

Artikel Penelitian (Teknik Industri)

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelan

Muhammad Ravi^{*}, Abdurrozzaq Hasibuan, Suliawati

Fakultas Teknik, Teknik Industri, Universitas Islam Sumatera Utara, Medan, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 06 Maret 2025
Revisi Akhir: 28 April 2025
Diterbitkan Online: 03 Mei 2025

KATA KUNCI

Kualitas Produk
Kualitas Pelayanan
Kepuasan Pelanggan

KORESPONDENSI^(*)

Phone: +62 857-6184-2052
E-mail: muhammadravi4043@gmail.com

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan WiFi MyRepublic. Kualitas produk dalam penelitian ini mencakup kecepatan internet, kestabilan jaringan, serta kesesuaian dengan harapan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan meliputi responsivitas, keandalan, dan empati dari penyedia layanan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang melibatkan 92 responden yang disebarkan kepada pelanggan MyRepublic di wilayah Medan Marelan. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SmartPLS. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk dan pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing MyRepublic di industri penyedia layanan internet.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, kebutuhan akan akses internet yang cepat dan andal telah menjadi salah satu prioritas utama bagi masyarakat. Akses internet bukan hanya menjadi penunjang dalam pekerjaan, pendidikan, maupun hiburan, tetapi juga merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Perkembangan dunia industri saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini terbukti dengan munculnya berbagai produk dan jasa yang beragam di sektor industri seperti bisnis telekomunikasi.

Perkembangan bisnis telekomunikasi di Indonesia berkembang pesat seiring bertambahnya laju pertumbuhan penduduk. Untuk memenuhi kebutuhan permintaan telekomunikasi dapat ditemui secara mudah. Berbagai tawaran ditawarkan oleh provider. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan juga di pandang sebagai salah satu tujuan esensial terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang (Fornell, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor yang penting dalam siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian di bidang pemasaran. Selain itu juga tergantung pada kemampuan untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar dapat berjalan lancar.

Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Menurut Sunyoto (2019:19), pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan.

Produk

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan produk sebagai berikut : “*A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*” Jadi produk diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Menurut Angipora (2019), produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan Menurut Tjiptono (2019:95) Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dapat disimpulkan atau diartikan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat diperjual belikan ke pasar untuk dimiliki, dikonsumsi atau dipergunakan sebagai pemenuhan kebutuhan, keinginan dan kepuasan.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan seperti durabilitas, rellabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Menurut Kotler dan Amstrong (2019:272) “Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan keputusan pembelian. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan. Tetapi sebagian besar perusahaan berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan ataupun keputusan pembelian”.

Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan biasanya didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap keseluruhan keunggulan atau superioritas layanan. Zeithaml (dalam Anita 2020). Parasuraman, et al., (dalam Waseso Segoro 2020:20) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan yang dibentuk dari pengalamannya dalam membeli dan menggunakan jasa. Menurut Koller dan Amastrong (2019:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Gronroos (dalam Waseso Segoro 2020:20) yang mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai persepsi penilaian, yang berasal dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan ekspektasinya dengan layanan yang diterima.

Dapat disimpulkan atau diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian terhadap produk, jasa atau layanan yang diberikan sesuai dengan harapan yang diterima dalam mengimbangi keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kepuasan pelanggan adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator- indikator menurut (Tjiptono, 2019) yakni:

- Kesesuaian produk dengan harapan pelanggan
- Kepercayaan pelanggan terhadap produk
- Ketersediaan merekomendasikan produk.

Menurut *Kotler* (dalam Sirhan et, al., 2019), ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut:

Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal

Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada

Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan

Kurang memperhatikan produk, iklan

Pesaing, kurang sensitif pada harga

Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan

Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya pengukuran

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah di rumah-rumah pelanggan Wifi MyRepublic Kecamatan Medan Marelan. Dan waktu penelitian ini dilakukan pada 24 Oktober 2024 hingga 14 November 2024.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian *asosiatif kausal* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian *asosiatif kausal* adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sekaran & Bougie, 2021). Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel- variabel yang akan diteliti. Menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel dinyatakan dengan angka atau skala (Sekaran & Bougie, 2021). Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wifi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelan

Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu X1 (Kualitas Produk), X2 (Kualitas Pelayanan) dan Y (Kepuasan Pelanggan). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Didalam penelitian ini dikembangkan dua jenis variabel yaitu variabel *dependen* dan variabel *independen*.

Variabel dependen

Variabel *dependen* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Variabel *dependen* biasa dilambangkan dengan Y. Variabel terikat (*dependent variable*) pada penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan WIFI MyRepublic

(Y). Dan yang menjadi sub variabel dari kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian produk dengan harapan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap produk dan ketersediaan pelanggan merekomendasikan produk wifi MyRepublic kepada orang lain.

Variabel Independen

Variabel *independen* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependen*, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Variabel *independen* ini menjadi sebab terjadinya variabel *dependen*. Variabel *independen* biasa dilambangkan dengan X. Variabel *independen* pada penelitian ini yaitu

Variabel Kualitas produk (X1)

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Yang menjadi sub variabel dari variabel kualitas produk (X1) yaitu kinerja produk, stabilitas koneksi, keandalan produk, jangkauan sinyal wifi, *Reliabilitas* layanan dan harga. Dan yang menjadi sub variabel dari variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), Perhatian (*Empaty*) ke pelanggan, promo harga, dan proses penyelesaian keluhan.

Subjek Penelitian

Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan yang dilihat dari kualitas produk, dan juga kualitas pelayanan. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

Data Sekunder

Data jenis ini diperoleh dengan melakukan studi pustaka, yaitu dengan mempelajari dan meneliti literatur-literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Data sekunder juga dapat diperoleh dari data historis yang dimiliki oleh Wifi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelan. Pengumpulan data sekunder dimaksudkan untuk memperoleh tambahan informasi serta melengkapi penelitian.

Skala Likert

Menurut Sugiyono (2022:93) “skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan menggunakan skala *likert*, maka setiap item pernyataan memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Kriteria jawaban untuk setiap pernyataan memiliki skor 5, 4, 3, 2, 1 yang dapat dilihat dalam rincian tabel berikut:

Tabel 1. Skala *Likert*

Keterangan	Arti	Angka
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat tidak Setuju	1

Identifikasi Jumlah Responden

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Wifi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelan yang berjumlah 1.200 pelanggan.

Sampel

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan *nonprobability sampling*. Untuk sampel yang dibutuhkan dapat dihitung dengan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200(0,1)^2}$$

n = 92 responden

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

E = *margin of error* (10% = 0,1)

Uji Model Pengukuran (Outer Model) / Uji Instrumen SEM-PLS

Sebelum angket penelitian dipergunakan dalam penelitian sesungguhnya, angket tersebut diuji cobakan terlebih dahulu. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan instrumen yang baik. Baik buruknya instrumen akan mempengaruhi benar-tidaknya data yang didapat. Instrumen yang baik harus memenuhi persyaratan penting yaitu valid. Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui *Validitas* instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya instrumen yang digunakan dalam penelitian:

Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji ini dilakukan dengan melihat korelasi atau skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total. Perhitungan *Validitas* pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SmartPLS 4.

Uji *Validitas* pada analisis PLS-SEM terbagi menjadi dua tahap, yaitu yang pertama adalah analisis *Validitas convergent* dan yang kedua analisis *Validitas discriminant*. *Validitas convergent* dapat dilihat dari nilai *loading factor* atau *outer loading* yang menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya (variabel laten) harus lebih besar dari 0,7 atau nilai *outer loading* > 0,7 (Ghozali & Latan 2020). Sedangkan *Validitas discriminant*

menggunakan nilai *cross loading*. Nilai *cross loading* masing-masing konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0.7 (Ghozali & Latan 2020).

Uji Reliabilitas

Uji *Reliabilitas* dalam *SmartPLS* merupakan langkah penting untuk memastikan kualitas model yang dibangun. Uji *Reliabilitas* digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sudah bisa untuk mengumpulkan data. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten.

Secara umum, *Reliabilitas* yang dianggap cukup memuaskan adalah jika nilai *cronbach's alpha* ≥ 0.700 . Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.7, artinya *Reliabilitas* mencukupi. Sementara jika $\alpha > 0.80$, ini menunjukkan bahwa seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki *Reliabilitas* yang kuat.

Uji path Coefficient (R-Square)

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel *independen* kepada variabel *dependen*. *Coefficient determinan (R-Square)* digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel *endogen* dipengaruhi oleh variabel lainnya. Ghozali dan latan (2020) menyebutkan hasil R^2 menyebutkan sebesar 0.67 keatas untuk variabel laten *endogen* dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel *eksogen* (yang mempengaruhi) terhadap variabel *endogen* (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik (kuat). Sedangkan jika hasilnya sebesar 0.33-0.67 maka termasuk kedalam kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0.19-0.33 maka termasuk kategori lemah.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan PLS dilakukan dua tahap, yakni menghitung langsung pengaruh variabel laten *independen* terhadap variabel laten *dependen* dan menghitung pengaruh variabel variabel laten independen terhadap variabel laten *dependen* dengan pemoderasi. Dalam pengujian hipotesis, nilai yang dianalisa adalah nilai yang ada pada *T statistic* dan *p values* yang dihasilkan dari *output* PLS dengan membandingkan dengan tingkat signifikan α 0.05.

Jika nilai T-statistik >1.96 dan p-values $< 0,05$ maka signifikan

Jika nilai T-statistik < 1.96 dan p-values $> 0,05$ maka tidak signifikan

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Identifikasi Jumlah Responden

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah 1.200 pelanggan di Kecamatan Medan Marelan

Sampel

Untuk sampel yang dibutuhkan dapat dihitung dengan rumus Slovin sebagai berikut (Siregar, 2020):

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200(0,1)^2}$$

$$n = 92 \text{ responden}$$

Keterangan :

n = sampel

N = Populasi

e = error (1% = 0,01)

Sistem Penyebaran Kuesioner Pada Variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) Kepada Responden:

1. Kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada responden yang menggunakan Wifi MyRepublic sebanyak 92 kuesioner
2. Kuesioner yang diterima oleh peneliti sebanyak 92 kuesioner.
3. Penyebaran dilakukan dengan cara sebar manual lembar kuesioner dan didampingi oleh peneliti

Dibawah ini adalah Data Tabulasi Kuesioner Pada Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 2. Data Hasil Kuesioner Pada Kualitas Produk

No	Kualitas Produk (X1)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	2	3	2	2	2	11
2	2	3	2	2	2	11
3	2	3	2	2	2	11
4	2	3	2	2	2	11
5	2	3	2	2	2	11
6	2	3	2	2	2	11
7	2	3	2	2	2	11
8	2	3	2	2	2	11
9	2	3	2	2	2	11

10	2	3	2	2	2	11
11	2	3	2	2	2	11
12	3	3	2	2	2	12
13	3	3	2	2	2	12
14	3	3	2	2	2	12
15	3	3	2	2	2	12
16	3	3	2	2	2	12
17	3	3	2	2	2	12
18	3	3	2	2	2	12
19	3	3	2	2	2	12
20	3	3	3	2	3	14
21	3	3	3	2	3	14
22	3	3	3	2	3	14
23	4	3	3	2	3	15
24	4	3	3	2	3	15
25	4	3	3	2	3	15
26	4	3	3	2	3	15
27	4	3	3	3	3	16
28	4	3	3	3	3	16
29	4	3	3	3	3	16
30	4	3	3	3	3	16
31	4	3	3	3	3	16
32	4	3	3	3	3	16
33	4	3	3	3	3	16
34	4	3	3	3	3	16
35	4	3	3	3	3	16
36	4	3	3	3	3	16
37	4	3	3	3	3	16
38	4	3	3	3	3	16
39	4	3	3	3	3	16
40	4	3	3	3	3	16
41	4	3	3	3	3	16
42	4	3	3	3	3	16
43	4	3	3	3	3	16
44	4	3	3	3	3	16
45	4	4	3	3	3	17
46	4	4	3	3	3	17
47	4	4	3	3	3	17
48	4	4	3	3	3	17
49	4	4	3	3	3	17
50	4	4	4	4	3	19
51	4	4	4	4	3	19
52	4	4	4	4	3	19
53	4	4	4	4	3	19
54	4	4	4	4	3	19
55	4	4	4	4	3	19
56	4	4	4	4	3	19
57	4	4	4	4	3	19
58	4	4	4	4	3	19
59	4	4	4	4	3	19
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20

62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	4	5	4	4	4	22
71	4	5	4	4	4	21
72	4	5	4	4	4	21
73	4	5	4	4	4	21
74	4	5	4	4	4	21
75	5	5	4	4	4	22
76	5	5	4	4	4	22
77	5	5	4	4	4	22
78	5	5	4	4	4	22
79	5	5	4	4	4	22
80	5	5	5	4	4	23
81	5	5	5	4	4	23
82	5	5	5	4	4	23
83	5	5	5	4	4	23
84	5	5	5	4	4	23
85	5	5	5	4	5	24
86	5	5	5	4	5	24
87	5	5	5	4	5	24
88	5	5	5	4	5	24
89	5	5	5	4	5	24
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25

Tabel 3. Data Hasil Kuesioner Pada Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan (X2)					Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	2	3	3	2	2	12
2	2	3	3	2	2	12
3	2	3	3	2	2	12
4	2	3	3	2	2	12
5	2	3	3	2	2	12
6	2	3	3	3	2	13
7	3	3	4	3	2	15
8	3	3	4	3	3	16
9	3	3	4	3	3	16
10	3	3	4	3	3	16
11	3	3	4	3	3	16
12	3	3	4	3	3	16
13	3	3	4	3	3	16
14	3	3	4	3	3	16
15	3	3	4	3	3	16
16	3	3	4	3	3	16
17	3	3	4	3	3	16

18	3	3	4	3	3	16
19	3	3	4	4	3	17
20	3	3	4	4	3	17
21	3	3	4	4	3	17
22	3	3	4	4	3	17
23	3	3	4	4	3	17
24	3	3	4	4	3	17
25	3	3	4	4	3	17
26	3	3	4	3	3	18
27	3	3	4	4	3	17
28	3	3	4	4	3	17
29	3	3	4	4	3	17
30	3	3	4	4	3	17
31	3	3	4	4	3	17
32	3	3	4	4	3	17
33	3	3	4	4	3	17
34	3	3	4	4	3	17
35	3	3	4	4	3	17
36	3	3	4	4	3	17
37	3	3	4	4	3	17
38	3	3	4	4	3	17
39	3	3	4	4	3	17
40	3	3	4	4	3	17
41	3	3	4	4	3	17
42	3	3	4	4	3	17
43	3	3	4	4	3	17
44	3	3	4	4	3	17
45	3	3	4	4	3	17
46	3	3	4	4	3	17
47	3	3	4	4	3	17
48	3	3	4	4	3	17
49	3	3	4	4	3	17
50	4	4	5	4	4	21
51	4	4	5	4	4	21
52	4	4	5	4	4	21
53	4	4	5	4	4	21
54	4	4	5	4	4	21
55	4	4	5	4	4	21
56	4	4	5	4	4	21
57	4	4	5	4	4	21
58	4	4	5	4	4	21
59	4	4	5	4	4	21
60	4	4	5	4	4	21
61	4	4	5	4	4	21
62	4	4	5	4	4	21
63	4	4	5	4	4	21
64	4	4	5	4	4	21
65	4	4	5	4	4	21
66	4	4	5	4	4	21
67	4	4	5	4	4	21
68	4	4	5	4	4	21
69	4	4	5	4	4	21

70	4	4	5	4	4	21
71	4	4	5	4	4	21
72	5	4	5	4	4	22
73	5	4	5	4	4	22
74	5	4	5	4	4	22
75	5	4	5	4	4	22
76	5	4	5	4	4	22
77	5	4	5	4	4	22
78	5	4	5	4	4	22
79	5	4	5	4	4	22
80	5	4	5	4	4	22
81	5	4	5	4	4	22
82	5	4	5	4	4	22
83	5	4	5	4	4	22
84	5	4	5	4	4	22
85	5	5	5	4	4	23
86	5	5	5	4	4	23
87	5	5	5	4	4	23
88	5	5	5	4	4	23
89	5	5	5	4	4	23
90	5	5	5	4	5	24
91	5	5	5	4	5	24
92	5	5	5	4	5	24

Tabel 4. Hasil Kuesioner Pada Kepuasan Pelanggan

No	Kepuasan Pelanggan (Y)					Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	3	2	2	3	13
2	3	3	2	2	3	13
3	3	3	2	2	3	13
4	3	3	2	3	3	14
5	3	3	2	3	3	14
6	3	3	2	3	3	14
7	3	3	2	3	3	14
8	3	3	2	3	3	14
9	3	3	2	3	4	15
10	3	3	2	3	4	15
11	3	3	2	3	4	15
12	3	3	2	3	4	15
13	3	3	2	3	4	15
14	4	3	2	3	4	16
15	4	3	3	3	4	17
16	4	3	3	3	4	17
17	4	3	3	3	4	17
18	4	3	3	3	4	17
19	4	3	3	3	4	17
20	4	3	3	3	4	17
21	4	3	3	3	4	17
22	4	3	3	3	4	17
23	4	3	3	3	4	17
24	4	3	3	3	4	17
25	5	3	3	3	4	18

26	5	3	3	3	4	18
27	5	3	3	3	4	18
28	5	3	3	3	5	19
29	5	3	3	3	5	19
30	5	3	4	3	5	20
31	5	3	4	3	5	20
32	5	3	4	3	5	20
33	5	3	4	3	5	20
34	5	3	4	3	5	20
35	5	3	4	3	5	20
36	5	4	4	3	5	21
37	5	4	4	3	5	21
38	5	4	4	3	5	21
39	5	4	4	3	5	21
40	5	4	4	3	5	21
41	5	4	4	3	5	21
42	5	4	4	3	5	21
43	5	4	4	3	5	21
44	5	4	4	3	5	21
45	5	4	4	3	5	21
46	5	4	4	3	5	21
47	5	4	4	3	5	21
48	5	4	4	3	5	21
49	5	4	4	3	5	21
50	5	4	5	3	5	22
51	5	4	5	3	5	22
52	5	4	5	3	5	22
53	5	4	5	3	5	22
54	5	4	5	3	5	22
55	5	4	5	3	5	22
56	5	4	5	3	5	22
57	5	4	5	3	5	22
58	5	4	5	3	5	22
59	5	4	5	3	5	22
60	5	4	5	4	5	23
61	5	4	5	4	5	23
62	5	4	5	4	5	23
63	5	4	5	4	5	23
64	5	4	5	4	5	23
65	5	4	5	4	5	23
66	5	4	5	4	5	23
67	5	4	5	4	5	23
68	5	5	5	4	5	24
69	5	5	5	4	5	24
70	5	5	5	4	5	24
71	5	5	5	4	5	24
72	5	5	5	4	5	24
73	5	5	5	4	5	24
74	5	5	5	4	5	24
75	5	5	5	4	5	24
76	5	5	5	4	5	24
77	5	5	5	4	5	24

78	5	5	5	4	5	24
79	5	5	5	4	5	24
80	5	5	5	4	5	24
81	5	5	5	4	5	24
82	5	5	5	4	5	24
83	5	5	5	4	5	24
84	5	5	5	4	5	24
85	5	5	5	4	5	24
86	5	5	5	4	5	24
87	5	5	5	4	5	24
88	5	5	5	4	5	24
89	5	5	5	4	5	24
90	5	5	5	4	5	24
91	5	5	5	4	5	24
92	5	5	5	4	5	24

Berdasarkan ketiga tabel diatas, terdapat 1200 populasi pelanggan Wifi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelan. Namun dengan rumus Slovin menghasilkan 92 responden yang sudah mencukupi untuk kebutuhan data dari 1200 populasi.

Pengolahan Data

Identifikasi Pengaruh X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan). Karakteristik jawaban responden atas pernyataan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kualitas Produk (X1)

Tabel 5. Karakteristik Jawaban Responden Atas Pernyataan Kualitas Produk

Pernyataan	Uraian	SS	S	N	TS	STS	Total
X1.1	F	18	52	11	11	-	92
	%	19%	57%	12%	12%	-	100%
X1.2	F	22	26	44	-	-	92
	%	24%	29%	47%	-	-	100%
X1.3	F	13	30	30	19	-	92
	%	14%	32%	32%	20%	-	100%
X1.4	F	3	40	23	26	-	92
	%	4%	43%	25%	28%	-	100%
X1.5	F	8	25	40	19	-	92
	%	9%	27%	43%	21%	-	100%

- SS = Sangat Setuju (Skor = 5)
- S = Setuju (Skor = 4)
- N = Netral (Skor = 3)
- TS = Tidak Setuju (Skor = 2)
- STS = Sangat Tidak Setuju (Skor = 1) F = Frekuensi
- % = Persentase

Berdasarkan pada tabel 5 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel Kualitas Produk sebagai berikut:

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X1.1 terdapat 18 (19%) responden yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 52 (57%) responden, yang menyatakan netral sebanyak 11 (12%) responden dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11 (12%) responden.

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X1.2 terdapat 22 (24%) responden yang menyatakan sangat setuju, 26 (29%) responden yang menyatakan setuju dan 44 (47%) responden yang menyatakan netral

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X1.3 terdapat 13 (14%) responden yang menyatakan sangat setuju, 30 (32%) responden yang menyatakan setuju, sebanyak 30 (32%) responden yang menyatakan netral dan sebanyak 19 (20%) responden yang menyatakan tidak setuju

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X1.4 terdapat 3 (4%) responden yang menyatakan sangat setuju, 40 (43%) responden yang menyatakan setuju, 23 (25%) responden yang menyatakan netral dan 26 (28%) responden yang menyatakan tidak setuju

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X1.5 terdapat 8 (9%) responden yang menyatakan sangat setuju, 25 (27%) responden yang menyatakan setuju, 40 (43%) responden yang menyatakan netral dan 19 (21%) responden yang menyatakan tidak setuju.

Kualitas Pelayanan

Tabel 6. Karakteristik Jawaban Responden Atas Pernyataan Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Uraian	SS	S	N	TS	STS	Total
X2.1	F	21	22	42	7	-	92
	%	23%	24%	45%	8%	-	100%
X2.2	F	8	35	49	-	-	92
	%	9%	38%	53%	-	-	100%
X2.3	F	43	43	6	-	-	92
	%	46%	46%	8%	-	-	100%
X2.4	F	-	74	13	5	-	92
	%	-	80%	14%	6%	-	100%
X2.5	F	3	40	41	7	-	92
	%	4%	43%	45%	8%	-	100%

Berdasarkan pada tabel 6 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan sebagai berikut:

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X2.1 terdapat 21 (23%) responden yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 22 (24%) responden, yang menyatakan netral sebanyak 42 (45%) responden dan sebanyak 7 (8%) responden menyatakan tidak setuju

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X2.2 terdapat 8 (9%) responden yang menyatakan sangat setuju, sebanyak 35 (38%) responden yang menyatakan setuju, dan sebanyak 49 (53%) responden yang menyatakan netral

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X2.3 terdapat 43 (46%) responden yang menyatakan sangat setuju, 43 (46%) responden yang menyatakan setuju dan 6 (8%) responden yang menyatakan netral

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X2.4 terdapat 74 (80%) responden yang menyatakan setuju, 13 (14%) responden yang menyatakan netral dan 5 (6%) responden yang menyatakan tidak setuju

Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan X2.5 terdapat 3 (4%) responden yang menyatakan sangat setuju, 40 (43%) responden yang menyatakan setuju, 41 (45%) responden yang menyatakan netral dan sebanyak 7 (8%) responden yang menyatakan tidak setuju.

Kepuasan Pelanggan

Tabel 7. Karakteristik Jawaban Responden Atas Pernyataan Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Uraian	SS	S	N	TS	STS	Total
Y1	F	68	11	13	-	-	92
	%	74%	12%	14%	-	-	100%
Y2	F	25	32	35	-	-	92
	%	28%	34%	38%	-	-	100%
Y3	F	24	38	16	14	-	92
	%	26%	42%	17%	15%	-	100%
Y4	F	-	33	56	3	-	92
	%	-	36%	60%	4%	-	100%
Y5	F	65	19	8	-	-	92
	%	70%	21%	9%	-	-	100%

Berdasarkan pada tabel 7 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

- Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan Y1 terdapat 68 (74%) responden yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 11 (12%) responden, dan 13 (14%) responden yang menyatakan netral
- Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan Y2 terdapat 25 (28%) responden yang menyatakan sangat setuju, 32 (34%) responden yang menyatakan setuju dan 35 (38%) responden yang menyatakan netral
- Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan Y3 terdapat 24 (26%) responden yang menyatakan sangat setuju, 38 (42%) responden yang menyatakan setuju, 16 (17%) responden yang menyatakan netral dan 14 (15%) responden yang menyatakan tidak setuju
- Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan Y4 terdapat 33 (36%) responden yang menyatakan setuju, 56 (60%) responden yang menyatakan netral dan 3 (4%) responden yang menyatakan tidak setuju
- Dari 92 responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan Y5 terdapat 65 (70%) responden yang menyatakan sangat setuju, 19 (21%) responden yang menyatakan setuju, dan 8 (9%) responden yang menyatakan netral.

Langkah-langkah Menghitung Uji Validitas, Reliabilitas, R-Square dan Uji T Dengan Menggunakan SmartPLS

Langkah-Langkah Pengolahan Data dengan SmartPLS 4 yaitu:

Sebelum memulai olah data pastikan data sudah tersimpan dalam bentuk CSV dan untuk memulai PLS data harus ditutup terlebih dahulu.

Langkah 1: Klik “*New Project*” untuk memulai pengolahan data dengan *Smart PLS*.

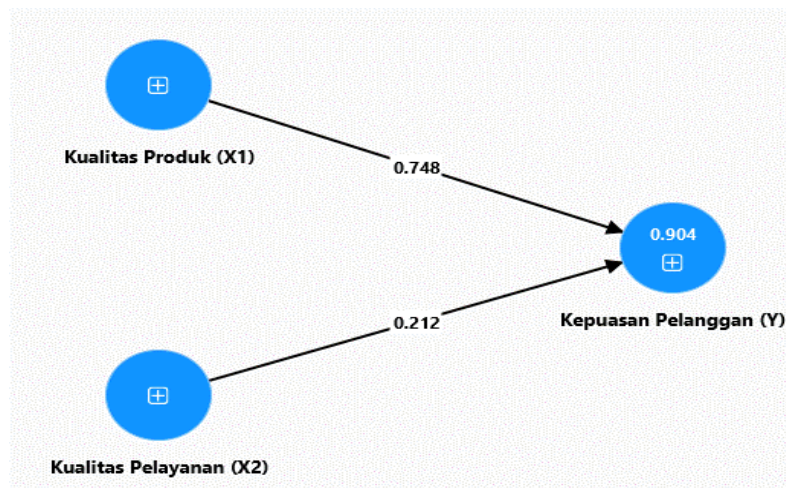
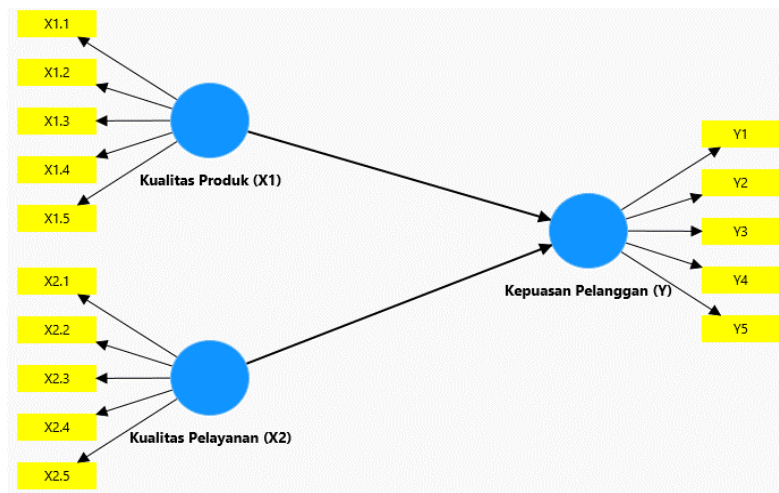
Buatlah nama *project* tersebut. Dalam contoh ini menggunakan “Uji Kuesioner”. Kemudian klik Ok.

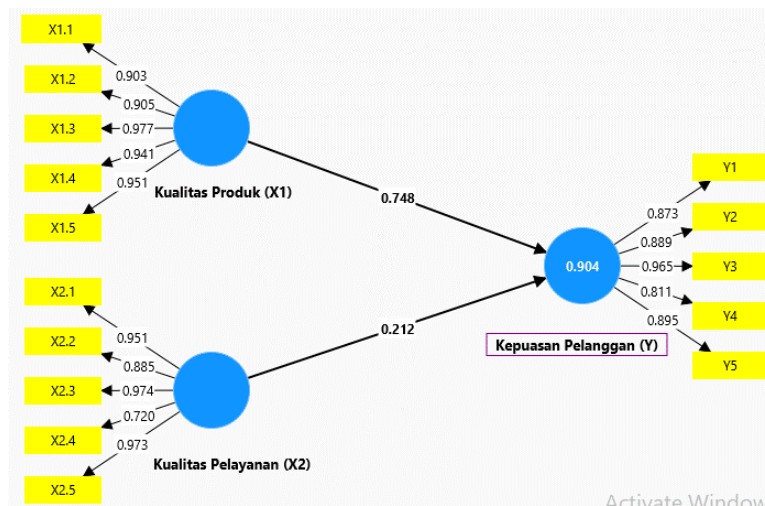
Langkah 2: Klik kanan pada *double-click* pada *project explore* dan pilih import data file, kemudian cari data dalam bentuk CSV lalu OK. Maka akan muncul tampilan seperti dibawah ini:

Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation
X1.1	1	MET	0	3.837	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.876
X1.2	2	MET	0	3.772	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.822
X1.3	3	MET	0	3.402	3.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.968
X1.4	4	MET	0	3.217	3.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.895
X1.5	5	MET	0	3.239	3.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.877
X2.1	6	MET	0	3.630	3.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.906
X2.2	7	MET	0	3.554	3.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.649
X2.3	8	MET	0	4.402	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.609
X2.4	9	MET	0	3.750	4.000	2.000	4.000	2.000	4.000	0.544
X2.5	10	MET	0	3.424	3.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.679
Y1	11	MET	0	4.598	5.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.723
Y2	12	MET	0	3.891	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.800
Y3	13	MET	0	4.000	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	1.113
Y4	14	MET	0	3.326	3.000	2.000	4.000	2.000	4.000	0.534
Y5	15	MET	0	4.620	5.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.640

Langkah 3: Setelah *Import* data file CSV, akan muncul seperti gambar paling atas. Kemudian *klik* menu *back*. *Klik* Uji Kuesioner untuk memunculkan bidang gambar seperti gambar dibawah ini. Kemudian pilih model *PLS-SEM* dan buat nama *file* lalu *klik* oke.

Langkah 4: Kemudian akan muncul tampilan seperti dibawah ini, lalu *klik shif* untuk menginput variabel ke bidang gambar indikator per variabel (dalam contoh ini Variabel X1 5 indikator, variabel X2 5 indikator dan variabel Y 5 indikator). Setelah dilepas akan muncul seperti gambar kedua. Kemudian *klik* menu *connect* untuk menghubungkan variabel. Maka akan muncul seperti gambar dibawah ini





Langkah 5: Setelah gambar model telah selesai digambarkan, klik *Calculate*, pilih *PLS-SEM Algorithm*. Maka akan muncul konfirmasi Standar Maksimum Literasi adalah 300. Klik “*Start Calculation*” untuk run data.

Langkah 6: maka semua hasil uji akan muncul mulai dari hasil uji *Validitas*, *Reliabilitas*, uji R, Uji F. Tinggal klik hasil di bagian kiri menu untuk melihat hasil analisis data. Pada contoh ini peneliti akan mencari nilai *Validitas*. Periksa *Validitas*. Klik *final result* untuk melihat hasil uji *Validitas* pada nilai *outer loading* Seperti dibawah ini.

	<i>Outer loadings</i>
X1.1 <- X1	0,903
X1.2 <- X1	0,905
X1.3 <- X1	0,977
X1.4 <- X1	0,941
X1.5 <- X1	0,951
X2.1 <- X2	0,951
X2.2 <- X2	0,885
X2.3 <- X2	0,974
X2.4 <- X2	0,720
X2.5 <- X2	0,973
Y1 <- Y	0,873
Y2 <- Y	0,889
Y3 <- Y	0,965
Y4 <- Y	0,811
Y5 <- Y	0,895

Langkah 7 : Lakukan uji Hipotesis yaitu dengan klik menu *Calculate – Bootstrapping*. Selanjutnya akan muncul bidang *set up*, kemudian klik *Start Calculation*, maka hasil run akan keluar seperti dibawah ini

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
X1 -> Y	0,748	0,755	0,099	7,569	0,000
X2 -> Y	0,212	0,206	0,103	2,066	0,039

Uji Instrument

Uji Validitas

Pada tahap uji *Validitas convergent* dapat dilihat dari hubungan antar indikator yang digunakan. Syarat dari *Validitas convergent* adalah jika indikator-indikator yang digunakan saling berhubungan atau berkorelasi. Adapun nilai dari penelitian yang bersifat *confirmatory* yaitu nilai *loading factor* > 0,7 dan nilai dari *Average Variance Extracted* > 0,5 untuk agar dapat memenuhi syarat (Hamid & Anwar, 2019).

Tabel 8. Nilai *Outer Loading*

	X1	X2	Y	Keterangan
X1.1	0.903			VALID
X1.2	0.905			VALID
X1.3	0.977			VALID
X1.4	0.941			VALID
X1.5	0.951			VALID
X2.1		0.951		VALID
X2.2		0.885		VALID
X2.3		0.974		VALID
X2.4		0.720		VALID
X2.5		0.973		VALID
Y1			0.873	VALID
Y2			0.889	VALID
Y3			0.965	VALID
Y4			0.811	VALID
Y5			0.895	VALID

Sumber: Output Smart PLS 4

Tabel 9. Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE)	
X1	0.876
X2	0.820
Y	0.789

Sumber: Output Smart PLS 4

Tabel 10. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha	
X1	0.964
X2	0.942
Y	0.932

Sumber: Output Smart PLS 4

Tabel 11. R Square

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.904 (90,4%)	0.902 (90,2%)

Sumber: Output Smart PLS 4

Tabel 12. Nilai Koefisien Jalur dan *T-statistics*

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
Kualitas Produk (X1)-> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.748 (74,8%)	7.569	0.000	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X2)-> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.212 (21,2%)	2.066	0.039	Signifikan

Sumber: Output Smart PLS 4

ANALISIS DAN EVALUASI

Dari hasil pengujian yang diperoleh berdasarkan statistik dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun secara simultan yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis T Statistic, kualitas produk (X1) menunjukkan bahwa hasil hipotesis H1 diterima, yang menandakan bahwa kualitas produk (X1) memiliki pengaruh positif sebesar 0,748 (74,8%) dan signifikan sebesar 0,000 terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil uji hipotesis T Statistic, kualitas pelayanan (X2) menunjukkan bahwa hasil hipotesis H2 diterima, yang menandakan bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif sebesar 0,212 (21,2%) dan signifikan sebesar 0,039 terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil R Square yang diperoleh, untuk menghitung pengaruh antara variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) mendapatkan hasil sebesar 0,904 atau 90,4 % secara simultan. Hal ini menandakan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh terhadap nilai variabel Y senilai 90,4% namun sisanya 9,6% adalah pengaruh dari variabel lain dalam penelitian ini.

Evaluasi

Hanya terdapat dua variabel bebas yang diteliti, yaitu variabel X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Kualitas Pelayanan). Hal ini berdasarkan dari penelitian yang dilakukan menggunakan perhitungan dengan aplikasi perangkat lunak *SmartPLS 4* dengan teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik slovin berjumlah data 92 responden dengan kesimpulan secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan nilai *r square* (R^2) sebesar 0,904 atau 90,4% kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 9,6% dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan berikut: Kualitas produk secara *parsial* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,748 (74,8%) dan kualitas pelayanan juga secara *parsial* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,212 (21,2%).

Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara *simultan* (bersamaan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai r square (R^2) sebesar 0,904 atau 90,4% variabel Y (kepuasan pelanggan) dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Adapun saran yang diperoleh dari penulis untuk hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Agar perusahaan dapat lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Diharapkan perusahaan harus membuat promo mengenai kualitas produk dan pelayanan yang lebih menarik lagi setiap bulannya agar pelanggan merasa puas untuk berlangganan wifi MyRepublic dan bahkan merekomendasikannya ke orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abubakar, Rusydi. 2019 Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta
- [2] Aditama, Roni Angger. 2020. Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi. Malang : AE Publishing
- [3] Arikunto, S. 2019. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- [4] Angipora. 2020. Kualitas Produk dalam Aspek Pemasaran. Bandung: Alfabeta Anita. 2020. Kualitas Pelayanan Dalam Aspek Pemasaran. Jakarta: Rineka Cipta
- [5] Badri, Markoni. 2021. Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis ke-VI.
- [6] Bilson, Simamora. 2019. Memenangkan Pasar dengan pemasaran efektif dan Profitabel. Cet.2, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- [7] Dhita Tresiya, Djunaidi, Heri Subagyo. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ojek online go-jek di kota kediri. Jurnal Ilmiah Ekonomi Mahasiswa – Volume 1 Nomor 2 Desember 2018.
- [8] Didin, Fatihudin dan Firmansyah M.Anang. 2019. Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan) Cet 1. Yogyakarta : CV BIDI UTAMA
- [9] Fandy, Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran. Edisi 3, Yogyakarta : CV.ANDI Fornell. 2019. Strategi Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. Firmansyah M. Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy.
- [10] Qiara Media Ghozali. 2019. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SmartPLS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [11] Ghozali, Latan. 2020. Aplikasi Analisis Jalur Dengan Progam SmartPLS Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [12] Hendrianto, dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband di Kota Palembang Jurnal Keuangan dan Bisnis, Maret 2018 43
- [13] Ibrahim, Malik dan Sitti Marijam. 2021. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pasar. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [14] J. Stanton, William. 2019. Prinsip Pemasaran. Erlangga: Jakarta.
- [15] W.K. Chen. *Linear Networks and Systems*. Belmont, CA: Wadsworth, 1993, pp. 123-35.