

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang cukup pesat tidak hanya terjadi dimasyarakat perkotaan tetapi sampai ke daerah pelosok, hal ini dibuktikan survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 telah mencapai 215 juta jiwa dari populasi sebesar 275 juta jiwa dengan persentase 78,19%. Dengan tingginya permintaan terhadap jasa telekomunikasi membuat masyarakat lebih mudah untuk berpindah pindah ke operator lain yang menyediakan produk dan layanan yang berkualitas. Hal ini membuah perusahaan telekomunikasi berlomba-lomba untuk menawarkan jasanya dalam memberikan tawaran produk yang menarik dan kinerja layana yang berkualitas. Persaingan yang ketat pada saat ini membuat perusahaan harus mampu mengatur bagaimana agar perusahaan bias bersaing dengan perusahaan lainnya dan tetap mempertahankan pelanggannya **(Hutauruk et al., 2023)**. Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang bergerak dlam bidang jasa telekomunikasi salah satunya adalah PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Sebagai perusahaan milik saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik PT. Telkom mempunyai visi *“To become a leading*

Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Service (TIMES)”.

Sedangkan misinya adalah menjalankan layanan *more for less times* dan menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

PT. Telkom Indonesia ialah perusahaan yang dimiliki oleh negara dan beroperasi dalam sektor telekomunikasi, menyediakan layanan komunikasi dan informasi. Perusahaan ini menawarkan jaringan layanan yang sangat luas dan besar di Indonesia. PT Telkom Indonesia menyediakan berbagai produk layanan internet, termasuk Indihome, Wifi Id, dan Orbit. Layanan ini mencakup salah satu jaringan terkemuka dan terluas di Indonesia. Indonesia Digital Home (Indihome) adalah layanan yang ditawarkan oleh PT. Telkom Indonesia, yang menyediakan paket *triple play*. Layanan ini mencakup internet berkecepatan tinggi melalui serat optik, layanan telepon rumah, dan televisi digital melalui kabel USEe TV serta IP TV (**Aksenta, 2024**).

Berbagai banyak provider yang ada di Indonesia, IndiHome hadir dengan kecepatan yang dan stabil dan tentunya dengan jaringan terluas dan dapat diakses di seluruh Indonesia. PT. Telkom Indonesia sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia memiliki 34.025 menara telekomunikasi dengan rincian 18.000 menara dimiliki oleh Telkomsel dan 16.025 sisanya milik Mitratel. Adapun secara industri Mitratel merupakan perusahaan menara kedua terbesar dari sisi jumlah menara. PT. Telkom tersebar di seluruh Indonesia, melalui keberadaan 7 divisi regional, 60 witel (wilayah telekomunikasi), 535 outlet plasa, Telkom melayani sekitar 200 juta pelanggan seluler, lebih dari 111 juta pelanggan broadband, 11 juta pelanggan *fixed*

wireline, 1500 pelanggan korporat, 1000 pelanggan Institusi Pemerintah & lebih dari 300 ribu pelanggan UKM. Maka tidak heran PT. Telkom menjadi perusahaan telekomunikasi terbesar dan jaringan tercepat, terluas dan terstabil di Indonesia (Noeryakin & Eriza, 2022).

IndiHome Padang sudah lama diakui sebagai salah satu penyedia layanan internet terbesar di Indonesia, yang dimana meneliti di Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang di Jl. KH. Ahmad Dahlan No.17, terdapat pegawai sebanyak 242 orang serta *include* sebanyak 15 mitra. Sebagai bagian dari Telkom Indonesia, kualitas dan jangkauan layanannya tidak perlu diragukan lagi. Terutama buat yang senang nonton film *streaming*, main game online, atau sekadar *browsing* dan buka media sosial, IndiHome Padang menawarkan berbagai keunggulan yang mungkin belum ditemukan di provider internet lain.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dari beberapa perusahaan *Fixed Broadband*, Indihome masih menjadi pilihan terbanyak diantara pesaingnya. Hal ini tentunya disebabkan oleh kepercayaan pelanggan terhadap produk ini. Di bawah daftar perusahaan *Fixed Broadband* di Indonesia dan presentase jumlah pelanggannya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Rekapitulasi TopBrand Index Periode 2021-2024 Pada Tiga Penyelenggara Jasa
Internet Indonesia

Merek	2021	2022	2023	2024
IndiHome	34.60%	33.80%	40.20%	35.20%
First Media	24.20%	17.70%	25.90%	27.90%
Biznet	10.80%	16.30%	18.30%	23.20%

Sumber: *topbrand-award.com, (2024).*

Berdasarkan hasil data diatas bahwa Tabel 1.1 menjelaskn bahwa IndiHome pada 4 tahun terakhir selalu berada pada posisi unggul namun presepsi pelanggan mengenai Indihome mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, dikarenakan adanya sebuah kejenuhan dan kurang puasnya pelanggan dalam membeli layanan Indihome dan dikarenakan bermunculan sebuah produk yang lebih menarik.

Menurut **(Bali, 2022)** Loyalitas konsumen merupakan kondisi dimana pelanggan atau konsumen secara teratur tetap melakukan pembelian pada suatu bisnis. Dapat didefnisikan dari loyalitas konsumen adalah keadaan dimana pelanggan secara konsisten memilih untuk kembali membeli produk atau layanan dari suatu bisnis, yang dimana menunjukkan bahwa pelanggan puas dan merasa percaya sehingga mereka cenderung memilihnya dibandingkan dengan pesaing lain.

Increased consumer buyer loyalty is required in the decision-making process when repurchasing Walls products. Consumer loyalty to Walls products is also important because it influences the selection and purchase of goods. As a result, it will be able to keep Walls products on the market the following year. According to Kotler (Harisandi & Purwanto, 2022), retaining existing customers is more profitable in

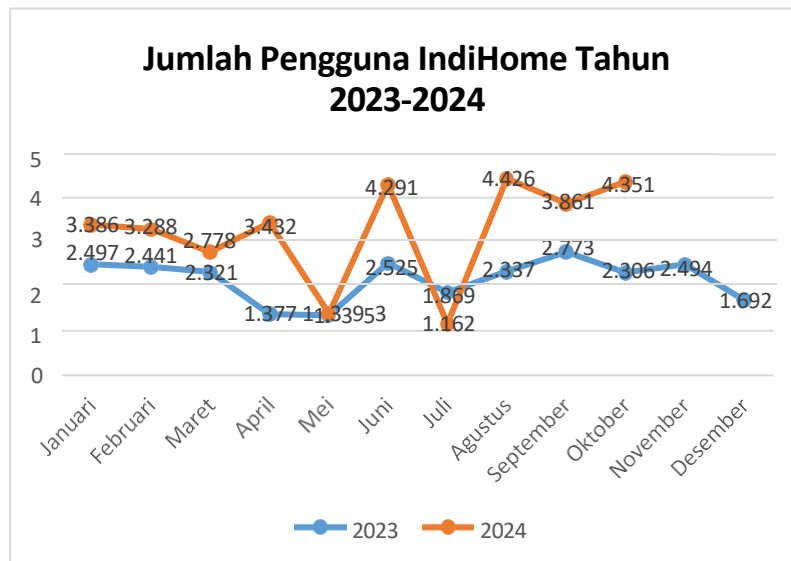
general. Customers are being reduced because the cost of acquiring new customers can be five times that of retaining existing customers. Artinya Peningkatan loyalitas pembeli konsumen diperlukan dalam proses pengambilan keputusan saat melakukan pembelian kembali produk *Walls*. Loyalitas konsumen terhadap produk *Walls* juga penting karena mempengaruhi pemilihan dan pembelian barang. Alhasil, produk *Walls* mampu bertahan di pasaran pada tahun berikutnya. Selanjutnya menurut **(Harisandi & Purwanto, 2022)**, mempertahankan pelanggan yang sudah ada secara umum lebih menguntungkan. Pelanggan berkurang karena biaya untuk memperoleh pelanggan baru, bisa 5 kali lipat dibandingkan biaya mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Tabel 1.2
Jumlah Pengguna IndiHome di Kota Padang

BULAN	JUMLAH PENGGUNA	
	2023	2024
Januari	2.497	3.386
Februari	2.441	3.288
Maret	2.321	2.778
April	1.377	3.432
Mei	1.350	1.393
Juni	2.525	4.291
Juli	1.869	1.162
Agustus	2.337	4.426
September	2.773	3.861
Oktober	2.306	4.351
November	2.494	-
Desember	1.692	-
Total	25.982	32.368

Sumber: Telkom Akses Kota Padang (2024).

Berdasarkan pada tabel 1.2 terlihat adanya peningkatan jumlah pengguna Indihome untuk wilayah Kota Padang, pada bulan Januari hingga bulan Juli mengalami kenaikan dan penurunan, lalu bulan Agustus hingga November mulai stabil. Namun bulan Desember terjadinya penurunan pada tahun 2023 sehingga jumlah pengguna sebanyak 25.982. Kemudian pada tahun 2024 sebanyak 32.368 yang dimana dari bulan Januari hingga bulan Oktober mengalami fluktuasi, tetapi 2 bulan terakhir belum tercatat namun adanya kenaikan pengguna pada tahun 2024 dibanding 2023. Bisa dilihat dari grafik dibawah ini jumlah pengguna indihome dalam tahun 2023-2024.



Gambar 1.1
Grafik Jumlah Pengguna Indihome
Sumber: Telkom Akses Kota Padang (data diolah, 2024)

Grafik diatas merupakan jumlah pengguna indihome di Kota Padang. Dengan terjadinya naik-turunya atau fluktuasi pada pengguna indihome, peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian pada pelanggan indihome. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana tingkat loyalitas konsumen, kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Tingginya pengguna Indihome sering kali menimbulkan keluhan dari pelanggan. Pada pengerjaan dilapangan, seringkali ditemukan keluhan-keluhan dari pelanggan Indihome yang disebabkan oleh berbagai faktor eksternal seperti ketika cuaca buruk, gangguan teknis di tingkat penyedia layanan, atau gangguan pada infrastruktur fisik seperti kabel yang rusak. Ketika gangguan ini terjadi, pengguna biasanya mengalami pemutusan koneksi atau interupsi yang dapat mengganggu aktivitas online. Selain itu, kestabilan koneksi juga menjadi permasalahan yang umum. Beberapa pengguna mungkin mengalami koneksi yang sering terputus-putus atau tidak stabil. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti interferensi sinyal, masalah dengan router atau modem, atau jarak antara perangkat dan sumber jaringan.

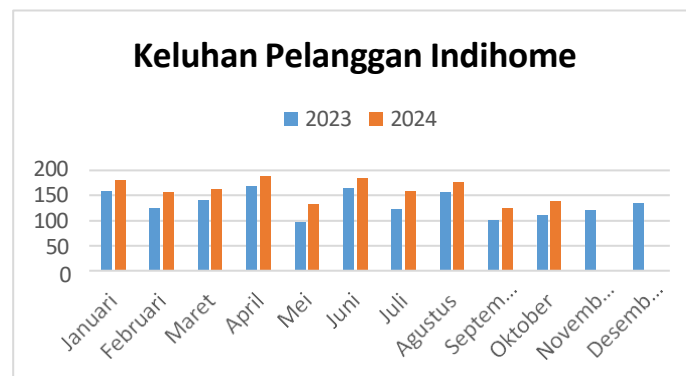
Tabel 1.3
Jumlah Keluhan IndiHome di Kota Padang

BULAN	JUMLAH KELUHAN	
	2023	2024
Januari	158	181
Februari	125	155
Maret	140	163
April	168	188
Mei	97	132
Juni	165	184
Juli	122	159
Agustus	155	176
September	101	125

BULAN	JUMLAH KELUHAN	
	2023	2024
Oktober	111	138
November	120	-
Desember	135	-
Total	1597	1601

Sumber: Telkom Akses Kota Padang (2024).

Berdasarkan pada tabel 1.3 jumlah masalah keluhan Indihome untuk wilayah Kota Padang untuk tahun 2023 memiliki masalah keluhan yaitu sebanyak 1.597, dan untuk tahun 2024 yaitu sebanyak 1.601. Dapat dilihat dari grafik dibawah ini jumlah keluhan indihome dalam tahun 2023-2024.



Gambar 1.2
Grafik Keluhan Pelanggan IndiHome
Sumber: Telkom Akses Kota Padang (Data diolah, 2024)

Berdasarkan gambar 1.2 diatas terdapat jumlah masalah keluhan yang dimana, adanya penurunan keluhan dari bulan januari 2023 sebanyak 1597, lalu 2024 sebanyak 1601 adanya kenaikan jumlah keluhan. Meskipun populer di kalangan masyarakat, layanan dari Telkom ini juga mendapatkan keluhan dari penggunanya. Tidak bisa dipungkiri, jaringan yang ditawarkan dari IndiHome sering mengalami permasalahan

yang menyebabkan pelayanannya menjadi tidak optimal. Dengan jumlah pengguna yang semakin tinggi, tingkat keluhan yang di terima layanan Indihome mengalami kenaikan.

Beberapa pelanggan yang mengalami keluhan layanan indihome diantaranya tidak dapat mengakses situs web, media sosial, aplikasi chat, dan layanan internet lainnya. Adanya keluhan yang sering di ajukan pelanggan kepada Indihome, dikarenakan keinginan atau ekspetasi pelanggan belum terpenuhi atau tidak sesuai dengan yang diharapkan, mengakibatkan kepuasan pelanggan berkurang. Hal ini mengakibatkan tujuan suatu perusahaan belum tercapai secara maksimal. Kepuasan pelanggan yang diharapkan baik bagi suatu perusahaan belum tercapai, kejadian ini terjadi karena adanya beberapa faktor yang menjadi penyebab belum tercapainya kepuasan pelanggan **(Syahwi & Pantawis, 2021)**. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dapat memengaruhi tindakan mereka selanjutnya. Konsumen akan melakukan pencarian, seleksi, dan pertimbangan terhadap berbagai faktor dalam menentukan keputusan pembelian produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pemasaran ini harus diimbangi dengan kualitas layanan yang dapat mendukung loyalitas konsumen, karena kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya membutuhkan interaksi antara satu pihak ke pihak lain. Kualitas pelayanan adalah merupakan tingkat keunggulan yang

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (**Musdalifah et al., 2024**). Kualitas pelayanan menurut (**Darno & Yosepha, 2022**), menyimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan ketepatan usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menyeimbangi harapan pelanggan.

Kepercayaan merupakan penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Kepercayaan terhadap produk Indihome ini telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan perusahaan, baik *profit* maupun *non profit*, karena apabila pelanggan atau konsumen merasa percaya bahwa barang atau jasa yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka pelanggan merasa puas dan mempunyai kepercayaan menjadi pelanggan tetap dari produk Indihome (**Tumangkeng et al., 2022**).

Menurut (**Kasinem, 2020**), kepercayaan adalah sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya”. Dari definisi di atas kepercayaan merupakan variabel terpenting dalam membangun sebuah hubungan jangka panjang antara satu pihak dengan pihak lainnya. *According to (Sukron, 2024), explains that consumer satisfaction is an important element in improving marketing performance in a company. The satisfaction felt by customers can increase the customer's buying intensity. By creating an optimal level of customer satisfaction, it encourages the*

creation of loyalty in the minds of satisfied customers. Satisfaction is measured by how well customer expectations are met.

Menurut **(Takwim et al., 2023)**, kepuasan pelanggan dipahami sebagai pengalaman pelanggan ketika mengkonsumsi barang atau jasa, yang mengarah pada persepsi, evaluasi dan reaksi psikologis. Kepuasan ini merupakan kabar baik bagi para penjual karena setiap produk yang mereka pasarkan harus memenuhi ekspektasi. Dampak dari kepuasan pelanggan berupa evaluasi terhadap produk yang mereka konsumsi, sehingga memungkinkan pelanggan untuk memutuskan layak tidaknya produk tersebut untuk dikonsumsi pada waktu tertentu. Kemudian, Menurut **(Paryanti, 2022)**, kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan kepuasan pelanggan diartikan sebagai respond pelanggan yang dirasakan antara harapan.

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian penulis **(Andri & Suryanto, 2023)** mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada pt. andalas wahana rezeki sumatera barat maka diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalas Wahana Rezeki Sumatera Barat, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalas Wahana Rezeki Sumatera Barat, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Andalas Wahana Rezeki

Sumatera Barat, kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Andalas Wahana Rezeki Sumatera Barat. Bahwa service yang selama ini diberikan baru berupa air minum, dan ternyata tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Perlu diteliti lebih lanjut jenis pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kemudian, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Andalas Wahana Rezeki Sumatera Barat. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada PT. Andalas Wahana Rezeki Sumatera Barat. Dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Andalas Wahana Rezeki Sumatera Barat.

Dari hasil penelitian terbaru yang dilakukan oleh **(Aprileny et al., 2022)** pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Semarang. Hasil penelitian itu juga menyatakan, terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek. Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa apakah variabel kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan. Dimana sebagai dasar pengambilan keputusan pelanggan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut: Jika nilai probabilitas signifikan > 0.05 , maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa

variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Jika nilai probabilitas signifikan.

Selanjutnya dari penelitian yang dilakukan oleh **(Tanjung & Rahman, 2023)** berjudul pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Indihome PT.Telkom Indoneisa Pekanbaru. Hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan begitu juga, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome PT.Telkom Indonesia Pekanbaru.

Pentingnya perusahaan berkewajiban untuk memberikan kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan yang berkualitas agar pelanggan merasa terpuaskan dan telah di terima dari perusahaan layanan jasa tersebut. Terciptanya kepuasan pelanggan membuat reputasi perusahaan di kalangan masyarakat semakin baik, serta penilaian positif dari pelanggan membuat perusahaan semakin dikenal luas dengan citra yang positif.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik uuntuk melakukan penelitian mengenai judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi**

Kasus Pada Pelanggan Indihome Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang)".

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dalam kajian-kajian manajemen pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Layanan pelanggan IndiHome yang kadang kurang responsif atau lambat dalam menangani keluhan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Waktu yang dibutuhkan IndiHome dalam menyelesaikan gangguan teknis atau masalah pada jaringan sering kali memengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Banyak pelanggan merasa bahwa layanan yang diberikan tidak selalu sesuai dengan yang dijanjikan, yang memengaruhi tingkat kepercayaan.
4. Kualitas koneksi Wifi IndiHome yang sering mengalami gangguan atau tidak stabil menyebabkan kepuasan pelanggan menurun dan mempengaruhi loyalitas mereka.
5. Beberapa pelanggan merasa bahwa kualitas layanan yang diterima tidak sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas.
6. Pengalaman negatif selama menggunakan layanan IndiHome dapat memengaruhi loyalitas, terutama jika pengalaman tersebut melibatkan gangguan berulang atau layanan yang lambat.

7. Ketidakpuasan muncul ketika keluhan pelanggan tidak ditangani dengan solusi yang memadai, yang akhirnya berdampak pada kepercayaan dan loyalitas mereka.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulis akan membatasi masalah pada pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan tingkat kepercayaan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel intervening serta objek penelitiannya adalah pada pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang?

5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang?
7. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang.

4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Persero Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel interverning.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel interverning.

1.6 Manfaat penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian tersebut, dapat diperoleh manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam dan mengaplikasikan teori pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian selanjutnya, menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti

mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan, loyalitas konsumen, dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pengusaha

Penulis mengharapkan dari hasil penelitian ini dan data yang telah dikumpulkan dapat menjadi pertimbangan pada pelanggan indihome dalam upaya meningkatkan kinerja dalam pelayanan.

4. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi pengetahuan dan bahan perbandingan bagi pembaca yang berminat mempelajarinya dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.