

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, CITRA  
PERUSAHAAN, DAN *COSTUMER SERVICE* TERHADAP  
KEPUASAN PENGGUNAAN JASA PROVIDER INDIHOME  
PADA PT ARMADA BAHTERA INTERNASIONAL  
DI PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh:**

**Moh Ade Suhedo**

**NPM. 1901110515**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**


**2023**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Moh Ade Suhedo  
Nomor Pokok/NPM : 1901110515  
Jurusan/ Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *COSTUMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN JASA PROVIDER INDIHOME PADA PT ARMADA BAHTERA INTERNATIONAL DI PALEMBANG

**Pembimbing Skripsi**

Tanggal 13 Oktober 2023 Pembimbing I :   
Syaiful Sahri, S.E., M.Si.  
NIDN: 0220085901

Tanggal 13 Oktober 2023 Pembimbing II :   
Dian Septianti, S.E., MM.  
NIDN: 0206098501

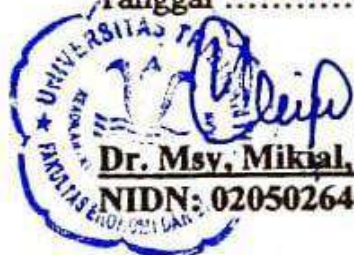
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal 13 Oktober 2023

Tanggal 13 Oktober 2023



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si. Ak.CA.CSRS  
NIDN: 0205026401

  
Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN: 0222096301

048/PS/DFEB/23

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PALEMBANG**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Moh Ade Suhedo  
Nomor Pokok/NPM : 1901110515  
Jurusan/ Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *COSTUMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN JASA PROVIDER INDIHOME PADA PT ARMADA BAHTERA INTERNATIONAL DI PALEMBANG

Penguji Skripsi

Tanggal 13 Oktober 2023 Ketua Penguji : 

Syaiful Sahri, S.E., M.Si  
NIDN : 0220085901

Tanggal 13 Oktober 2023 Penguji I : 

Dian Septianti, S.E., MM  
NIDN : 0206098501

Tanggal 13 Oktober 2023 Penguji II : 

Ulil Amri, SE, M.Si  
NIDN : 0229016201

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

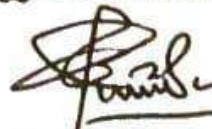
Tanggal 13 Oktober 2023



Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS  
NIDN. 0205026401

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal 13 Oktober 2023



Mariyam Zanariah, SE., MM.  
NIDN.0222096301

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

**“Waktu adalah sebuah keberuntungan. Jangan sia-siakan hidupmu dengan mencoba menjadi orang lain. Buatlah hidupmu memiliki makna dengan berjuang untuk apa yang berharga bagimu, terlepas dari apa yang terjadi. Meskipun kita mungkin mengalami kegagalan, itu adalah cara terbaik untuk menjalani kehidupan”**

### **Kupersembahkan kepada :**

- **Allah SWT**
- **Kedua orang tuaku yang tercinta**
- **Adikku yang aku sayangi**
- **Para dosen Tridinanti yang kuhormati**
- **Teman-teman Manajemen Angkatan 2019**
- **Almamater kebanggaanku**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Moh Ade Suhedo

Nomor Pokok : 1901110515

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala kensekuensinya.

Palembang, 13 September 2023

Penulis

  
METERAI  
TEMPEL  
1BBAJX84:355684  
( Moh Ade Suhedo )

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kesempatan saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen, Citra Perusahaan, dan *Costumer Service* Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Provider Indihome Pada PT. Armada Bahtera Internasioanl Di Palembang”.

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya tanpa dukungan dan perhatian serta bimbingan baik dari pembimbing, keluarga, dan teman-teman sekalian penulisan skripsi tidak dapat berjalan dengan lancar.

Dengan selesainya penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edrizal, AE., MS. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Maryam Zanariah, S.E., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Bapak Syaiful Sahri, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Dian Septianti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II.
6. Ibu Nur Effen, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta Staff karyawan pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

8. Orang tua dan Saudara-saudaraku yang telah memberikan semangat dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Pimpinan dan karyawan PT. Armada Bahtera Internasional Di Palembang.
10. Semua teman-teman yang telah mendukung dan membantu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari sempurna. Untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan Pendidikan kita semua.

Palembang, 12 September 2023

Penulis,



( Moh Ade Suhedo )

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>9</b>
2.1. Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kepuasan Penggunaan Jasa.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan .....	9
2.1.1.2 Pengertian Jasa .....	10



2.1.1.3	Dimensi Kepuasan Penggunaan .....	10
2.1.1.4	Indikator Kepuasan Penggunaan .....	11
2.1.2	Persepsi Konsumen .....	11
2.1.2.1	Pengertian Persepsi Konsumen .....	11
2.1.2.2	Macam-macam Persepsi Konsumen .....	12
2.1.2.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen.....	13
2.1.2.4	Dimensi Persepsi Konsumen.....	13
2.1.2.5	Indikator Persepsi Konsumen.....	14
2.1.3	Citra Perusahaan .....	14
2.1.3.1	Pengertian Citra Perusahaan.....	14
2.1.3.2	Macam – Macam Citra .....	15
2.1.3.3	Pentingnya Citra Perusahaan.....	17
2.1.3.4	Dimensi Citra Perusahaan .....	18
2.1.3.5	Indikator Citra Perusahaan .....	18
2.1.4	<i>Costumer Service</i> .....	18
2.1.4.1	Pengertian <i>Costumer Service</i> .....	18
2.1.4.2	Fungsi <i>Costumer Service</i> .....	19
2.1.4.3	Dasar – Dasar Pelayanan Yang Harus dikuasai Oleh <i>Costumer Service</i> .....	20
2.1.4.4	Dimensi <i>Costumer Service</i> .....	20
2.1.4.5	Indikator <i>Costumer Service</i> .....	21
2.2.	Penelitian Yang Relevan .....	21

2.3. Kerangka Berpikir .....	25
2.4. Hipotesis Penelitian .....	26
<b>BAB III Metode Penelitian</b>	<b>27</b>
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.1.1 Tempat Penelitian .....	27
3.1.2 Waktu Penelitian.....	27
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.2.1 Sumber Data .....	28
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.3. Populasi, Sampel, dan Sampling.....	30
3.3.1 Populasi .....	30
3.3.2 Sampel .....	30
3.3.3 Sampling .....	31
3.4. Rancangan Penelitian .....	31
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	32
3.5.1 Variabel Penelitian.....	32
3.5.2 Definisi Operasional .....	32
3.6. Instrumen Penelitian.....	34
3.7. Uji Instrumen.....	35
3.7.1 Uji Validitas .....	35
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.8. Uji Normalitas .....	36
3.9. Uji Asumsi Klasik .....	37
3.9.1 Uji Heterokedasitas.....	37

3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	37
3.10. Teknik Analisa Data .....	37
3.10.1 Analisa Regresi Linear Berganda.....	37
3.10.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	38
3.10.3 Uji Hipotesa .....	38
3.10.3.1 Uji F.....	38
3.10.3.2 Uji t.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Armada Bahtera Internasional Palembang .....	40
4.1.2 Visi dan Misi .....	41
4.1.3 Struktur Organisasi.....	41
4.1.4 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab .....	42
4.2 Hasil Olah Data Penelitian dan Interpretasi.....	46
4.2.1 Karakteristik Responden .....	46
4.2.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	49
4.2.2.1 Uji Validitas.....	49
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.2.3 Hasil Uji Normalitas.....	53
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.4.1 Uji Heterokedasitas.....	54
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.2.5 Teknik Analisa Data.....	56

4.2.5.1 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda .....	56
4.2.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
4.2.6 Uji Hipotesa.....	58
4.2.6.1 Hasil Uji F .....	59
4.2.6.2 Hasil Uji t.....	59
4.3 Pembahasan .....	61
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
<b>2.5. DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Yang Relevan .....	22
3.1	Kegiatan Penelitian.....	27
3.2	Variabel dan Definisi Operasional .....	33
3.3	Skala Likert .....	35
4.1	Responden Berdasarkan Jensi Kelamin.....	46
4.2	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	47
4.3	Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	48
4.4	Hasil Uji Validitas Persepsi Konsumen ( $X_1$ ).....	49
4.5	Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan ( $X_2$ ) .....	49
4.6	Hasil Uji Validitas <i>Costumer Service</i> ( $X_3$ ).....	50
4.7	Hasil Uji Validitas Kepuasan Penggunaan (Y) .....	50
4.8	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen ( $X_1$ ).....	51
4.9	Hasil Uji Reliabilitas Citra Perusahaan ( $X_2$ ) .....	52
4.10	Hasul Uji Reliabilitas <i>Costumer Service</i> ( $X_3$ ) .....	52
4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Penggunaan (Y) .....	53
4.12	Hasil Uji Normalitas.....	54
4.13	Hasil Uji Heterokedasitas .....	55
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
4.15	Hasil Analisis Linier Berganda .....	57
4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
4.17	Hasil Uji F .....	59
4.18	Hasil Uji t .....	60

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka berpikir.....	25
4.1	Struktur Organisasi PT. Armada Bahtera Internasional .....	41

## ABSTRAK

**MOH ADE SUEHDO, “PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *COSTUMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN JASA PROVIDER INDIHOME PADA PT. ARMADA BAHTERA INTERNASIONAL DI PALEMBANG”. (Dibawah bimbingan Bapak Syaiful Syahri, S.E., M.Si. dan Ibu Dian Septianti, S.E., M.M.).**

Peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen, citra perusahaan, dan *costumer service* terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT. Armada Bahtera Internasional di Palembang. Penggunaan metode untuk menentukan sampel ialah berupa teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel 82 responden. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh persepsi konsumen, citra perusahaan, dan *costumer service* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT. Armada Bahtera Internasional di Palembang. Hal ini ditunjukkan oleh F sebesar 4,213 dengan tingkat signifikan 0,008 dengan taraf signifikan 0,05. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan penggunaan provider indihome adalah persepsi konsumen,

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Citra Perusahaan, *Costumer Service*

## ABSTRACT

**MOH ADE SUEHDO, "THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTION, COMPANY IMAGE, AND CUSTOMER SERVICE ON THE SATISFACTION OF USING INDIHOME PROVIDER SERVICES AT PT. INTERNATIONAL ARK FLEET IN PALEMBANG". (Under the guidance of Mr. Syaiful Syahri, S.E., M.Si. and Mrs. Dian Septianti, S.E., M.M.).**

*The researcher aims to determine the influence of consumer perception, company image, and customer service on the satisfaction of using indihome provider services at PT. International Ark Fleet in Palembang. The use of the method to determine the sample is in the form of a non-probability sampling technique with a purposive sampling method so that a sample of 82 responses is obtained. Data obtained through the distribution of questionnaires and data were processed using the SPSS veri 26 application.*

*Based on the results of this study, there is an influence on consumer perception, company image, and customer service simultaneously on the satisfaction of using indihome provider services at PT. International Ark Fleet in Palembang. This is indicated by an  $F$  of 4.213 with a significant level of 0.008 with a significant level of 0.05. The most dominant variable affecting the satisfaction of using indihome providers is consumer perception.*

*Keywords: Consumer Perception, Company Image, Customer Service*



## **RIWAYAT HIDUP**

Moh Ade Suhedo, lahir di Palembang pada tanggal 26 Mei 1999. Anak pertama dari 3 bersaudara pasangan dari Bapak Amir Mahmud dan Ibu Lisdiana. Peneliti menyelesaikan pendidikan di sekolah dasar di SD Negeri 161 Palembang pada tahun 2011. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 13 Palembang dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SMK Negeri 2 Palembang dan lulus pada tahun 2017. Pada pertengahan tahun 2019 peneliti melanjutkan pendidikan program sastra 1 fakultas ekonomi jurusan manajemen pada Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 13 September 2023

Penulis



( Moh Ade Suhedo )

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada saat ini perkembangan telekomunikasi di Indonesia semakin berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, telekomunikasi telah membantu manusia dalam berbagai hal. Tentu dengan adanya telekomunikasi dan teknologi yang terus berkembang, memudahkan kita dalam bersaing, memasarkan, mencari dan mengumpulkan informasi, sehingga memulai peluang dengan mudah. Dalam meningkatkan produktivitas masyarakat sebagai pemenuhan kebutuhan memunculkan telekomunikasi yang biasa disebut internet (*Interconnection Networking*).

Dalam menghadapi meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan telekomunikasi khususnya internet. Perusahaan perlu menyediakan layanan berkecepatan tinggi yang berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas dengan apa yang didapatkannya. Perusahaan harus memperhitungkan pentingnya kepuasan pelanggan karena konsumen yang puas akan cenderung melakukan pembelian berulang, yang akan menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Rangkuti (2013:7) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan kata lain, jika produk atau jasa yang digunakan konsumen dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan dan kebutuhan mereka, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa tidak

memenuhi harapan atau kebutuhan mereka, maka konsumen akan merasa tidak puas. Penting bagi perusahaan untuk memahami kepuasan penggunaan pelanggan karena kepuasan pelanggan yang tinggi dapat berdampak positif pada loyalitas pelanggan, rekomendasi kepada orang lain, dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Sebagai hasilnya, perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan produk atau jasa mereka agar dapat memenuhi dan melebihi harapan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Menurut Razak (2016:78) persepsi merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.

Persepsi tidak saja penting dalam tahapan pemrosesan informasi namun juga berperan pada pasca konsumsi produk yaitu ketika konsumen melakukan evaluasi atas keputusan pembeliannya. Apakah konsumen merasa puas atau sebaliknya, penilaian inipun tidak lepas dari persepsi mereka. (Oktavianus, Rotinsulu, dan Rudy, 2015:313). Persepsi konsumen atas produk tergantung faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki konsumen dengan sebuah produk. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk yang sudah mereka anggap positif, dengan begitu kepuasan konsumen dapat dipengaruhi persepsi konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian Kartika (2015) didapatkan hasil persepsi konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Maryati, Nana, dan Ali (2020:105) citra perusahaan merupakan penilaian yang menyeluruh kepada perusahaan oleh konsumen yang dipercaya

memberi pengaruh kepuasan. Dengan demikian, citra perusahaan bukanlah suatu hal yang berasal dari perusahaan itu sendiri, tetapi berasal dari pandangan dan penilaian pelanggan. Citra perusahaan ini dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga yang ditawarkan, keefektifan layanan pelanggan, dan berbagai interaksi yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan.

Perusahaan harus memperhatikan citra yang terbentuk di mata pelanggan, karena citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, keputusan pembelian, dan reputasi perusahaan secara keseluruhan. Dengan memahami dan memperhatikan persepsi pelanggan, perusahaan dapat melakukan upaya perbaikan dan pengembangan strategi untuk meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian M.Syahwi dan Setyo (2021:161) menyimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Muh Nur, Hasniati, dan Hijrah (2016:25) *customer service* adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kegunaan dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan agar tercapainya kepuasan konsumen serta terciptanya hubungan yang harmonis diantara keduanya.

*Customer service* sangat penting dalam menangani setiap keluhan yang ada dari pelanggan yang mungkin timbul. Dengan adanya *customer service* yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, pelanggan akan memiliki tempat untuk menyampaikan pengaduannya dan tentunya akan sedikit mengurangi rasa

kecewa yang mungkin timbul akibat dari transaksi yang telah terjadi sebagai pengguna jasa. (Victor, 2015:14).

Dengan adanya *customer service* yang efektif, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik di mata konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh penelitian Eny dan Chely (2022:249) *customer service* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. PT Telkom Indonesia (Pesero) Tbk perusahaan milik negara ini menyediakan salah satu layanan mereka tawarkan adalah Indihome, yang mencakup layanan internet, IPTV dan telepon rumah. Indihome merupakan produk terbaru dari Telkom yang dibuatkan berdasarkan informasi dari konsumen yang menginginkan koneksi internet lebih cepat dan stabil.

“Dalam beberapa tahun terakhir Ombudsman RI menerima keluhan layanan indihome dari konsumen yang menggunakan layanan indihome. Dalam laporan tersebut konsumen mengungkapkan ketidakpuasannya dalam menggunakan indihome dikarenakan tidak memberikan pelayanan, penyimpangan prosedur, penundaan perbaikan gangguan dan lain-lain” (Ombudsman.go.id/news). Dalam peningkatan yang diupayakan menjadi digital *telecommunication company*, Telkom Group mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional yang berorientasi kepada pelanggan (Telkom, 2021:4). Dengan adanya keluhan dari

konsumen, Telkom Group menegaskan kepada tim layanan pelanggan untuk memberikan dukungan yang lebih baik kepada konsumen. Hal ini melibatkan perusahaan yang bekerjasama dengan PT Telkom Indonesia untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dan memperbaiki persepsi konsumen terhadap indihome.

PT Telkom Indonesia memiliki hubungan kerjasama dari beberapa perusahaan penyedia jasa yang melaksanakan pekerjaan sebagai jasa kontruksi layanan indihome, salah satu perusahaan yang bekerjasama dengan PT Telkom Indonesia adalah PT Armada Bahtera Internasional.

PT Armada Bahtera Internasional merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa berpengalaman yang mengerjakan proyek nasional. Salah satu proyek yang di kerjakan perusahaan tersebut ialah jasa kontruksi layanan provider Indihome. Sehubungan dengan strategi Telkom Group yang berorientasi pada konsumen, jadi pada dasarnya perusahaan mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan konsumen melalui jasa kontruksi sebagai filosofi perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan citra perusahaan dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen, yang dapat membawa manfaat jangka panjang bagi bisnis.

Hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap konsumen, diduga konsumen memiliki persepsi negatif terhadap penggunaan provider indihome, dikarenakan kecepatan internet menurun atau sering terjadi gangguan diakibatkan pemasangan instalasi di tiang maupun dirumah yang kurang baik. Untuk itu,

penting bagi perusahaan untuk menjaga kualitas pelayanan, merespons keluhan konsumen dengan cepat, dan berkomunikasi dengan baik. Sehingga perusahaan mendapatkan pandangan yang positif dan citra perusahaan menjadi lebih baik dari konsumen, dan juga membuat konsumen merasa sangat puas menggunakan provider indihome.

Berdasarkan penjelasan singkat mengenai latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk penelitian ini dengan judul: **Pengaruh Persepsi Konsumen, Citra Perusahaan Dan *Costumer Service* Terhadap Kepuasan Penggunaan Provider Indihome Pada PT Armada Bahtera Internasional Di Palembang.**

## 1.2 Perumusan Masalah

Menurut Sugiyono yang dikutip di buku “*Riset dan Seminar Sumber Daya Manusia*” rumusan masalah adalah pembuatan pertanyaan terhadap keberadaan variabel dependen dan variabel independent dalam penelitian yang memberikan pola hubungan dan analisis dalam pemecahan kasus-kasus tertentu. (2022:24).

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah pengaruh persepsi kosumen, citra perusahaan dan *costumer service* terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang?
2. Bagaimanakah pengaruh persepsi konsumen terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang?

3. Bagaimanakah pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang?
4. Bagaimanakah pengaruh *costumer service* terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui:

1. Pengaruh persepsi konsumen, citra perusahaan *dan costumer service* terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang.
2. Pengaruh persepsi konsumen terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang.
3. Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang.
4. Pengaruh *costumer service* terhadap kepuasan penggunaan jasa provider indihome pada PT Armada Bahtera Internasional di Palembang.



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

a. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawancara yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga merupakan syarat peneliti untuk menyelesaikan program S1 Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi dalam mengembangkan ilmu manajemen khususnya ilmu manajemen pemasaran yang berhubungan persepsi konsumen, citra perusahaan dan *costumer service*.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan, bahan pertimbangan, serta memecahkan masalah kepada manajemen perusahaan dalam menerapkan kebijakan-kebijakan utamanya yang menyangkut bidang-bidang yang berkaitan dengan persepsi konsumen, citra perusahaan dan *costumer service* dalam kepuasan penggunaan provider indihome.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. Fikri, Yuli Evadianti, dan Immawati Asniar, (2021), “*Public Relations*”, Ikatan Guru Indonesia (IGI): Bantul DIY 55184.
- Aprizan, Ikhsan Maulana Putra, dan Sundahry, (2022), “Penelitian Tindakan Kelas”, Penerbit Lakeisha: Jawa Tengah.
- Asra Yurita, Makmur, dan Andi Afrizal, 2017, “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian”, Url: <https://media.neliti.com/media/publications/110376-IDanalisis-pengaruh-persepsi-konsumenterh.pdf> Diakses 21 Mei 2023. 12:29 WIB.
- Ayu Kusuma Galuh Candra Kirana “Pengaruh Nilai Pelanggan, Persepsi Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PLN Area Surakarta”. *Jurnal Manajemen Sumberdaya Manusia* Vol.9 No.1 (Juni 2015).
- Darma, Budi, 2021, “Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji validitas, uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)”, Guepedia: Jakarta.
- Eny Sri Haryati & Chely Purbaningrum. “Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan *Costumer Service* Terhadap Kepuasan Penggunaan Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo Surakarta”. *Jurnal Manajemen Dirgantara*: Vol.15, No.2, Desember 2022.
- Fachrurazi, H., 2023, “Perilaku Konsumen”, Yayasan Cendakia Mulia Mandiri.
- Fadhli, Mulkan dan Sahir, Syafirda Hafni, 2020, “Keterampilan Manajerial Efektif”, Yayasan Kita Menulis.
- Fadjar Setiawan, Mira Fujita Febria, dan Eman Sulaeman. “Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Terhadap Konsumen Indihome Kabupaten Karawang)”. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*: Vol.4 No.6 (2022).
- Fatihudin, Didin dan Firmansyah, Anang, 2019, “Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)”, Deepublish: Yogyakarta.
- Fatma, Nur, Mariani Alimuddin, Nursaifullah, Hardiyono, dan Ifah Finatry Latiep, 2023, “Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0”, Nas Media Pustaka.

- Fakultas Ekonomi, 2023, "Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir", Edisi Ketiga Cetakan Pertama, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
- Forline Berliana dan Mashadi. (Agustus 2022). Pengaruh *Service Quality* dan *Costumer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Restaurant Pochajjang Bogor Di Masa Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*: Vol.10 No.2.
- Fony Pangandaheng. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu". *Jurnal Katalogis*, Volume 3 Nomor 2, Februari 2015
- Jamaluddin, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk Kuota IM3 Ooredoo Di Kota Banjarmasin". *Jurnal Ilmiah Manajemen*: Vol.4 No.1, 2020, 69-80.
- Kartika Wulandari. "Analisis Persepsi Pelanggan Atas Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.11, No.1 (2015).
- Kotler Keller, 2013, "Manajemen Pemasaran", Edisi 12, Erlangga: Jakarta.
- Maryati, Nana Darna, dan Ali Muhidin. "Pengaruh Citra Perusahaan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Business Management and Entrepreneurship Journal*: Vol. 2 No.2 (Juni 2020).
- Mayasari, Veny, 2020, "Modul Praktikum Statistik", Fakultas Ekonomi, Universitas Tridinanti: Palembang.
- Muhammad Syahwi & Setyo Pantawis. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom di Kota Semarang)". *Journal of Economics and Banking* Vol.3 No.2 (Oktober 2021).
- Muh. Nur, Hasniati, dan Hijrah Hasim Yusuf. "Analisis Pelayanan *Costumer Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Kios Grapari PT. Telkomsel Gowa. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*: Volume 12 No 2 Tahun 2016.
- Nafida Alfi Faeruzza dan Euis Soliha "Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas". *Jurnal Economics and Digital Business Riview* vol.4 No.1 (2023).

- Oktavianus Taroreh, Rotinsulu Jopie Jorie, dan Rudy Wenas. "Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Jasindo Manado". Jurnal EMBA: Vol.3 No.3 (September 2015), Hal. 312-321.
- Ovan dan Andika Saputra, November 2020, "CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web", Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia: Sulawesi Selatan.
- Parnawi, Afi 2020, "Optimalisasi Kepuasan Kerja Tenaga Kependidikan", Deepublish: Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2013, "Customer Service Satisfaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001", Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Razak, H. Mashur, 2016, "Perilaku Konsumen", Alauddin University Press.
- Rifkhan, (2023), "Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner", Adap: Indramayu.
- Sa'adah, Lailatus, 2021, "Statistik Inferensial", LPPM: Jombang.
- Sari, A. A. Ayu Ratih Permata dan Yasa, Ni Nyoman Kerti, 2020, Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran, Lakeisha: Jawa Tengah.
- Siaran Pers, (Agustus 2022), "Ombudsman RI Soroti Keluhan Layanan Indihome dan Isu Kebocoran Data". Url:<https://ombudsman.go.id/news/r-ombudsman-ri-soroti-keluhan-layanan-indihome-dan-isu-kebocoran-data->. Diakses 1 Juni 2023 16:38 WIB.
- Sinaga, Dameria, 2014, "Statistik Dasar", Uki Press: Jakarta Timur.
- Siregar, Edison, (2022), "Riset dan Seminar Sumber Daya Manusia", Penerbit Widina: Jawa Barat. Sinulingga, Nora Anisa Br. dan Sitohang, Hengki Tamando, (2023), "Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori", IOCS Publisher.
- Sudarso, Andriasan 2016, "Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)", Deepublish: Yogyakarta.
- Sugiyono, 2019, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Alfabet: Bandung.

- Telkom Indonesia, 2021, “*Digitalization For A Better And Sustainable Future*”,  
Url:[https://www.telkom.co.id/data/lampiran/1650968166768\\_Laporan%20Keberlanjutan%20Telkom%202021.pdf](https://www.telkom.co.id/data/lampiran/1650968166768_Laporan%20Keberlanjutan%20Telkom%202021.pdf). Diakses 1 Juni 2023. 15:55 WIB.
- Tessa Safitri, Ratni Prima Lita, dan Abdi setia Putra. Hubungan *Outcome Quality, Interaction Quality Peer-to-peer, Hospital, Brand Image*, Kepuasan dan Loyalitas Pasien. *Jurnal Human Care: Volume 5 No.1* (Februari, 2020)
- Unaradjan, Dominikus Dolet, Juli 2019), “Metodologi Penelitian Kuantitatif”, Unika Atma Jaya Jakarta.
- Victor Marulitua Lumbantobing. “Peranan Komunikasi *Costumer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya”. *Jurnal Komunikasi: Vol. IX No.1*(Maret 2015).
- Wenty Panjaitan. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UD PN Silitonga Serbelawan. *Jurnal MAKER: Vol. 4, No.1*, (Juni 2018).
- Widana, I. Ketut, 2020, “Buku Ajar *Technopreneurship – Panduan Bisnis Berbasis Teknologi*.”, Pantera Publishing: Bandung.
- Wijaya, Oscarius Y.A., 2021, “*Strategi Customer Relationship Marketing*”, Lakeisha: Jawa Tengah.