome untuk mempermudah konsumennya mendapat informasi dan menyampaikan keluhannya.. Aplikasi (platform) MyIndiHome telah dirilis sejak tahun 2016 dan berfungsi untuk berlangganan IndiHome, aktivasi OTT Video Streaming, registrasi dan berbagai macam fitur tambahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa seberapa besar kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi MyIndiHome.

Pengguna aplikasi MyIndiHome di Android dan IOS banyak sekali keluhan tentang aplikasi tersebut, membuktikan bahwa Aplikasi MyIndiHome itu belum memenuhi kepuasan para pelanggannya dan penyebab dari belum terpenuhi kepuasan para pelanggan bisa dikarenakan oleh kualitas produknya, fitur-fitur yang kurang, sering mengalami crash, tampilan yang kurang menarik, dan belum sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya.

Seperti masalah yang telah dijelaskan diatas, penulis mendiskusikan masalah dan judul yang tepat untuk di teliti. Oleh karena itu penulis mengangkat penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Aplikasi MyIndiHome di Bandung pada Tahun 2018)**".

Rumusan Masalah :

- 1) bagaimana kualitas produk aplikasi MyIndiHome
- 2) Bagaimana Kepuasan pelanggan menggunakan aplikasi MyIndiHome
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas produk aplikasi MyIndiHome terhadap kepuasan pelanggan

Tujuan Penelitian :

- 1) Mengetahui kualitas produk dari Aplikasi MyIndihome
- 2) Mengetahui kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Aplikasi MyIndihome
- 3) Mengetahui pengaruh kualitas produk Aplikasi MyIndiHome terhadap kepuasan pelanggan

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Produk

Menurut Kotler and Keller (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang yang memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Kualitas produk diklasifikasikan ke dalam sembilan dimensi kualitas menurut Kotler dan Keller (2016:393), yang meliputi:

- 1) Bentuk
- 2) Fitur
- 3) Kinerja Kualitas
- 4) Kesesuaian Kualitas
- 5) Daya Tahan
- 6) Kehandalan
- 7) Kemampuan perbaikan
- 8) Gaya
- 9) Kostumisasi

### Kepuasan Pelanggan

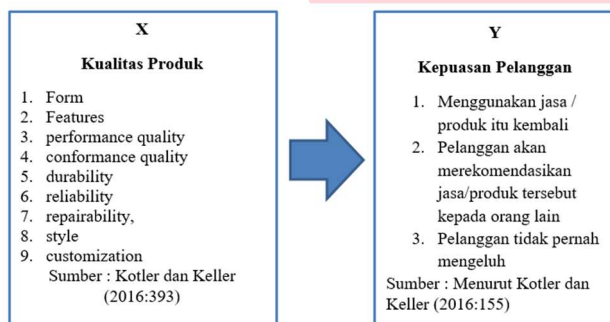
Menurut Tjiptono (2014:353) dalam Hidayat, R. (2015) dalam Lutfie, H., Hidayat, R., Zhang, L., & Ouyang, D. (2018) , kepuasan berasal dari bahasa Latin

“Satis” yang berarti cukup baik, memadai dan “Facio” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Kotler dan Keller (2016:155) pelanggan dinyatakan puas maka pelanggan akan :

- 1) Menggunakan jasa/produk itu kembali
- 2) Pelanggan akan merekomendasikan jasa/produk itu kepada orang lain
- 3) Pelanggan tidak pernah mengeluh

### Kerangka Pemikiran



### Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2014) dalam Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2017)

Berdasarkan Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Adanya Pengaruh Kualitas Produk aplikasi MyIndihome terhadap Kepuasan Pelanggan

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

menurut Sugiyono (2014:2) adalah: “Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Teknik analisis yang digunakan penulis pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik regresi linear sederhana yakni untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh antara variable kualitas produk (x) terhadap kepuasan pelanggan (y) yang menggunakan aplikasi MyIndiHome.

### Skala Likert

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Menurut sugiono (2014:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor seperti yang ditunjukkan pada tabel sebagai berikut

Kategori	Skor Nilai
Sangat Setuju	Skor 4
Setuju	Skor 3
Tidak Setuju	Skor 2
Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sugiono (2014:132)

### Populasi

Menurut Sugiyono (2015:135) dalam Lutfie, H., (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### Sampel

Menurut Sugiyono (2015:136) Hidayat, R., & Hidayat, A. M. ( 2017) dalam Lutfie, H., & Hidayat, R. (2017, March) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Berdasarkan sumber pembimbing lapangan (2018) jumlah populasi yang menggunakan aplikasi MyIndiHome di Bandung tidak diketahui secara pasti jumlah penggunaannya, maka teknik pengambilan sampel yang

digunakan untuk penelitian ini adalah rumus Bernoulli, yaitu sebagai berikut:

$$n \geq \frac{Z \cdot \frac{\alpha}{2^2} \cdot p \cdot q}{(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel minimum

$Z$  = Kuadrat dari *confidence interval*

$\frac{\alpha}{2^2}$  = Tingkat kepercayaan (95%)

$e$  = Tingkat kesalahan yang masih dapat diterima

$p$  = Perkiraan poporsi keberhasilan

$q$  = Perkiraan proporsi kegagalan  $1 - p$

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 10% tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai  $Z = 1,96$ . Sehingga, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing adalah 0,5 (5%). Jadi jika dimasukkan dimasukkan kedalam persamaan rumus diatas maka jumlah sampel minimum yang diperoleh adalah :

$$n \geq \frac{[1,96]^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n \geq \frac{[3,8416] \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n \geq 96,04$$

*Dibulatkan menjadi  $n = 100$*

Dengan disimpulkan bahwa sampel yang diambil ialah 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 agar lebih mewakili populasi. Berdasarkan hasil pertimbangan peneliti dalam menentukan sampel.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2015:270) dalam Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2017) Analisis regresi linear sederhana, selain digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel, juga dapat menunjukkan arah hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen.

Sehingga persamaan umum regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bX$$

Sumber : Sugiyono (2018: 125)

Keterangan:

$Y$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

Yang menjadi variabel  $Y$  dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan

$a$  = Konstanta yang menunjukkan besarnya nilai  $Y$ , ketika  $X = 0$

$b$  = Arah koefisien regresi, yang menyatakan perubahan nilai  $Y$  apabila terjadi perubahan nilai  $X$ . Bila positif (+) maka arah garis akan naik, dan bila negative (-) maka nilai garis akan turun

$X$  = Variabel terikat/variabel yang mempengaruhi

### Uji Hipotesis

Untuk menguji signifikansi dari hipotesa dalam penelitian ini maka perlu dilakukan uji sebagai berikut:

#### 1. Uji T

Menurut Sugiyono (2014:184) dalam Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2017) Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian hipotesis secara parsial. Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji statistik  $t$  yaitu dengan mencari dan membandingkan  $t_{hitung}$  dan membandingkan dengan  $t_{Tabel}$ .

Pada penelitian ini, kegunaan uji  $t$  menurut Sugiyono (2014) yaitu untuk menguji apakah variabel Kualitas Produk ( $x$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan pelanggan ( $y$ ) adapun langkah langkah uji  $t$  adalah :

a. Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah :

$H_0 : b_i = 0$ , Variabel bebas ( Kualitas Produk) tidak berpengaruh signifikan secara parsial

terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

H1 :  $b_i \neq 0$ , Variabel bebas (Kualitas Produk) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

- b. Menentukan nilai kritis dengan *level of significant* = 5% (0.05)

Rumus umum uji t hitung

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : hasil tingkat signifikan

n : jumlah data

r : koefisien korelasi

- c. Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan

Berdasarkan uji , yaitu :

- 1) Apabila t hitung > t tabel, maka H<sub>1</sub> diterima
- 2) Apabila t hitung < t tabel, maka H<sub>1</sub> ditolak

**UJI Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2013:177) dalam Lutfie, H., 2017 didapat dari angka R square atau angka korelasi yang dikuadratkan. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Independent dapat menjelaskan variabel Dependent sebesar angka yang tertera di R square.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi.

R = Koefisien relasi variabel bebas dengan variabel terikat.

**METODE PENELITIAN**

**Hasil uji Validitas**

Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel kualitas produk :

No	Nama item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	P1	0,564	0,195	Valid
2	P2	0,593	0,195	Valid
3	P3	0,530	0,195	Valid
4	P4	0,620	0,195	Valid
5	P5	0,564	0,195	Valid
6	P6	0,476	0,195	Valid
7	P7	0,590	0,195	Valid
8	P8	0,519	0,195	Valid
9	P9	0,533	0,195	Valid
10	P10	0,489	0,195	Valid
11	P11	0,633	0,195	Valid
12	P12	0,686	0,195	Valid
13	P13	0,617	0,195	Valid
14	P14	0,584	0,195	Valid
15	P15	0,633	0,195	Valid
16	P16	0,599	0,195	Valid
17	P17	0,688	0,195	Valid
18	P18	0,570	0,195	Valid
19	P19	0,557	0,195	Valid
20	P20	0,616	0,195	Valid
21	P21	0,552	0,195	Valid
22	P22	0,552	0,195	Valid
23	P23	0,560	0,195	Valid
24	P24	0,620	0,195	Valid
25	P25	0,633	0,195	Valid
26	P26	0,599	0,195	Valid
27	P27	0,688	0,195	Valid
28	P28	0,600	0,195	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel kualitas produk (X) menyatakan bahwa semua pernyataan valid, hal ini dikarenakan masing-masing pernyataan r hitungnya lebih besar dari r tabel sehingga dapat digunakan sebagai item variabel X.

Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel kepuasan pelanggan :

No	Nama item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	P29	0,610	0,195	Valid
2	P30	0,683	0,195	Valid
3	P31	0,605	0,195	Valid
4	P32	0,637	0,195	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menyatakan bahwa semua pernyataan valid, dikarenakan masing-masing pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga dapat digunakan sebagai item variabel Y.

**UJI REALIBILITAS**

**Variable Kualitas Produk**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.931	28	reliable

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dikatakan reliabel (nilai koefisiensi reliabilitas lebih besar dari 0.60) yakni  $0.931 > 0.60$ . Dengan demikian dapat digunakan sebagai instrument dalam mengukur variabel dalam penelitian ini.

**Variable Kepuasan pelanggan**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.891	5	reliable

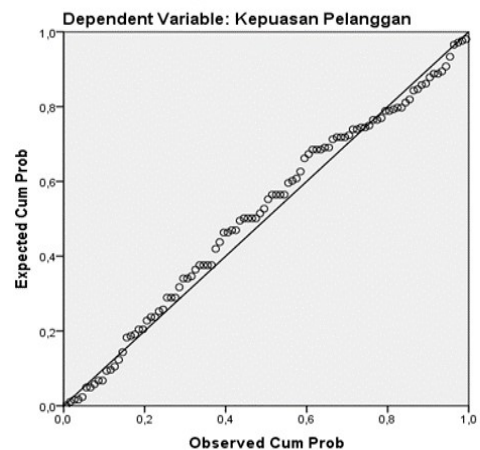
Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dikatakan reliabel (nilai koefisiensi reliabilitas lebih besar dari 0.60) yakni  $0.891 > 0.60$ . Dengan demikian dapat digunakan sebagai instrument dalam mengukur variabel dalam penelitian ini.

**HASIL UJI NORMALITAS**

Tabel Uji normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,01278742
	Most Extreme Differences	
	Absolute Positive	,076
	Negative	-,076
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,168 <sup>c</sup>

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov – Smirnov test diperoleh Asymp.Sig sebesar 0,168 lebih besar dari 0,05 berarti data tersebut terdistribusi dengan normal.

Berdasarkan Gambar diatas, diketahui bahwa data yang tidak menyebar dan saling berdekatan dengan garis diagonal dan mengikuti arah garis pada grafik histogram, hal tersebut menunjukkan bahwa data yang diteliti memiliki pola distribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik P-P plot, data pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas data.

**Hasil Uji Linear Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,443	2,488		,580	,563
	Kualitas Produk	,144	,029	,445	4,926	,000

Berdasarkan Tabel diatas maka dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 1,443 + 0,144 X$$

$a = 1,443$  yang berarti jika kualitas produk (X) bernilai 0, maka kepuasan pelanggan (Y) akan bernilai 1,443 satuan  
 $b = 0,144$  yang berarti jika kualitas produk (X) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,144 satuan.

### Hasil Uji T

Analisis Regresi Linear Sederhana						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,443	2,488		,580	,563
	Kualitas Produk	,144	,029	,445	4,926	,000

H1 : Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai  $t_{tabel}$  untuk  $n = 100$  ( $df = n - 2$ ) dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%, maka  $100 - 2 = 98$ , didapat  $t_{tabel}$  1.984. dari perhitungan data pada tabel 4.9 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk (X) sebesar 4.926 dan  $t_{tabel}$  1.984 dengan nilai signifikan dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,005$ ) Dikarenakan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka H1 diterima, artinya Kualitas Produk (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

### Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,445 <sup>a</sup>	,198	,190	2,71675

Dapat dilihat bahwa koefisien koefisien (R) sebesar 0,445 dan R square (R<sup>2</sup>) adalah 0,198. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan aplikasi MyIndiHome ditunjukkan oleh koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,4452 \times 100\% \\ &= 19,80\% \end{aligned}$$

Angka tersebut menunjukkan bahwa koefisien determinasi (KD) sebesar 19,80 % Hal ini menunjukkan bahwa variable bebas yang terdiri dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus aplikasi MyIndiHome) adalah sebesar 19,80% sedangkan sisanya 80,2 % dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus aplikasi MyIndiHome di Bandung) dapat dibuat kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis pada variabel Kualitas Produk dengan membagikan kuesioner pada 100 responden yang berisi 28 pernyataan maka Kualitas Produk secara keseluruhan menghasilkan jumlah rata-rata persentase sebesar 81,69%. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori "sangat baik". Dan memiliki banyak pernyataan yang dinilai memiliki skor tertinggi yaitu pada pernyataan ke 18 "Jarang mengalami kegagalan sistem atau error pada aplikasi MyIndiHome" , pernyataan ke 17 "Aplikasi MyIndiHome dapat digunakan di IOS dan Android" , dan pernyataan ke 28 "Aplikasi MyIndiHome ini sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan" pernyataan tersebut memiliki presentase di atas 90%.

2. Berdasarkan hasil analisis pada variabel Kepuasan Pelanggan dengan membagikan kuesioner pada 100 responden yang berisi 4 pernyataan maka Kepuasan Pelanggan secara keseluruhan menghasilkan jumlah rata-rata persentase sebesar 73,44%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori "baik". Pada variable kepuasan pelanggan juga ada pernyataan yang dibilang memiliki presentase tinggi pada variable ini yaitu pada

pernyataan ke 4 “Saya merasakan puas menggunakan aplikasi MyIndiHome dari IndiHome”.

3. Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi MyIndiHome. Untuk hasil analisis regresi linear sederhana variabel Kualitas Produk (X) dalam menggunakan aplikasi MyIndiHome sebesar 4.926 dan t tabel 1.98 dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ) dikarenakan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, artinya Kualitas Produk (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus aplikasi MyIndiHome di Bandung) (Y) . pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menggunakan aplikasi MyIndiHome sebesar 19,80% sedangkan sisanya 80,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

## SARAN

### Bagi Perusahaan

- 1) Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel kualitas produk, pada pernyataan 14 yang menyatakan “Selama aplikasi beroperasi jarang mengalami error” dengan total skor 272. Pernyataan ini mendapat skor paling kecil, kemudian pada pernyataan ke 6 yang menyatakan “Aplikasi My IndiHome berbeda dengan aplikasi yg dikeluarkan PT Telkom lainnya” dengan total skor 289 dan dilanjut pada pernyataan 5 yang menyatakan “Aplikasi MyIndihome melengkapi kekurangan aplikasi yang lain” dengan skor 291. Jadi pada Aplikasi MyIndiHome masih banyak yang belum sesuai dengan kebutuhan atau keinginan para pelanggan sebaiknya selalu di periksa terlebih dahulu atau ditingkatkan lagi kualitasnya sebelum di terbitkan untuk update aplikasinya.
- 2) Berdasarkan hasil dari analisi variable Kepuasan Pelanggan, pada pernyataan 1 yang menyatakan “Saya akan menggunakan aplikasi MyIndiHome

secara berkelanjutan” dengan total skor 289. Jika dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya, pernyataan ini mendapat skor paling kecil. aplikasi myIndiHome sebaiknya selalu di perbaiki setiap *crash* / error pada aplikasinya dan selalu memeberikan fitur fitur yang dibutuhkan oleh pelanggan IndiHome agar pelanggan lebih nyaman menggunakan aplikasi tersebut.

### Bagi Penulis

Penulis telah mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi MyIndiHome. Oleh karena itu, disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk mencari dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sehingga penelitian mengenai Kepuasan Pelanggan akan lebih luas.

## REFERENSI

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* Edisi 15e. *Pearson Education Limited*
- Kotler, P. Dan Armstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing*. 16th edition. New Jersey. Pearson Prentice Hall
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sujarweni, V dan Poly Endrayanto. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- Prof Dr.Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta. Bandung.
- Riduwan, K. 2013. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. *Bandung: Mandar Maju*.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V dan Poly Endrayanto. 2013. Statistika untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayat, R. (2015). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian lampu philips (studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 3(1), 305-310.
- Lutfie, H., 2017. Contribution Of Advertising For Purchasing Decision Of Simcard (Simpati) Product. *ADRI International Journal Of Marketing and Entrepreneurship*, 1(1), pp.10-14.
- Lutfie, H., Hidayat, R., Zhang, L., & Ouyang, D. (2018). Assessing Determinants of Service Quality on Customer Satisfaction: Study Cases of Superindo Minimarket. *Advanced Science Letters*, 24(4), 2840-2843.
- Lutfie, H., & Hidayat, R. (2017, March). Descriptive Analysis of Reference Group and Family to Decision Purchase Phone Touchscreen. In *Proceeding 12th ADRI 2017 Internasional Multidisciplinary Conference and Call for Paper, Bogor* (p. 171).
- Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2017). Contribution of Environment Online Store for Purchase Decision (A Case Study Online Store Hypermart—Bandung). *Advanced Science Letters*, 23(1), 292-294.
- Rahmat, H., & Maolana, H. A. (2017). Internal Stimuli Consumer Behavior Factor for Optimalization Digital Marketing Tools Used. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(5), 197-200