

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA
INDIHOME DARI PT. TELKOM INDONESIA
DI KOTA SEMARANG**

(Studi Kasus Pada Profesi Manajemen di Semarang Jawa Tengah)

Mohamad Taufik Kurniawan

(E2A016111)

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email : taufikkurniawan1204@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna IndiHome di Kota Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pekanggan pengguna layanan IndiHome di Kota Semarang, dengan jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden yang diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Data yang digunakan yaitu data primer, dan diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis korelasi dan regresi linier berganda. Hasil penelitian yang diperoleh adalah (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (4) Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,712, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi dapat menjelaskan variasi variabel kepuasan pelanggan sebesar 71,2%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND
PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION INDIHOME USERS OF
PT. TELKOM INDONESIA IN THE CITY OF SEMARANG**
(Case Study in Management Profession in Semarang, Central Java)

Mohamad Taufik Kurniawan

(E2A016111)

Management Study Program, Muhammadyah University of Semarang

Email : taufikkurniawan1204@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price perception, and promotion on customer satisfaction of IndiHome users in Semarang City. The population of this study were all customers of IndiHome service users in the city of Semarang, with a total sample of 100 respondents who were taken using a simple random sampling technique. The data used are primary data, and obtained through the distribution of questionnaires. Data analysis techniques using correlation analysis and multiple linear regression. The results obtained are (1) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. (2) Price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.001 < 0.05$. (3) Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. (4) Service quality, price perception, and promotion together have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. The results of the coefficient of determination obtained a value of 0.712, meaning that the variables of service quality, price perception, and promotion can explain the variation of the customer satisfaction variable of 71.2%.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Promotion, and Customer Satisfaction