

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DI KOTA PADANG  
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat untuk Mempengaruhi Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Padang*



Oleh

**MUHAMMAD RAUDHITIA IKHSAN**  
**2018/18059109**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DI KOTA PADANG  
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Nama** : Muhammad Raudhitia Ikhsan  
**NIM/TM** : 18059109/2018  
**Program Studi** : Manajemen  
**Keahlian** : Pemasaran  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

**Padang, Agustus 2024**

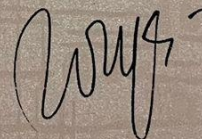
Disetujui Oleh:

**Kepala Departemen Manajemen**



**Dr. Syahrizal, SE, M.Si**  
NIP. 197209021998021001

**Pembimbing**



**Whyosi Septrizola, SE, MM**  
NIP. 197909052003122001



HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

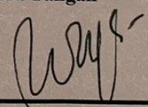
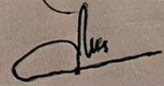
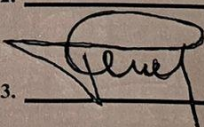
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DI KOTA PADANG  
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Nama : Muhammad Raudhitia Ikhsan  
NIM/TM : 18059109/2018  
Program Studi : Manajemen  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Negeri Padang*

Padang, Agustus 2024

Tim Penguji,

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Whyosi Septrizola, SE, MM.	1. 
2.	Anggota	Mike Yolanda, , SP, MM.	2. 
3.	Anggota	Thamrin, S.Pd, MM.	3. 

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Raudhitia Ikhsan  
NIM/Tahun Masuk : 18059109/2018  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/13 Mei 2000  
Program Studi : Manajemen  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Alamat : Jln. Simp ByPass No.08 Lubuk Begalung  
No. HP/Telp : 089630771062  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Padang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.



Padang, Agustus 2024  
Saya yang Menyatakan

Muhammad Raudhitia Ikhsan  
18059109/2018

## ABSTRAK

**Muhammad Raudhitia Ikhsan** : **Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome di Kota Padang dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi.**  
**NIM. 18059109**

**Dosen Pembimbing** : **Whyosi Septrizola S.E, M.M.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa: (1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang, (2) Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang, (3) Pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang, (4) Pengaruh citra merek terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang, (5) Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang, (6) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang Padang dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, dan (7) Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 210 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis SEM menggunakan aplikasi *Smart PLS 4*.

Hasil penelitian ini adalah: (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang, (2) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang, (3) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang, (4) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang, (5) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang, (6) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, dan (7) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

**Kata Kunci:** **Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidup-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome di Kota Padang dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi.”**

Skripsi merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satupada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, dorongan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Whyosi Septrizola SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Mike Yolanda SP, MM, dan Bapak Thamrin, S.Pd, MM, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE., M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr. Syahrizal, M.Si, selaku Kepala Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Supan Weri Munandar, A.Md, selaku Tata Usaha Departemen Manajemen yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi.
7. Karyawan dan Karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Pusat dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam mendapatkan bahan bacaan.

9. Teristimewa untuk Orang Tua tercinta yang selalu mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.
10. Rekan-rekan Manajemen 2018 yang seperjuangan serta semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, dan jauh dari kata kesempurnaan baik dari sistematika penulisan maupun dari pemilihan kata yang digunakan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian penulis yang lain di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian dapat bermanfaat baik bagi kita semua. Aamiin.

Padang, Februari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>I</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>IV</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>IX</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	<b>14</b>
A. Kajian Teori	14
1. Kepuasan Pelanggan	14
2. Kualitas Produk	16
3. Citra Merek	20
4. Kepercayaan	21
B. Pengaruh Antar Variabel	22
1. Pengaruh Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	22
2. Pengaruh Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan	23
3. Pengaruh Kualitas Produk dengan Kepercayaan	23
4. Pengaruh Citra Merek dengan Kepercayaan Pelanggan	23
5. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan	24
6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi	25
7. Pengaruh Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi	26
C. Penelitian Relevan	28



D. Kerangka Konseptual	29
E. Hipotesis	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel	32
D. Jenis Data	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	35
G. Instrumen Penelitian	36
H. Metode Analisis Data	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Deskriptif Responden Penelitian	45
1. Jenis Kelamin	45
2. Umur Responden	46
3. Pendidikan Terakhir Responden	46
4. Pengeluaran Bulanan Responden	47
C. Deskriptif Variabel Penelitian	47
1. Kepuasan Pelanggan	47
2. Kualitas Produk	48
3. Citra Merek	50
4. Kepercayaan	51
D. Hasil Data	52
1. Uji Outer Model	52
2. Uji Inner Model	57
3. Uji Hipotesis	58
E. Pembahasan	62
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	62
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	63
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan	63

4. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan	64
5. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	64
6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi	66
7. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai Variable Mediasi	67
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>69</b>
A. Simpulan	69
B. Saran	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Indihome di Kota Padang	2
Tabel 2. Data Indeks Indihome	4
Tabel 3. Daftar Keluhan Pelanggan Indihome di Kota Padang	8
Tabel 4. Penelitian Relevan	28
Tabel 5. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	36
Tabel 6. Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 7. Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 8. Umur Responden	46
Tabel 9. Pendidikan Terakhir Responden	46
Tabel 10. Pengeluaran Bulanan Responden	47
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	49
Tabel 13. Citra Merek	50
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Kepercayaan	51
Tabel 15. Uji <i>Outer Loading</i>	54
Tabel 16. Nilai <i>AVE</i>	55
Tabel 17. <i>Croos Loading</i>	56
Tabel 18. Uji Reliabilitas	57
Tabel 19. <i>R-Square</i>	58
Tabel 20. Hipotesis Langsung	59
Tabel 21. Hipotesis Tidak Langsung	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Keluhan Pelanggan Indihome	5
Gambar 2. Permasalahan yang Dialami oleh Pihak Indihome	7
Gambar 3. Keluhan Pelanggan Indihome	9
Gambar 4. Kerangka Konseptual	30
Gambar 5. Outer Model	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	77
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	78
Lampiran 3. Distribusi Frekuensi	82
Lampiran 4. Hasil Olah Data	85
Lampiran 5. Tabulasi Data	89



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Internet sangat berkembang pesat dan dibutuhkan oleh masyarakat. Internet merupakan suatu wadah untuk mencari dan menerima informasi dengan cepat dari seluruh dunia. Penggunaan internet sudah dilakukan dari berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Fungsi dari internet ini diharapkan dapat memudahkan mereka dalam berbagai macam kegiatan. Internet juga dapat membantu perusahaan untuk menjangkau pelanggan dari berbagai penjuru dunia dengan mudah.

Menurut Muslim dan Dayana (2016), “Internet (*Interconnection Networking*) adalah sistem jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan *Standar Internet Protocol Suite* (TCIP/IP) yang dapat menghubungkan pengguna internet di seluruh dunia.” Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, maka keinginan masyarakat untuk menggunakan internet semakin meningkat.

Perusahaan yang mengikuti perkembangan ini, yaitu PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau lebih dikenal dengan nama Telkom. Telkom merupakan perusahaan yang besar di mana satu-satunya perusahaan di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi yang dimiliki Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Telkom merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang berfokus pada perkembangan dunia teknologi, informasi, dan komunikasi di Indonesia dari masa kolonial Belanda hingga saat ini.

PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bidang usahanya bergerak di bidang jasa telekomunikasi hadir di Indonesia. Menurut Telkom (2018), “Telkom Group mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*Customer-Oriented*).”

Telkom sekarang ini lebih fokus untuk memberikan pelayanan ke masyarakat Indonesia berupa pelayanan Internet, TV kabel, dan telepon rumah. Salah satu produk dari Telkom ini, yaitu Indihome Fiber optic atau lebih dikenal dengan Indihome. Indihome Non Fiber dan Indihome Fiber Optic berbeda hanya bentuk pelayanan yang diberikan berupa kecepatan internet yang diberikan. Berikut ini adalah jumlah pengguna Indihome di Kota Padang terdapat pada Tabel 1:

**Tabel 1. Jumlah Pelanggan IndiHome di Kota Padang**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengguna (Orang)</b>
2018	42.507
2019	41.713
2020	37.042
2021	39.525
2022	40.013

Sumber: PT Telkom Padang, Tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa perkembangan pelanggan IndiHome PT Telkom Padang yang fluktuatif Pada tahun 2018, konsumen IndiHome berjumlah 42.507 orang. Namun pada tahun 2019 menurun menjadi 41.713 orang dan kembali turun pada tahun 2017 menjadi 37.042. Pada tahun 2020, konsumen Indihome mengalami peningkatan menjadi 39.525 orang dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 40.013 orang.

Walaupun konsumen Indihome mengalami peningkatan selama 2 tahun terakhir, namun belum bisa mengalahkan pencapaian pada tahun 2018. Oleh karena hal ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Band (1991) dalam Setyawati (2009), “Kepuasan Pelanggan merupakan suatu tingkatan, di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.”

Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pebisnis, yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan.

Menurut Wedarini (2012:45), “Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut.” Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen.

Menurut Handojo (2015), “Kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas layanan. Namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti: kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk,

harga, dan faktor situasi.” Dengan adanya faktor-faktor tersebut, maka hal itu akan dapat membuat pebisnis berfikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik.

Demikian juga halnya dengan kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang. Indihome memiliki pesaing di antaranya adalah First Media, Biznet, dan Indosat M2. Dalam beberapa tahun terakhir, konsumen Indihome mengalami penurunan. Berikut ini adalah data indeks Indihome:

**Tabel 2. Data Indeks Indihome**

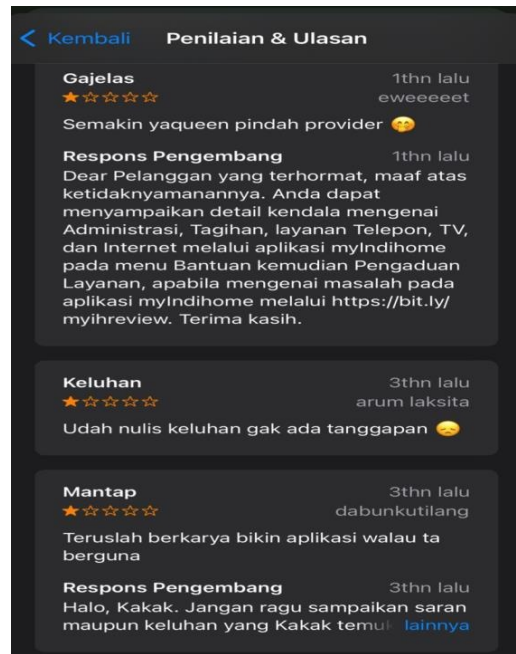
Merek	2017	2018	2019	2020	2021
IndiHome	50,3	49,2	47,3	44,3	43,3
First Media	17,3	17,3	17,3	17,3	17,3
Biznet	2,1%	2,1%	8,3%	8,2%	10,8
Indosat M2			29,9	4,5%	4,1%

Sumber: Top Award, Tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 2 di atas, maka dapat diketahui bahwa konsumen IndiHome mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan WiFi Indihome. Oleh karena itu, berdasarkan data yang diperoleh dari internet Indihome mengalami penurunan. Oleh karena itu, perusahaan Indihome perlu mempelajari cara-cara dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan loyal.

Keluhan pengguna layanan internet *broadband* Indihome mengenai sulitnya berhenti berlangganan ramai menjadi perbincangan di media sosial Twitter. Menurut Kompas.com (2020), ”Sejumlah pelanggan mengeluhkan masalah ini dengan menyebut akun Twitter resmi Indihome @Indihome dan mengirimkan aduan mereka melalui *direct message* (DM). Ada juga pengguna Indihome yang telah berhenti berlangganan, tetapi tetap menerima

pesan dari Telkom untuk membayar tagihan internet bulanan.” Berikut ini adalah gambar keluhan pelanggan Indihome:



**Gambar 1. Keluhan Pelanggan Indihome**

Sumber: Playstore, Tahun 2023

Sejumlah pelanggan Indihome mengeluhkan beberapa masalah saat mengakses Netflix lewat penyedia layanan internet (ISP) milik Telkom Group itu. Akses Netflix lewat Indihome dikeluhkan lemot atau lambat akhir-akhir ini, jika dibandingkan dengan hari-hari sebelumnya. Hal ini pun membuat pelanggan menduga akses Netflix “dikuasai” oleh Indihome.

Menurut Kompas.com, (2020), “Ada pula pengguna yang mengaku sering mengalami *buffering* tiap beberapa menit sekali atau resolusi videonya menurun, sehingga gambar pecah-pecah. Hal tersebut seperti yang dialami salah satu pengguna Indihome”. Konsumen Indihome PT Telkom Padang mengalami penurunan. Hal ini diduga disebabkan oleh semakin banyaknya



penyedia layanan terutama sesama provider internet yang menjanjikan kestabilan koneksi internet, fasilitas antar jemput tagihan, dan promo menarik bagi para konsumennya, sehingga beberapa konsumen Indihome berpindah provider.

Konsumen yang berpindah provider karena seringkali ingin mencoba layanan provider tersebut dan membandingkan dengan layanan Indihome. Hal ini menjadikan Indihome harus semakin bersaing dengan ketat. Dengan melakukan perluasan jaringan ke setiap wilayah, pelayanan, dan promosi yang besar, maka pihak PT Telkom Padang sukses mendapatkan banyak pelanggan yang berlangganan menggunakan Indihome.

Kualitas produk merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan positioning produk yang dipasarkan. Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas produknya karena kualitas produk tersebut dapat membantu meningkatkan dan mempertahankan positioning produk dalam pasar sasarannya.

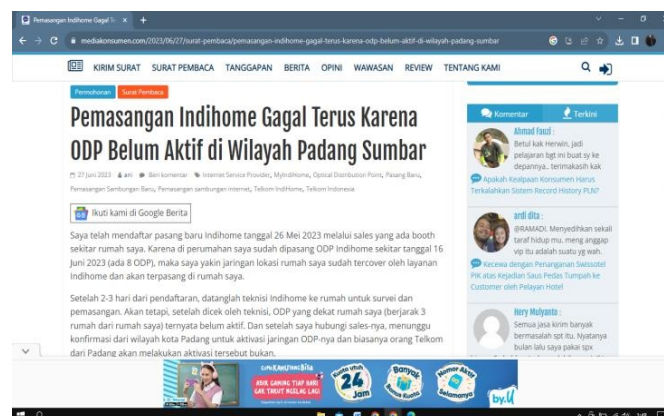
Menurut Sofian (2015:211), “Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.” Sedangkan kualitas produk menurut Ardianto (2019), “Kualitas produk adalah konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.”

Menurut Cesarina (2022), “Salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk.” Pelanggan akan

merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Faktor harga produk juga berperan utama, di mana produk yang mempunyai kualitas sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

Selanjutnya adalah mengenai citra merek citra merek merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Menurut Freddy (2009:90) dalam Pradana (2017), “Citra merek adalah asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen.” Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.” Menurut Kotler dan Keller (2013:43), “Menciptakan citra merek yang positif membutuhkan program pemasaran yang kuat, menguntungkan dan unik pada ingatan merek.”

Permasalahan yang dialami oleh pihak Indihome yang mempengaruhi citra merek perusahaan terdapat pada gambar berikut:



**Gambar 2. Permasalahan yang Dialami oleh Pihak Indihome di Kota Padang**

Sumber: [mediakonsumen.co.id/2023](https://mediakonsumen.co.id/2023).

Kepercayaan memainkan peran penting dalam keputusan pembelian ulang dari pelanggan dan jangka panjang. Berikut ini adalah keluhan yang dialami oleh pelanggan Indihome di Kota Padang:

**Tabel 3. Daftar Keluhan Pelanggan Indihome di Kota Padang**

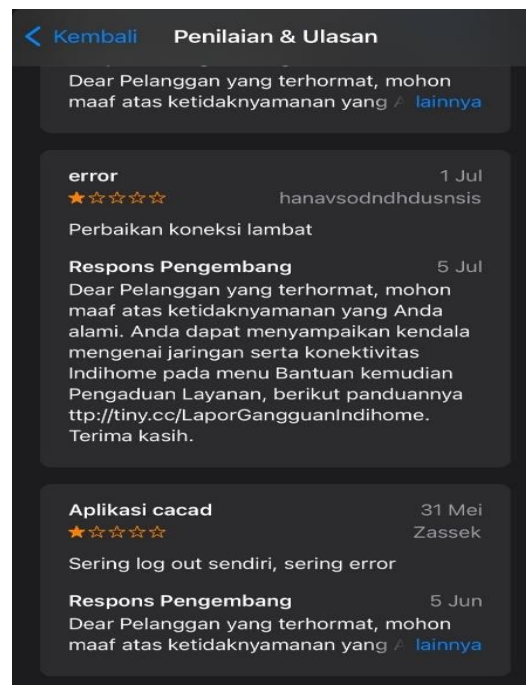
<b>Keluhan</b>	<b>Penanganan</b>	<b>Jumlah</b>
Jaringan internet lemot.	Melakukan pengecekan ulang pada sisem Telkom dan memberikan edukasi kepada pelanggan untuk melakukan pengecekan modem Indihome apakah lampunya kuning atau tidak menyala.	45
Gangguan jaringan berhari-hari dan putus nyambung.	Melakukan pengecekan ulang pada sisem Telkom dan memberikan edukasi kepada pelanggan untuk melakukan pengecekan modem Indihome apakah lampunya kuning atau tidak menyala.	35
Internet trouble terus teknis datang tetap aja tidak bisa menyambung, lampu pun berkedip merah, sudah hubungi <i>call center</i> tidak ada respon.	Melakukan survei langsung ke pelanggan dan melakukan pengecekan pada modem pelanggan apakah terjadi kerusakan dan melakukan pengecekan sistem di teknis serta melakukan survei pada tiang Indihome di lingkungan pelanggan apabila terjadi <i>trouble</i> .	1
Kendala di perangkat pelanggan yang error.	Melakukan edukasi ke pelanggan mengenai modem agar modem Indihome bisa menyala kembali.	5
Kabel Fiber Optik (FO) putus akibat adanya pembangunan Gedung.	Melakukan penyambungan ulang kabel Fiber Optik (FO).	3

Sumber: Kantor PT Telkom Witel Sumbar, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa keluhan yang banyak diterima adalah jaringan internet yang bermasalah dan gangguan jaringan yang putus nyambung berhari-hari. Keluhan banyak terjadi pada bulan November, yaitu sebanyak 45 data keluhan dari pelanggan. Keluhan

tersebut diambil pada 6 bulan terakhir, yaitu bulan November 2022–April 2023.

Berdasarkan fenomena diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pada produk Indihome sering mengalami kendala pada saat sudah berlangganan dan estimasi waktu penanganan yang dibutuhkan Telkom cukup lama. Oleh karena itu, Indihome cukup banyak mendapat keluhan dari pelanggan akibat jaringan internet yang kurang memadai dan sering bermasalah. Berikut ini adalah keluhan pelanggan Indihome di Kota Padang:



**Gambar 3. Keluhan Pelanggan Indihome di Kota Padang**

Sumber: Playstore, Tahun 2023.

Dalam penanganan keluhan ini merupakan salah satu bentuk *Complaint Handling* PT Telkom. *Complaint Handling* adalah suatu kegiatan dalam menanggapi atau menangani keluhan terkait dengan produk atau

layanan yang diberikan oleh perusahaan atau suatu organisasi. Pada saat ini, *Complaint Handling* diartikan sebagai proses dalam menangani keluhan yang terdiri dari: menerima, memproses, menanggapi, dan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cara yang memadai dan memuaskan.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang masalah, maka diperlukan penelitian lebih lanjut tentang: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Kota Padang dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan kepuasan pelanggan terhadap pelanggan Indihome di Kota Padang.
2. Jumlah pengguna Indihome di Kota Padang sangat fluktuatif.
3. Kualitas produk Indihome di Kota Padang masih belum maksimal.
4. Masih banyaknya keluhan pelanggan Indihome di Kota Padang yang mengakibatkan penurunan kepercayaan pelanggan.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT Telkom di Kota Padang?



2. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang?
3. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang?
4. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang?
5. Bagaimana kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang?
6. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi?
7. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang.
2. Pengaruh citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang.
4. Pengaruh citra merek terhadap kepercayaan Indihome di Kota Padang.

5. Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang.
6. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.
7. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan dengan kepercayaan Indihome di Kota Padang sebagai variabel mediasi Indihome di Kota Padang?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian diharapkan dapat memberi informasi dan pengetahuan baru dalam bidang pemasaran khususnya terkait variabel diteliti.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan menjadi syarat bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

###### **b. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan mampu memberi solusi dan juga memberikan sedikit bantuan kepada pengelola agar dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan strategi pemasaran yang tepat.

**c. Bagi Pembaca**

Penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Padang.

**d. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan penelitian ini dapat dikembangkan oleh penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan variabel yang berbeda.