

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia telah mendorong terciptanya lanskap bisnis yang dinamis dan kompetitif. Meningkatnya intensitas persaingan antar perusahaan menuntut setiap pelaku bisnis untuk senantiasa mengedepankan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan keunggulan kompetitif yang mampu mengungguli para pesaingnya. Keterbukaan dalam praktik bisnis menjadi elemen strategis yang krusial, mendorong perusahaan untuk merumuskan kebijakan yang tidak hanya berfokus pada upaya mempertahankan basis pelanggan yang sudah ada, tetapi juga pada upaya menarik pelanggan baru dan membangun loyalitas jangka panjang. Dalam konteks ini, perusahaan sebagai pemangku kepentingan utama diharapkan mampu merespons tekanan pasar secara efektif untuk terus menarik dan mempertahankan konsumennya.<sup>2</sup> Fokus utama perusahaan terpusat pada pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan serta tingkat kepuasan konsumen, dengan tujuan untuk membentuk ekspektasi yang selaras dan menjalin hubungan yang solid dengan pelanggan. Upaya ini dilakukan secara berkesinambungan sebagai

---

<sup>2</sup> Eka Avianti Ayuningtyas Eka Giovana Asti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (*Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction*),” EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis 01, No. 01 (2020): hal 1–14.

bagian dari peningkatan kualitas layanan, produk, serta komponen-komponen pendukung lainnya secara progresif dari waktu ke waktu.

Di era sekarang, telekomunikasi memiliki peranan yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Melalui teknologi komunikasi, manusia dapat saling bertukar informasi dari jarak jauh dengan waktu yang relatif cepat dan efisien. Dengan perkembangan yang pesat dan kesadaran akan pentingnya mendapatkan informasi, orang-orang tertarik untuk memanfaatkan internet sebagai alternatif untuk mengakses informasi dan melakukan aktivitas komunikasi. Indonesia adalah negara yang sangat besar dengan jumlah penduduk usia produktif yang cukup banyak, dan saat ini perkembangan teknologi informasi berlangsung dengan sangat cepat. Bagi kalangan anak muda yang berjiwa sosialita, akses ke TikTok, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, atau media sosial lainnya menjadi kebutuhan. Tanpa internet dalam sehari, rasanya seperti kiamat menurut anak muda zaman sekarang. Di Indonesia, jumlah pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun. Secara umum, manfaat internet adalah untuk membuat komunikasi antar individu, sosial, dan bisnis menjadi lebih efisien serta memperoleh informasi yang luas tanpa batasan.<sup>3</sup>

Internet sebagai peran utama teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan oleh manusia di era digital saat ini, maka tidak dapat dipungkiri bahwa internet bukan lagi sebagai kebutuhan sekunder di

---

<sup>3</sup> Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan MyRepublic cabang Jakarta)*, (Jakarta: Repository STIE INDONESIA Jakarta, 2021), hal.1

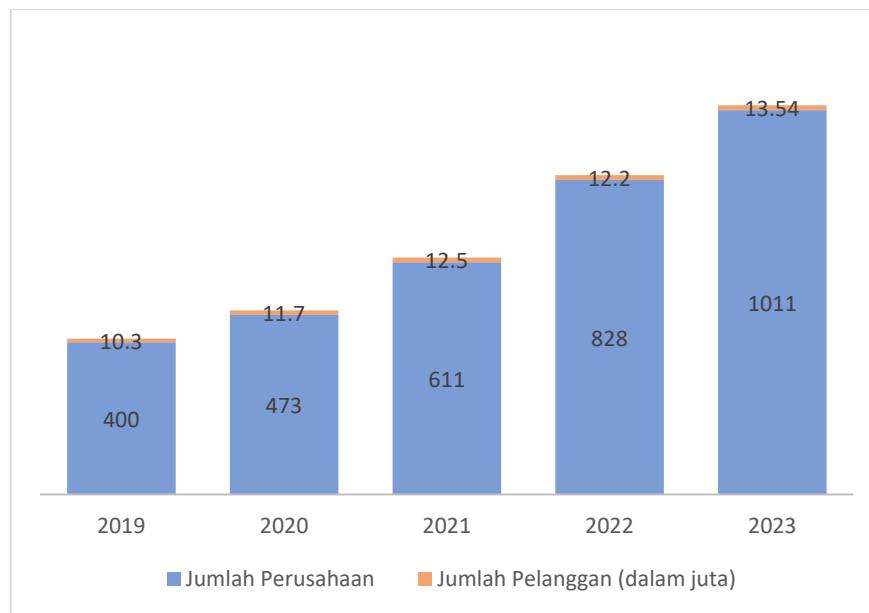
beberapa tahun belakangan ini. Setiap tahunnya internet mempengaruhi kehidupan manusia karena dengan internet semua kebutuhan seseorang dapat terpenuhi khususnya dalam pencarian informasi dan sebagai alat komunikasi, sehingga pengeluaran untuk dapat mengakses internet cenderung semakin besar. Dengan segala aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat saat ini cenderung lebih besar menggunakan internet, yang dimana tidak hanya kegiatan di ruang publik dan untuk kepentingan pekerjaan, internet sudah menjadi bagian dari kebutuhan personal. Maka para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk membuka jasa *internet service provider* serta dalam memberikan pelayanan dan jasa yang dibutuhkan guna memaksimalkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet yang diberikan.

Penyedia Layanan Internet (*Internet Service Provider*/ISP) merupakan organisasi yang menyediakan akses kepada pengguna untuk terhubung ke internet. ISP terbagi menjadi dua jenis, yaitu penyedia khusus layanan internet dan penyedia jaringan data pribadi. Mereka menggunakan beragam teknologi untuk memungkinkan konsumen terhubung ke jaringan mereka dan mengakses internet.<sup>4</sup> Lalu lintas data internet disalurkan kepada pengguna melalui pembagian *bandwidth* yang dilakukan oleh *Network Access Point* (NAP) kepada *Internet Service Provider* (ISP), kemudian ISP kepada pengguna. Pengguna dapat mengakses internet melalui suatu ISP

---

<sup>4</sup> Romanus Yoga Cahyono, dkk., *Sistem Informasi Manajemen*, (Pekalongan: Nasya Expanding Manajement, 2023), hal 56

dengan cara berlangganan maupun tidak berlangganan. Dalam menjalankan fungsinya, ISP juga bertanggung jawab atas pengelolaan alamat IP, kecepatan akses, *bandwidth*, serta layanan pelanggan, yang semuanya berdampak pada kualitas pengalaman pengguna saat berselancar di dunia maya. Peran ISP sangat vital dalam era digital saat ini, karena hampir seluruh aktivitas komunikasi, bisnis, dan hiburan sangat bergantung pada koneksi internet yang stabil dan andal.



**Gambar 1.1**  
**Jumlah Perusahaan dan Pelanggan Internet Service Provider (ISP), 2019–2023**

Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika

Perkembangan perusahaan ISP dan pelanggan ISP selama periode tahun 2019-2023 terus mengalami peningkatan. Sampai dengan tahun 2023,

jumlah pelanggan ISP mencapai 13,54 juta pelanggan. Pelanggan ISP ini mencakup pelanggan perusahaan, personal, dan warnet.<sup>5</sup>

Jasa internet di Indonesia ini dirasakan sebagai bisnis yang potensial dan menghasilkan margin yang menguntungkan bagi perusahaan. Melihat potensi tersebut banyak perusahaan provider telekomunikasi yang mencoba peruntungan dibidang internet dan terjun ke dalam bisnis jasa internet. Dalam kondisi persaingan yang kompetitif ini, perusahaan seharusnya mulai menyadari betapa pentingnya peran pelanggan dalam bisnis ini, pelangganlah yang jadi alasan keberadaan mereka saat ini. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui loyalitas pelanggan.

Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Eka Mas Republik adalah penyedia jasa layanan multimedia melalui *fiber optic broadband* yang dimiliki oleh Sinarmas Group. Layanan yang ditawarkan melalui jaringan kabel optic yang dimiliki meliputi televisi kabel berlangganan dan internet kecepatan tinggi. Produk andalannya yang bergerak dibidang layanan jasa internet adalah MyRepublic. MyRepublic adalah *brand* dari layanan akses internet *end-to-end* untuk penggunaan di residensial atau bisnis kecil dan menengah yang berbasis akses *fiber to the home* (FTTH). Layanan ini memberikan jaminan kecepatan sesuai dengan paket layanan yang digunakan pelanggan. Sejak kemunculannya MyRepublic sudah tiga kali

---

<sup>5</sup> Tri Sutarsih, dkk., *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023*, Badan Pusat Statistik Volume 12, 2024

mendapatkan penghargaan dari Indonesia *Digital Popular Brand Award* tahun 2017, 2019 dan 2024 sebagai perusahaan layanan internet yang paling banyak dicari dan diminati.<sup>6</sup>

Dalam era digital saat ini, kebutuhan akan layanan internet yang cepat dan andal semakin meningkat seiring dengan berkembangnya teknologi dan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada koneksi online. Penyedia layanan internet (*Internet Service Provider/ISP*) bersaing untuk menawarkan layanan terbaik guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Provider MyRepublic, sebagai salah satu penyedia layanan internet yang berkembang pesat di Indonesia, harus mampu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggannya agar tetap relevan di pasar.

Pemilihan penyedia layanan atau ISP di MyRepublic sebagai objek penelitian kali ini dikarenakan MyRepublic adalah salah satu penyedia layanan internet berbasis fiber optik yang dikenal karena koneksi cepat dan stabil di berbagai kota besar di Indonesia. Menawarkan layanan tanpa batasan kuota dan teknologi mutakhir, MyRepublic menjadi pilihan favorit untuk kebutuhan rumah tangga hingga bisnis. Layanan internet mereka menggunakan 100% jaringan fiber optik, memastikan kecepatan tinggi dan stabil bahkan saat cuaca buruk atau penggunaan puncak. Keunggulan lainnya adalah kecepatan simetris—artinya kecepatan upload dan download

---

<sup>6</sup> Tentang Kami MyRepublic, <https://www.myrepublic.co.id/>, diakses pada tanggal 27 Mei 2025 Pukul 21.08 WIB

sama besar, sangat cocok untuk video conference, upload file besar, maupun streaming berkualitas tinggi. Paket-paket internet yang tersedia cukup beragam, dimulai dari kecepatan 40 Mbps hingga 250 Mbps, dengan harga mulai dari sekitar Rp 235.000 per bulan. Semua paket disertai dengan modem gratis dan bebas biaya instalasi, menjadikannya solusi yang ekonomis sekaligus praktis. Bagi pengguna yang hobi bermain gim daring, MyRepublic juga menyediakan paket khusus Gamer dengan latensi rendah dan koneksi stabil. Selain itu, tersedia pula opsi bundling dengan layanan TV streaming seperti Vidio, WeTV, dan Vision+, memberi pengalaman hiburan yang lengkap dalam satu paket. Dengan fleksibilitas layanan dan kualitas koneksi yang ditawarkan, MyRepublic sangat ideal untuk penggunaan rumah tangga, profesional kreatif, hingga institusi seperti perhotelan, termasuk untuk kebutuhan digital marketing maupun operasional yang membutuhkan konektivitas stabil dan cepat. Kemudian apabila dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya seperti IndiHome, BizNet Iconet, CBN, SDI, Ion Net, dan Hify dapat dispesifikasiikan MyRepublic unggul dalam kecepatan simetris dan bebas FUP, cocok untuk gamer, content creator, dan bisnis digital. IndiHome punya jangkauan nasional, tapi sering dikritik karena FUP dan kecepatan upload rendah. Biznet menawarkan kecepatan tinggi dan stabilitas sangat baik, terutama di kota besar. Iconet (milik PLN) menawarkan harga sangat kompetitif dan cocok untuk pengguna rumahan dengan budget terbatas. CBN dan SDI cocok untuk pengguna yang butuh layanan stabil di area tertentu, meski

belum sepopuler tiga besar. Ion Net dan Hify adalah pemain regional yang menawarkan harga bersaing dan layanan stabil di wilayah cakupannya.

Menurut *Branch Manager* MyRepublic Cabang Kediri, Bapak Mamik Beni Indrianto, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dirasakan cukup penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Jika kualitas pelayanan terhadap pelanggan baik, maka kepuasan pelanggan tercipta dan jika harga paket MyRepublic murah dan dapat dijangkau oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan tercipta juga. Semakin banyak pelanggan yang puas, semakin banyak pula pelanggan yang berlangganan MyRepublic. Kepuasaan ini dipelihara akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Ketika ketiga aspek ini tercipta, perusahaan akan dapat memaksimalkan keuntungannya.

Loyalitas pelanggan menjadi aspek penting bagi perusahaan dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan antara lain adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan harga.<sup>7</sup> Kualitas produk menggambarkan bagaimana konsumen mengevaluasi performa layanan yang diberikan, kualitas produk dan layanan yang baik, didukung oleh harga yang wajar, menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan ini menjadi dasar loyalitas. Ketika pelanggan merasa bahwa produk dan layanan yang mereka terima

---

<sup>7</sup> Mu'ah dan Masram (2021). Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan (Sidoarjo: Zifatama Jawara)

memberikan nilai lebih dibandingkan harga yang mereka bayar, loyalitas akan meningkat. Kualitas layanan yang baik membangun hubungan emosional dan kepercayaan pelanggan terhadap merek, yang memperkuat loyalitas jangka panjang.

Kualitas produk menjadi faktor penentu dalam membentuk loyalitas. Menurut Kotler dan Keller, produk berkualitas tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>8</sup> Dalam konteks MyRepublic, kualitas layanan internet yang stabil dan cepat sangat berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang mereka terima cenderung lebih setia dan tidak akan beralih ke pesaing.<sup>9</sup>

Kualitas pelayanan, seperti keramahan, kecepatan respon, keakuratan informasi, dan kemampuan menyelesaikan masalah, sangat memengaruhi pengalaman pelanggan. Bagi penyedia internet seperti MyRepublic, pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun hubungan emosional dengan mereka. Hubungan ini menjadi fondasi penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan, bahkan ketika ada pesaing dengan produk serupa.

---

<sup>8</sup> Kotler, P., Keller, K. L., dan Chernev, A.,(2022) Marketing Management. 16th ed. Pearson Education. hal. 455

<sup>9</sup> Gerpott, T. J., Rams, W., & Schindler, A. (2001). *Customer Retention, Loyalty, and Satisfaction in the German Mobile Cellular Telecommunications Market. Telecommunications Policy*, 25(4), 249-269.

Harga berperan dalam menentukan persepsi nilai yang dirasakan pelanggan. Jika pelanggan merasa harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas produk dan layanan yang diterima (persepsi nilai), mereka cenderung tetap loyal. Namun, jika harga dianggap terlalu mahal tanpa peningkatan kualitas yang jelas, pelanggan bisa beralih ke pesaing.<sup>10</sup> Pelanggan MyRepublic akan cenderung loyal jika mereka merasa bahwa harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas layanan internet yang mereka terima.

Berdasarkan survei pendahuluan tentang harga yang terjadi pada MyRepublic di *Kelurahan* Banjarmlati *Cabang* Kediri, di dukung dari pernyataan dari pelanggan MyRepublic yang menjelaskan bahwa harga yang diberikan kepada pelanggan terjangkau dan beragam sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Murahnya harga yang ditawarkan dengan produk MyRepublic membuat pelanggan semakin tertarik dibanding produk lainnya. Fasilitas dan manfaat yang dirasakan juga banyak dan membuat pelanggan senang berlangganan MyRepublic. Dengan adanya pernyataan dari pelanggan maka MyRepublic perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. Bila harga tersebut terjangkau dan bersaing, pelanggan atau pengguna jasa akan merasa puas.

---

<sup>10</sup> Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 10th ed. McGraw-Hill Education.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji strategi pemasaran yang ditujukan kepada pelanggan provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri. Fokus penelitian ini melibakan evaluasi terhadap sejauh mana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang diberikan oleh perusahaan. Signifikansinya terletak pada upaya perusahaan untuk menjaga keberlangsungan dan eksistensinya, terutama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan serta meraih keunggulan bersaing di industri yang sama. Berdasarkan uraian sebelumnya mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang telah dijelaskan di atas, menjadi dasar peneliti untuk menyusun penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri”**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, serta menjadi acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan mereka.

## B. Identifikasi Masalah

Bersadarkan pemaparan dari latar belakang, maka permasalahan yang terjadi yaitu:

1. Loyalitas Pelanggan yang Kurang

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Fluktuasi dalam faktor-faktor ini dapat menyebabkan ketidakpastian dalam loyalitas pelanggan.

## 2. Kualitas Produk yang Tidak Konsisten

Kualitas produk provider MyRepublic di *Kelurahan* Banjarmlati *Cabang* Kediri yang mungkin tidak memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten terutama jika dibandingkan dengan kompetitor.

## 3. Kualitas Pelayanan yang Buruk

Provider MyRepublic mungkin menghadapi tantangan dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan membantu masalah yang dihadapi oleh pelanggan, yang pada akhirnya dapat membuat pelanggan beralih ke kompetitor.

## 4. Persepsi Harga yang Bervariasi

Terdapat kemungkinan persepsi harga dari konsumen terhadap produk provider MyRepublic tidak sejalan dengan kualitas yang ditawarkan, baik dari segi harga yang dianggap terlalu mahal atau terlalu murah dibandingkan dengan nilai produk.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat ditarik rumusan masalah yaitu:

1. Adakah pengaruh secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri?
2. Adakah pengaruh Harga terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri?

3. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri?
4. Adakah pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Provider My Republic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri?

#### **D. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah:

1. Untuk menguji secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terbukti memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri.
2. Untuk menguji Harga terbukti memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri.
3. Untuk menguji Kualitas Produk terbukti memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri.
4. Untuk menguji Kualitas Pelayanan terbukti memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Suatu penelitian dapat dikatakan berhasil apabila dapat memberikan manfaat yang berarti pada dunia pendidikan yang diteliti maupun

masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis dapat dipakai sebagai bahan masukan atau menambah kazanah sehingga dapat mengembangkan wawasan keilmuan tentang pengaruh kualitas produk, kualias pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Provider MyRepublic di Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu manajemen bisnis yang berkaitan dengan kualitas produk, kualias pelayanan, dan harga.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan mengenai pengaruh kualitas produk, kualias pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari analisa penelitian ketiga variabel tersebut dapat digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu acuan keputusan untuk mengambil langkah dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan kontribusi dalam pengembangan penelitian mengenai kualitas produk, kualias pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

#### **F. Ruang lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup dan kajian penelitian diperlukan untuk memperjelas pembahasan yaitu sebagai berikut:

##### 1. Ruang Lingkup

Pada penelitian ini, ruang lingkup yang akan dibahas meliputi variabel bebas, variabel terkait, dan objek. Variabel bebas meliputi kualitas produk, kualias pelayanan, dan harga, sedangkan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Objek penelitian adalah *Provider MyRepublic Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri*.

##### 2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini berfokus pada pengukuran seberapa besar pengaruh antara variabel kualitas produk, kualias pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan *Provider MyRepublic* pada *Kelurahan Banjarmlati Cabang Kediri*.

#### **G. Penegasan Istilah**

Definisi konseptual menjelaskan teori singkat dan variabel penelitian, yaitu:

##### 1. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa

barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada *brand* yang sama, meskipun pelanggan tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau marketing dari kompetitor untuk mengganti *brand* lain.<sup>11</sup> Loyalitas pelanggan adalah aset penting bagi perusahaan karena dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhannya di masa mendatang. Ini ditunjukkan dengan pembelian produk atau jasa berulang dan sikap positif untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.<sup>12</sup> Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kepuasan konsumen, kualitas produk dan citra merek.<sup>13</sup>

## 2. Harga

Harga adalah jumlah uang atau nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa.<sup>14</sup> Harga mencerminkan nilai produk atau layanan tersebut dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti biaya produksi, permintaan pasar, kualitas, dan posisi produk di pasar. Dalam konteks bisnis, harga juga berfungsi sebagai alat untuk menentukan daya saing di pasar dan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai suatu produk atau layanan

## 3. Kualitas Produk

---

<sup>11</sup> Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga....hal. 24*

<sup>12</sup> Husein Umar, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Low Cost Carrier”, Jurnal Manajemen Transportasi dan Logistik, Vol. 1, No. 2, 2014, hlm.128.

<sup>13</sup> Erni Yunaida, “Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa”, Jurnal Manajemen Keuangan, Vol.6, No.2, 2017.

<sup>14</sup> Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga....hal. 17*

Kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk memenuhi atau melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan serta sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, realitis, estetika, kesan kualitas, serta fitur tambahan yang disediakan. Produk berkualitas tinggi biasanya ditandai dengan sedikit atau tanpa cacat, konsistensi dalam penggunaan, dan memberikan nilai tambah bagi pengguna.

#### 4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.<sup>15</sup> Ini melibatkan berbagai aspek seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, efisiensi, dan kemampuan untuk memecahkan masalah pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk kembali atau merekomendasikan layanan kepada orang lain. Kualitas pelayanan diukur dengan lima indikator pelayanan (keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik).

---

<sup>15</sup> Dahlan, Kualitas Pelayanan Manajemen SDM dan Budaya organisasi, (Pekalongan: NEM, 2023) hal. 4

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mengacu pada buku pedoman skripsi UIN (Universitas Islam Negeri) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Untuk mempermudah pemahaman, peneliti membuat sistematika penulisan yang sesuai dengan buku pedoman. Urutan eksplorasi ini memuat hal-hal dalam keseluruhan pemeriksaan yang terdiri dari bagian awal, isi, dan bagian akhir penelitian. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal, terdiri atas: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.
2. Bagian Utama, terdiri atas:
  - a. Bab I Pendahuluan, terdiri: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah baik penegasan secara konseptual maupun operasional serta sistematika skripsi.
  - b. Bab II Landasan Teori, terdiri: teori yang membahas variabel atau sub variabel yang digunakan, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.
  - c. Bab III Metode Penelitian, terdiri: pendekatan dan jenis penelitian; populasi; sampling dan sampel penelitian; sumber

- data; variabel dan skala pengukuran; teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian; teknik analisis data.
- d. Bab IV Hasil Penelitian, terdiri atas hasil penelitian (berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta temuan penelitian.
  - e. Bab V Pembahasan. Berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.
  - f. Bab VI Penutup, terdiri: kesimpulan dan saran atau rekomendasi
3. Bagian Akhir, memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran untuk meningkatkan validitas isi tulisan, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.