

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME  
(Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)**

**SKRIPSI**

Oleh

KRISTINA NATALINE

2031150043



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA**

**2024**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME  
(Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Kristen Indonesia

Oleh

Kristina Nataline

2031150043



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2024**



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kristina Nataline

NIM : 2031150043

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 29 Januari 2024

  
METERAL  
TEMPEL  
BAYALX08533287  
Kristina Nataline



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI**

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME  
(Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)

Oleh:

Nama : Kristina Nataline  
NIM : 2031150043  
Program Studi : SI Manajemen  
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 29 Januari 2024

Menyetujui:

Pembimbing I

(Fenny B.N.L. Tobing, SE., MMA.)  
NIDN: 0309066102

Pembimbing II

(Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, M.A)  
NIDN: 0015096301

Ketua Program Studi SI Manajemen

(Jonny Siagian, SE., MM.)  
NIDN: 0301086104



(Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, M.A)  
NIDN: 0015096301



**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Pada 29 Januari 2024 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Kristina Nataline  
NPM : 2031150043  
Program Studi : SI Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)” oleh tim penguji yang terdiri dari:

No.	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Carolina F. Sembiring, SE., MM.	,Sebagai Ketua	
2	Rutman Lumbantoruan, SE., MM.	,Sebagai Sekretaris	
3	Fenny B.N.L. Tobing, SE., MMA.	,Sebagai Anggota	

Jakarta, 29 Januari 2024



**PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kristina Nataline  
NIM : 2031150043  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI Manajemen  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,  
dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome  
(Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Kristen  
Indonesia)

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia darisegala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta,  
Pada Tanggal 29 Januari 2024  
Yang menyatakan

  
KRISTINA NATALINE  
15BALK06530082  
Kristina Nataline

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis tentu mengalami kesulitan dalam menyusun skripsi ini, tetapi penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan, petunjuk, bimbingan, arahan, serta bantuan dari banyak pihak, penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan sebagaimana yang diharapkan, maka tidak berlebihan dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Ktut Silvanita Magani, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia
2. Ibu Arya Gina Tarigan, SE., M.Ak., Ak selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia
3. Bapak Johnny Siagian, SE., MMA selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Kristen Indonesia
4. Ibu Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA selaku dosen pembimbing materi yang telah memberikan bimbingan materi untuk skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Ibu Dr. Ir. Ktut Silvanita Magani, MA selaku dosen pembimbing metode dan alat yang telah memberikan bimbingan metode dan alat dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Seluruh dosen dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia atas pengajaran serta pelayanannya yang telah mendidik dan memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan sebagai bekal penulis di masa yang akan datang
7. Bapak Luhut Parningotan Agustinus Manik dan Ibu Satria Jaya Sinaga selaku orangtua dan Yosua Sautdo Mangiring Tua Manik, S.E, selaku abang penulis yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, semangat,

serta doa agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta menjadi seorang yang sukses

8. Kepada Millenia Christina Amaral selaku kakak penulis yang selalu mendukung, memberikan saran dan semangat kepada penulis sehingga memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
9. Kepada Nikson Aratua Simanjuntak sebagai orang terkasih penulis yang telah memberikan saran, dukungan, dan semangat kepada penulis sehingga memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Kepada saudara-saudara saya Yohannes Dekahexon Sinaga, Emmanuella Sinaga, Novy Jovita Theodora Sinaga, Leonardo Sihombing yang telah memberikan saran, dukungan, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Teman-teman satu angkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia Tahun 2020
12. Seluruh pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan semestinya.

Oleh karena keterbatasan yang dimiliki penulis, segala kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Tuhan Yesus memberkati kita semua selama-lamanya.

Jakarta, Januari 2024

Penulis,

Kristina Nataline



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB II URAIAN TEORITIS.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1. Uraian Teoritis.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.1. Definisi Pemasaran.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2. Definisi Bauran Pemasaran.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.3. Definisi Kualitas.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.4. Kualitas Produk.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.5. Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.6. Citra Merek.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.7. Kepuasan Pelanggan.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>27</b>
<b>2.4. Hipotesis.....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.2. Desain Penelitian.....	29
3.3. Definisi Variabel dan Operasional Variabel.....	29
3.4. Skala Pengukuran.....	34
3.5. Populasi dan Sampel.....	34
3.6. Sumber Data dan Jenis Data.....	36
3.7. Metode Analisis Data.....	37
3.7.1. Uji Instrumen.....	37
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8. Uji Hipotesis.....	41
3.8.1. Uji t (Parsial).....	41
3.8.2. Uji F (Simultan).....	41
3.8.3. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	41
3.8.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
3.9. Teknik Pengolahan Data.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1. Profil Perusahaan.....	44
4.2. Karakteristik Responden.....	46
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi.....	47
4.3. Uji Statistik Deskriptif.....	47
4.4. Hasil Uji Instrumen.....	49
4.4.1. Uji Validitas.....	49
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	51
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1. Hasil Uji Normalitas.....	52
4.5.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.6. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	55
4.7. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	56
4.8. Uji Hipotesis.....	57
4.8.1. Uji t (Parsial).....	57
4.8.2. Uji F (Simultan).....	59

4.9. Implikasi Manajerial .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b> .....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Dimensi Kualitas Produk.....	30
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Dimensi Kualitas Pelayanan.....	31
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Dimensi Citra Merek.....	32
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	33
Tabel 3. 5 Skala Likert.....	34
Tabel 3. 6 Jumlah Sampel Berdasarkan Kriteria Purposive Sampling .....	36
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Program Studi .....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4. 9 Persamaan Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji t ( Parsial).....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji F (Simultan) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia periode Januari 2023 .</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Penyedia Layanan Fixed Broadband.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1. 3 Jumlah Kenaikan Pelanggan Indihome periode 2017-2021 .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 4 Jumlah Segmen Pasar Pelanggan Indihome periode 2019-2023</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 2. 1 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....</b>	<b>27</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 1. 2 Tabel Tabulasi.....	70
Lampiran 1. 3 Hasil Uji Validitas.....	73
Lampiran 1. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	75



## ABSTRAK

### **KRISTINA NATALINE, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)**

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis tingkat Kepuasan Pelanggan Indihome pada mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia terhadap Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek yang diberikan Indihome. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden, yaitu pelanggan Indihome di FEB Universitas Kristen Indonesia, dan data sekunder melalui data Biro Kemahasiswaan UKI. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Regresi Linear Berganda, sedangkan teknik pengumpulan data dengan metode *NonProbability Sampling*, pengukuran skala likert serta pengujian kuesioner dengan metode Validitas dan Reliabilitas. Pengujian kuesioner dilakukan untuk memperoleh kuesioner yang valid dan reliabel. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan valid, sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan tidak valid. Diketahui  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) 0,05 adalah 0,1966. Sehingga disimpulkan bahwa data hasil kuesioner terhadap responden dinyatakan akurat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig. sebesar  $0,192 > 0,05$ . Secara parsial Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig. sebesar  $0,001 < 0,05$ . Secara parsial Citra Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig. sebesar  $0,001 < 0,05$ . Secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig. sebesar  $0,001 < 0,05$ . Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,733, artinya kontribusi variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Citra Merek (X3) terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 73,3%, sedangkan sisanya sebesar 26,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian penulis memperoleh kesimpulan Kualitas Produk Indihome dirasakan belum optimal dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan Kualitas Pelayanan serta Citra Merek Indihome membuat pelanggan tertarik untuk berlangganan dengan provider internet Indihome.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

*This research aims to determine the level of Indihome Customer Satisfaction among Indonesian Christian University FEB students regarding the Product Quality, Service Quality, and Brand Image provided by Indihome. The data sources used are primary data obtained through distributing questionnaires to 100 respondents, namely Indihome customers at FEB Indonesian Christian University, and secondary data through data from the UKI Student Affairs Bureau. The research method used is the Multiple Linear Regression method, while the data collection technique is the Non-Probability Sampling method, Likert scale measurement, and questionnaire testing using the Validity and Reliability method. Questionnaire testing was carried out to obtain a valid and reliable questionnaire. If  $r_{count} > r_{table}$ , then the statement item is valid, whereas if  $r_{count} < r_{table}$ , then the statement item is invalid. It is known that  $r_{table}$  at the significance level ( $\alpha$ ) 0.05 is 0.1966. So it was concluded that the data from the questionnaire results for respondents were declared accurate. The results of this research indicate that partially Product Quality (X1) has no significant effect on Customer Satisfaction with a sig value. amounting to  $0.192 > 0.05$ . In particular, Service Quality (X2) has a significant effect on Customer Satisfaction with a sig value. equal to  $0.001 < 0.05$ . Partially Brand Image (X3) has a significant effect on Customer Satisfaction with a sig value. equal to  $0.001 < 0.05$ . Simultaneously, Product Quality, Service Quality, and Brand Image have a significant effect on Customer Satisfaction with a sig. equal to  $0.001 < 0.05$ . The value of the Coefficient of Determination ( $R^2$ ) is 0.733, meaning that the contribution of the Product Quality (X1), Service Quality (X2), and Brand Image (X3) variables to the Customer Satisfaction variable (Y) is 73.3%, while the remaining is 26.7% influenced by other variables not examined in this research. Based on the results of the research, the author concluded that Indihome's product quality was felt to be not optimal in satisfying customer needs and desires, and Indihome's service quality and brand image made customers interested in subscribing to the Indihome internet provider.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction*