

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap pelanggan WIFI.ID. Sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 104 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, kriterianya adalah kepada pelanggan atau pengguna WIFI.ID. Metode analisa penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan *Software SmartPLS3*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dikarenakan nilai *t-statistic* kurang dari 1,97 dan nilai *p-value* lebih dari 0,05 yaitu, hasil *t-statistic* 0,228 dan nilai *p-value* 0,820 2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan nilai *t-statistic* kualitas pelayanan pada penelitian ini 2,529 dan nilai *p-value* 0,012 3) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai *t-statistic* 0,657 dan *p-value* 0,511 4) Hasil nilai dari *Goodness of Fit* (GoF) dalam penelitian ini dinyatakan fit atau kuat karena ditemukan nilai sebesar 0,583 yang berarti masuk kedalam kategori *large* karena nilai GoF lebih besar dari 0,36. 5) Hasil dari analisis secara simultan *r-square* menunjukkan nilai sebesar 0.800 yang berarti variabel laten eksogen dalam penelitian ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 80% secara keseluruhan.

Kata kunci: Harga , Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of determining what factors influence the quality of service and customer satisfaction towards WIFI.ID customers. The sample in this study was 104 respondents, with the sampling technique using Purposive Sampling, the criteria were for WIFI.ID customers or users. The analysis method of this study used Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Square (PLS) approach and using SmartPLS3 Software. The results of the study indicate that 1) In this study, it was found that price does not have a significant effect on customer satisfaction, because the t-statistic value is less than 1.97 and the p-value is more than 0.05, namely, the t-statistic result is 0.228 and the p-value is 0.820 2) Product quality has a significant effect on customer satisfaction because the t-statistic value of service quality in this study is 2.529 and the p-value is 0.012 3) Service quality does not have a significant effect on customer satisfaction, the t-statistic value is 0.657 and the p-value is 0.511 4) The results of the Goodness of Fit (GoF) value in this study are stated to be fit or strong because a value of 0.583 is found, which means it is included in the large category because the GoF value is greater than 0.36. 5) The results of the simultaneous r-square analysis show a value of 0.800, which means that the exogenous latent variables in this study can influence consumer satisfaction by 80% overall.

Keywords: *Price, Product quality, Service quality, Customer satisfaction.*