

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN INTERNET *INDIHOME* PADA PT. X DENGAN PENDEKATAN *PART LEAST SQUARE*

Kukuh Winarso¹, Moh. Jufriyanto², Helmy Yahya³
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Trunojoyo Madura¹
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Gresik²
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Trunojoyo Madura³
Kukuhutm@gmail.com¹, Jufriyanto@umg.ac.id²

ABSTRAK

PT. X menyediakan layanan internet berbayar yang dikenal dengan *indihome*. Permasalahan yang terjadi di layanan internet *Indihome* adalah terdapat sebesar 42,36% komplain dari konsumen terhadap proses pelayanan yang diberikan oleh PT. X dan terdapat 7,46% komplain mengenai jumlah tagihan. Tujuan dari penelitian ini adalah memodelkan dan mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi kualitas layanan internet *indihome*. Metode yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* (PLS) adalah salah satu teknik analisis statistika multivariat yang dapat menangani banyak variabel respon dan sekaligus variabel eksplanatori. Variabel yang digunakan adalah *tangible*, *empathy*, *assurance*, *reliability* dan *responsiveness*. Hasil penelitian yaitu terdapat peningkatan nilai *R square* setelah dilakukan pengeliminasian pada indikator A5 yang tidak memenuhi model PLS Kelima variabel dalam mempengaruhi kualitas layanan internet *indihome* sebesar 76,1%. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada model outer dikatakan bahwa indikator variabel valid dengan nilai *p-value* = 0 < 0,05. Pada pengujian model inner diperoleh bahwa variabel *tangible* dan *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan pada kualitas layanan internet *indihome*, sedangkan variabel *empathy*, *assurance*, *reliability* berpengaruh signifikan pada kualitas layanan internet *indihome*.

Kata Kunci : *Partial Least Square*, Kualitas Layanan, Internet, Internet *Indihome*

I. PENDAHULUAN

Internet merupakan hubungan berbagai perangkat komputer dan jaringan di dunia yang memiliki perbedaan pada sistem operasi maupun aplikasi yang digunakan dengan memanfaatkan hubungan antara kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam komunikasi yaitu protokol TCP/IP yang berisikan informasi dan sebagai sarana komunikasi data yang dapat berupa suara, gambar, video dan juga teks (Mardiana dan Rubiyanti, 2017). Perkembangan dan perubahan gaya hidup masyarakat, kebutuhan akan akses informasi dan komunikasi yang beragam, mudah

dan cepat merupakan sebuah kebutuhan manusia untuk berinteraksi dengan sesama dan dengan lingkungannya (Nugroho, 2014).

Dalam menghadapi kebutuhan akan akses informasi yang cepat dan mudah, maka PT. X menyediakan layanan internet berbayar yang dikenal dengan *indihome*. Kelebihan internet *indihome* dalam segi jaringan lebih kuat dan stabil apabila dibandingkan dengan jaringan *coaxial* dengan kecepatan maksimal yaitu sebesar 5 mbps sedangkan jaringan yang digunakan oleh internet *indihome* merupakan *Fiber Optic* yang mampu memberikan kecepatan hingga 100 mbps dan lebih stabil apabila digunakan pada saat cuaca

buruk, dan tidak akan merusak perangkat apabila petir masuk ke saluran kabel. Produk ini merupakan produk layanan akses internet *broadband* berkecepatan tinggi. Semakin Ketatnya persaingan antar provider jasa telekomunikasi membuat PT. X untuk berinovasi dengan menyediakan layanan fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan jalan menyediakan layanan yang beragam yaitu diantaranya adalah layanan komunikasi suara (Telepon), Internet Fiber dan TV berlangganan (Use TV) dan sebagainya.

Permasalahan yang terjadi di layanan internet *Indihome* adalah terdapat sebesar 42,36% komplain dari konsumen terhadap proses pelayanan yang diberikan oleh PT. X dan terdapat 7,46% komplain mengenai jumlah tagihan (Amatullah dan Widaningsih, 2017). Hal tersebut menyebabkan penurunan pengguna internet *Indihome* yang dapat diketahui dari *market share* mulai tahun 2016 hingga 2018. Pelanggan internet *indihome* pada 3 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Tahun 2016 terdapat 48,1% pengguna internet *indihome* dan di tahun 2017 mengalami peningkatan menjadi 50,3% dan pada tahun 2018 mengalami penurunan kembali menjadi 42,1%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum internet *indihome* belum dapat memuaskan konsumen karena penggunaanya yang relatif mengalami fluktuasi. Oleh karena itu maka dilakukan penelitian pada PT. X mengenai kualitas pelayanan tentang produk internet *indihome*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Layanan

Menurut Lupiyoadi (2001) dalam penelitian

Razak dan Finnora (2017) dijelaskan bahwa definisi kualitas layanan (*servicequality*) merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari kemampuan sebuah produk ataupun jasa dalam hal untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan. Kualitas layanan merupakan upaya untuk memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan maupun jasa dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk dapat mengimbangi harapan konsumen. Kualitas layanan tidak ditinjau berdasarkan sudut pandang pelanggan, yakni layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan (*perceived service*) (Pertiwi, 2017). Menurut Gulla, Oroh dan Roring (2015), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah unsur penentu bagi perusahaan dalam mempertahankan konsumen, dimana untuk mewujudkan rasa nyaman dan memiliki nilai lebih yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2007) dalam Panjaitan dan Yuliati (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dalam mengimbangi harapan konsumen.

2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sebuah hasil kesesuaian dengan harapan yang dirasakan oleh pengguna produk maupun jasa dari kinerja sebuah perusahaan. Konsumen akan merasa puas apabila harapan mereka dapat terpenuhi, dan merasa gembira apabila harapan dapat terlampaui (Putri dan Widodo, 2016). Kepuasan konsumen adalah perasaan atau sikap pelanggan terhadap produk atau pelayanan jasa setelah penggunaan produk atau pelayanan tertentu (Nugroho, 2014). Menurut Bailia, Soegoto dan Loindong (2014), kepuasan konsumen merupakan rasa senang atau kecewa yang timbul karena

membandingkan kinerja dengan ekspektasi yang dilakukan oleh konsumen. Assauri (2012) dalam Moha dan Loindong (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu indikator akan keberhasilan bisnis perusahaan tentang tanggapan pelanggan untuk masa depan bisnis perusahaan.

2.3 Partial Least Square

PLS adalah sebuah pendekatan pemodelan kausal yang memiliki tujuan untuk memaksimumkan variansi dari variabel laten kriteria yang dapat dijelaskan (*explained variance*) oleh variabel laten prediktor, sedangkan tujuan daricovariance-based structural equation modeling(CB-SEM) adalah menghasilkan matriks kovarians teoritis (*theoretical covarians matrix*) tanpa terfokus pada *explained variance* (Mahfud dan Ratmono, 2013:3). *Partial Least Square* dikembangkan pertama kali oleh Herman Wold pada tahun 1966 sebagai sebuah metode yang bersifat umum untuk mengestimasi *path model* yang menggunakan kontruk laten dengan

. Model PLS

Pembuatan model awal PLS digunakan untuk memberikan gambaran kerangka konsep yang menunjukkan hubungan antar variabel laten dari hasil studi literatur dan *presampling* yang telah dilakukan.

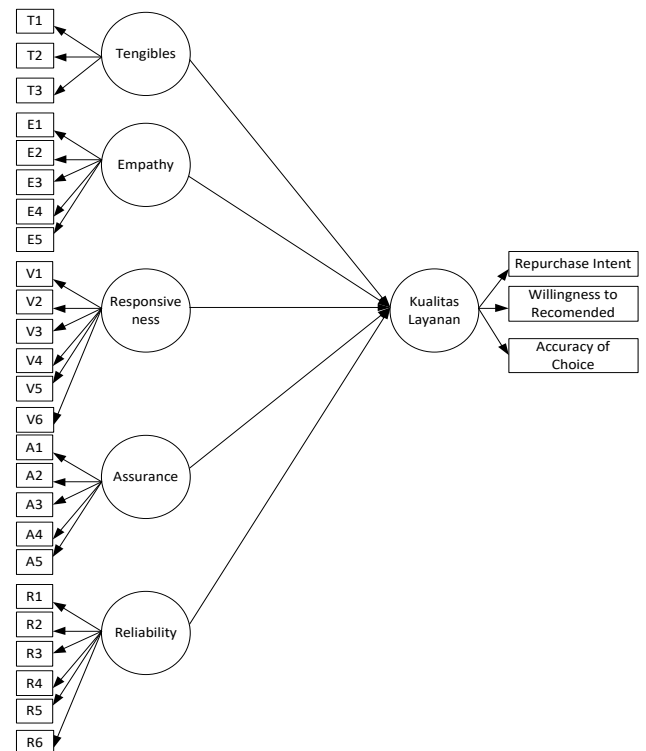
multiple indikator (Ghozali, 2014 : 29).

PLS (*Partial Least Square*) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk penciptaan dan pembangunan model dengan menggunakan pendekatan yang memiliki orientasi pada prediksi (Shandyastini, 2016). Penggunaan PLS dalam penelitian ini karena model yang dibentuk optimal dalam ketepatan prediksi dan memiliki kompleksitas yang besar, selain itu penggunaan PLS membutuhkan sampel yang tidak terlalu besar yaitu 30 sampai 100.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai alat ukur untuk menilai kepuasan konsumen *Indihome* dengan mencakup lima dimensi yaitu *Tangibles*, *Empathy*, *Assurance*, *Reliability* dan *Responsiveness*



Gambar 1. Model PLS

3.2 Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dilakukan pada *outer* dan *inner* model yang telah dibuat.

1. Hipotesis *outer model* digunakan untuk mengetahui apakah indikator variabel bersifat valid atau tidak. Adapun hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H0 : $X_i = 0$ (Indikator ke-*i* tidak signifikan)

H1 : $X_i \neq 0$ (Indikator ke-*i* signifikan)

2. Hipotesis *inner model* digunakan untuk mengetahui apakah variabel eksogen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan. Adapun hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H0 : $Y_i = 0$ (Variabel eksogen ke-*i* tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan internet *indihome*)

H1 : $Y_i \neq 0$ (Variabel eksogen ke-*i* berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan internet *indihome*).

3.3 Metode Penyelesaian

Metode penyelesaian sebagai berikut :

1. Uji validitas kusioner

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan dari alat ukur (kuesioner) yang digunakan dalam melakukan pengukuran sesuatu yang hendak diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan Software SPSS dengan cara membandingkan nilai korelasi dari hasil output SPSS dengan nilai korelasi tabel.

2. Uji reliabilitas kusioner

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur penelitian (kuesioner) bila pengukuran dilakukan secara berulang kali. Jika nilai r hitung $> 0,6$ maka alat ukur

dikatakan reliabel dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

3. Metode PLS

Berikut merupakan langkah serta pengerjaan dengan menggunakan metode PLS:

- a. Melakukan konseptualisasi model PLS yang telah dibuat

- b. Melakukan penggambaran diagram jalur dengan efek mediasi

- c. Melakukan Pengujian *Confirmatory Factor Analysis* yang meliputi *outer model* atau model pengukuran dan *inner model* atau model struktural, validitas deskriminan dan reliabilitas. *Convergent validity* dari model pengukuran dinilai berdasarkan besarnya korelasi yang terbentuk antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif individual dapat disebut tinggi apabila nilai korelasi $0,70$ dengan konstruk yang ingin diukur, namun nilai pengukuran loading $0,5$ sampai $0,6$ dianggap cukup dalam tahap awal pengembangan skala pengukuran (Ghozali, 2014:39). *Discriminant validity* dari model pengukuran dinilai dari *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Metode lain yang dapat digunakan untuk mengukur *discriminant validity* adalah dengan membandingkan nilai *square root of average varianceextracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk maka dikatakan jika nilai *discriminnat validity* yang baik dan direkomendasikan jika nilai AVE

lebih besar dari 0,5 (Ghozali, 2014 : 40)

- d. Melakukan evaluasi *inner model* (model struktural) dengan metode resampling yang digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel dengan menggunakan metode *bootstrapping*.
- e. Melakukan analisa GoF (*Goodness FitIndex*) untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dan pengukuran sederhana untuk keseluruhan prediksi model.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Rekap Profil Responden

Berikut merupakan rekap profil responden dari penelitian ini yaitu :

Tabel 1. profil responden

Profil	Keterangan	Jumlah	Total	Persentase
Usia	≥ 35 Tahun	120	162	74.07%
	< 35 Tahun	42		25.93%
Jenis Kelamin	Laki-laki	130	162	80.25%
	Perempuan	32		19.75%
Pekerjaan	Karyawan	31	162	19.14%
	Wiraswasta	90		55.56%
	TNI/POLRI	8		4.94%
	PNS	30		18.52%
	Lainnya	3		1.85%
Pendidikan Terakhir	SD	0	162	0.00%
	SMP	5		3.09%
	SMA	98		60.49%
	Sarjana	59		36.42%
Pendapatan	Rp1.500.000 s/d Rp2.500.000	8	162	4.94%
	Rp2.600.000 s/d Rp3.500.000	31		19.14%
	Rp3.600.000 s/d Rp4.500.000	93		57.41%
	Rp4.600.000 s/d Rp5.500.000	19		11.73%
	Di atas Rp5.500.000	11		6.79%

Dari tabel 1 dijelaskan contoh untuk responden yang memiliki usia > 35 tahun yang berpartisipasi sebesar 120 orang atau 74,07%.

4.2 Uji Validitas Kuesioner

Berikut hasil uji validitas yang dilakukan pada kuesioner penelitian ini yaitu :

Tabel 2. Hasil uji validitas

No	Atribut	sig	</>	sig (2-tailed)	Kesimpulan
1	P1	0.05	>	0.001	Valid
2	P2	0.05	>	0.000	Valid
3	P3	0.05	>	0.037	Valid
4	T1	0.05	>	0.036	Valid
5	T2	0.05	>	0.018	Valid
6	T3	0.05	>	0.000	Valid
7	R1	0.05	>	0.004	Valid
8	R2	0.05	>	0.003	Valid
9	R3	0.05	>	0.015	Valid
10	R4	0.05	>	0.000	Valid
11	R5	0.05	>	0.001	Valid
12	R6	0.05	>	0.029	Valid
13	V1	0.05	>	0.015	Valid
14	V2	0.05	>	0.013	Valid
15	V3	0.05	>	0.028	Valid
16	V4	0.05	>	0.005	Valid
17	V5	0.05	>	0.029	Valid
18	V6	0.05	>	0.005	Valid
19	A1	0.05	>	0.001	Valid
20	A2	0.05	>	0.007	Valid
21	A3	0.05	>	0.023	Valid
22	A4	0.05	>	0.002	Valid
23	A5	0.05	>	0.017	Valid
24	E1	0.05	>	0.005	Valid
25	E2	0.05	>	0.014	Valid
26	E3	0.05	>	0.003	Valid
27	E4	0.05	>	0.015	Valid
28	E5	0.05	>	0.000	Valid

Dari tabel 2 dapat diketahui keseluruhan nilai sig (2-tailed) pada pertanyaan yang ada dalam kuesioner bernilai di bawah 0,05 sehingga dapat dikatakan keseluruhan pertanyaan di dalam kuesioner bersifat valid.

4.3 Uji Reliabilitas Kuesioner

Berikut hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada kuesioner penelitian ini yaitu :

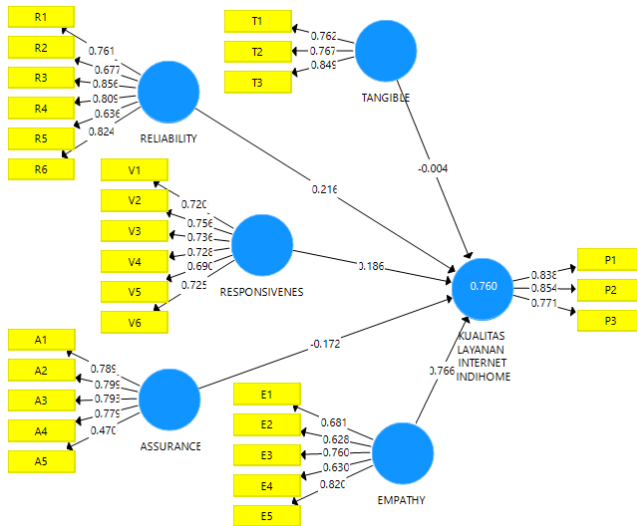
Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.739	29

Berdasarkan tabel 3 dengan pengolahan *software* SPSS dapat diketahui nilai reliabilitas kuesioner adalah sebesar 0,739 dan dapat dikatakan bahwa kuesioner memiliki tingkat reliabilitas tinggi.

4.4 Analisis Partial Least Square

Hasil analisis model awal dari penelitian sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil model awal PLS

Berdasarkan gambar 2 diketahui model awal dari hasil PLS, dimana nilai *R-square* atau besar pengaruh variabel *tangible*, *reliability*, *responseiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kualitas pelayanan sebesar 0,760 atau 76%, sedangkan sisanya yaitu 24% berasal dari variabel lain diluar model.

4.4.1 Pengujian Outer Model

a. Convergent Validity

Pengujian *convergent validity* digunakan untuk melihat nilai korelasi antara indikator dengan konstraknya. Indikator akan dikatakan reliabel jika memiliki nilai yang minimal sebesar 0,5 dan apabila terdapat nilai indikator yang berada di bawah nilai 0,5 indikator tersebut akan dieliminasi dari model. Berikut hasilnya :

Tabel 4. Hasil *convergent validity*

No	Indikator	Konstruk	Nilai Outer Loading	Kesimpulan
1	P1	Kualitas Layanan Internet Indihome	0.838	Memenuhi
2	P2		0.854	Memenuhi
3	P3		0.771	Memenuhi
4	T1	Tangible	0.762	Memenuhi
5	T2		0.767	Memenuhi
6	T3		0.849	Memenuhi
7	R1	Reliability	0.761	Memenuhi
8	R2		0.677	Memenuhi
9	R3		0.856	Memenuhi
10	R4		0.809	Memenuhi
11	R5		0.636	Memenuhi
12	R6		0.824	Memenuhi
13	V1	Responsiveness	0.720	Memenuhi
14	V2		0.756	Memenuhi
15	V3		0.736	Memenuhi
16	V4		0.728	Memenuhi
17	V5		0.690	Memenuhi
18	V6		0.725	Memenuhi
19	A1	Assurance	0.789	Memenuhi
20	A2		0.799	Memenuhi
21	A3		0.793	Memenuhi
22	A4		0.779	Memenuhi
23	A5		0.470	Tidak Memenuhi
24	E1	Empathy	0.681	Memenuhi
25	E2		0.628	Memenuhi
26	E3		0.760	Memenuhi
27	E4		0.630	Memenuhi
28	E5		0.820	Memenuhi

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa terdapat satu indikator yang memiliki nilai kurang dari 0,5 yaitu pada indikator A5 pada konstruk *Assurance* sehingga indikator A5 harus dihapus dari model.

b. Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* digunakan untuk menunjukkan bahwa konstruk dapat memprediksi indikator pada blok mereka sendiri lebih baik apabila dibandingkan dengan indikator pada blok lain. Nilai *discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *cross loading* pada *output software* SmartPLS. Berikut hasilnya yaitu

Tabel 5. Hasil *cross loading*

	Assurance	Empathy	Kualitas Layanan Internet Indihome	Reliability	Responsiveness	Tangible
A1	0,789	0,528	0,491	0,63	0,571	0,505
A2	0,799	0,477	0,487	0,599	0,626	0,471
A3	0,793	0,319	0,369	0,612	0,661	0,555
A4	0,779	0,368	0,387	0,633	0,681	0,618
A5	0,47	0,069	0,178	0,437	0,403	0,418
E1	0,349	0,681	0,608	0,291	0,312	0,249
E2	0,302	0,628	0,555	0,276	0,207	0,189
E3	0,395	0,76	0,615	0,32	0,311	0,276
E4	0,365	0,63	0,473	0,145	0,213	0,155
E5	0,442	0,82	0,677	0,359	0,319	0,235
P1	0,466	0,728	0,838	0,527	0,441	0,352
P2	0,514	0,692	0,854	0,486	0,51	0,472
P3	0,359	0,63	0,771	0,315	0,35	0,275
R1	0,608	0,326	0,423	0,761	0,631	0,687
R2	0,478	0,196	0,337	0,677	0,58	0,767
R3	0,684	0,343	0,473	0,856	0,759	0,669
R4	0,677	0,352	0,428	0,809	0,708	0,537
R5	0,571	0,319	0,364	0,636	0,597	0,511
R6	0,589	0,296	0,463	0,824	0,693	0,666
T1	0,592	0,271	0,347	0,647	0,629	0,762
T2	0,478	0,196	0,337	0,677	0,58	0,767
T3	0,559	0,283	0,386	0,659	0,702	0,849
V1	0,606	0,291	0,355	0,601	0,72	0,521
V2	0,586	0,331	0,477	0,651	0,756	0,639
V3	0,604	0,274	0,396	0,694	0,736	0,546
V4	0,596	0,241	0,356	0,606	0,728	0,607
V5	0,566	0,309	0,348	0,619	0,69	0,614
V6	0,534	0,242	0,356	0,607	0,725	0,575

Dari tabel 5 dapat dijelaskan bahwa nilai masing-masing konstruk yang dicetak dengan huruf tebal dapat memprediksi indikator pada blok mereka sendiri, dan memiliki nilai konstruk lebih baik apabila dibandingkan dengan indikator pada blok lain.

c. *Construct Reliability*

Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan dengan memperhatikan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* sedangkan untuk uji validitas konstruk dapat dilihat pada nilai AVE. Nilai *cronbach's alpha* harus memiliki nilai minimal 0,7 untuk dapat dikatakan reliabel dan untuk uji validitas konstruk dilihat melalui nilai AVE yang harus melebihi nilai 0,5. Berikut merupakan hasilnya :

Tabel 6. Rekap *Construct Reliability* dan *Validity*

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Assurance	0,787	0,853	0,544
Empathy	0,747	0,832	0,501
Kualitas Layanan Internet Indihome	0,759	0,862	0,675
Reliability	0,855	0,893	0,584
Responsiveness	0,821	0,870	0,527
Tangible	0,705	0,836	0,630

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui jika seluruh

nilai *cronbach's alpha* pada semua konstruk memiliki nilai di atas 0,7 sehingga dapat dikatakan jika seluruh konstruk bersifat reliabel, sedangkan untuk uji validitas konstruk diketahui jika keseluruhan konstruk memiliki nilai AVE di atas nilai 0,5 dan memenuhi uji validitas konstruk.

4.4.2 Pengujian Inner Model

a. *R-Square*

R square digunakan untuk melihat besarnya pengaruh dari sebuah indikator terhadap konstruk endogen maupun konstruk eksogen. Besarnya nilai *R square* model awal PLS adalah sebesar 0,760.

b. *f-square* model awal

Nilai *f square* model digunakan untuk mengetahui besarnya *effect size* variabel laten endogen terhadap variabel laten eksogen. Apabila nilai *f square* sama dengan 0,35 maka dapat diinterpretasikan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh besar, apabila bernilai sama dengan 0,15 maka memiliki pengaruh menengah dan apabila bernilai sama dengan 0,02 maka memiliki pengaruh kecil (Ghozali, 2014).

Tabel 7. Hasil *f square* indikator

Indikator	Kualitas Layan Internet Indihome
Assurance	0,034
Empathy	1,754
Reliability	0,035
Responsiveness	0,028
Tangible	0,000

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui jika indikator *empathy* memiliki nilai *f square* sebesar 1,754 dan termasuk ke dalam indikator yang memiliki *effect size* sedang karena nilai *f square empathy* lebih besar apabila dibandingkan dengan 0,15. Sedangkan untuk keempat indikator lainnya memiliki nilai *effect size* rendah.

c. Nilai *Path Coefficient*

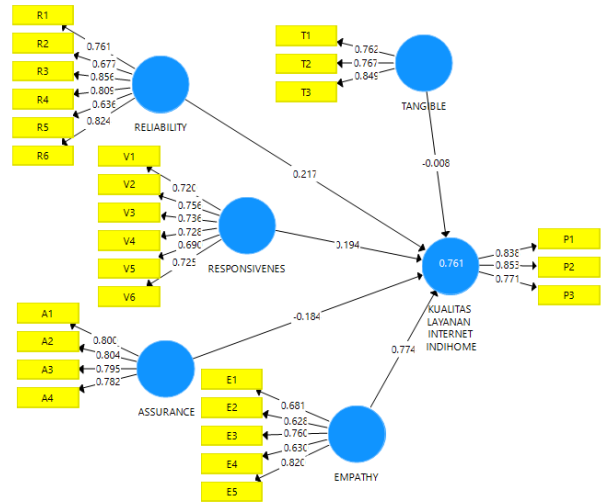
Nilai *path coefficient* model digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh dari masing-masing konstruk. Berikut merupakan hasil nilai *path coefficient* :

Tabel 8. Hasil nilai *path coefficient*

Indikator	Kualitas Layanan Internet Indihome
Assurance	-0,172
Empathy	0,766
Reliability	0,216
Responsiveness	0,186
Tangible	-0,004

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui jika indikator *empathy* memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,766 yang menunjukkan bahwa indikator tersebut berpengaruh kuat positif terhadap kualitas layanan internet *indihome*, semakin kuat aspek *empathy* maka akan semakin meningkat pula kualitas layanan internet *indihome*. Indikator *reliability* dan *responsiveness* juga memiliki nilai positif namun tidak signifikan, sementara untuk indikator *assurance* dan *tangible* memiliki nilai negatif namun tidak signifikan.

Berikut merupakan model akhir PLS yaitu hasil dari penyempurnaan kekurangan yang ada pada model awal dengan langkah menghilangkan indikator yang tidak memenuhi syarat PLS. Dapat diketahui pula setelah menghilangkan indikator A5 dari model awal maka nilai *R square* pada model akhir lebih besar apabila dibandingkan dengan model awal.



Gambar 3. Hasil model akhir PLS

Dari gambar 3 dapat dilakukan perbandingan antara model awal PLS dengan model akhir PLS:

Tabel 9. Perbandingan model PLS

No	Perbandingan	Model Awal	Model Akhir	
1	Nilai R Square	Kualitas layanan internet Indihome	0.76	0.761
2	Path coefficient	Empathy -> Kualitas layanan internet Indihome	0.766	0.774
3	f square	Empathy	1.754	1.746

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui jika model akhir PLS pada *path coefficient empathy* ke kualitas layanan internet *Indihome* dapat menjelaskan sebesar 77,4% dengan nilai *f square* sebesar 1,746 memiliki *effect size* yang kuat.

d. Pengukuran *Goodness Of Fit*

Goodness Of Fit digunakan untuk menilai secara keseluruhan model (model pengukuran dan model struktural). Penilaian GOF adalah dengan memperhatikan nilai GOF, apabila GOF bernilai 0,1 maka dapat dikatakan GOF *small*, apabila bernilai 0,25 maka dapat dikatakan *medium* dan apabila bernilai 0,36 maka dapat dikatakan *large*.

Berikut merupakan perhitungan nilai GOF model PLS:

$$GOF = \sqrt{Communalitiy \times R^2}$$

$$= \sqrt{\left(\frac{0,632 + 0,501 + 0,675 + 0,584 + 0,527 + 0,630}{6}\right) \times 0,761}$$

$$\begin{aligned}
 &= \sqrt{\left(\frac{3,549}{6}\right) \times 0,761} \\
 &= \sqrt{0,592 \times 0,761} \\
 &= \sqrt{0,451} \\
 &= 0,672
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan nilai GOF didapatkan nilai sebesar 0,672 yang berarti bahwa model PLS yang dibuat dapat dikatakan prediksi model secara keseluruhan baik.

4.4.3 Pengujian Hipotesis

a. *Tangible*

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara *tangible* dengan kualitas layanan internet *indihome*

H_1 : Terdapat hubungan antara *tangible* dengan kualitas layanan internet *indihome*

Pengambilan keputusan :

Jika $p\text{-value} \leq 0,05$ maka tolak H_0

Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka terima H_0

Nilai *p-value tangible* adalah sebesar 0,895 dan lebih besar dari 0,05 maka terima H_0 yang menandakan bahwa tidak ada hubungan antara *tangible* dengan kualitas layanan internet *indihome*.

b. *Reliability*

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara *reliability* dengan kualitas layanan internet *indihome*

H_1 : Terdapat hubungan antara *reliability* dengan kualitas layanan internet *indihome*

Pengambilan keputusan :

Jika $p\text{-value} \leq 0,05$ maka tolak H_0

Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka terima H_0

Nilai *p-value reliability* adalah sebesar 0,015 dan lebih kecil dari 0,05 maka tolak H_0 yang menandakan bahwa terdapat hubungan antara *reliability* dengan kualitas layanan internet *indihome*.

c. *Responsiveness*

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara *responsiveness* dengan kualitas layanan internet *indihome*

H_1 : Terdapat hubungan antara *responsiveness* dengan kualitas layanan internet *indihome*

Pengambilan keputusan :

Jika $p\text{-value} \leq 0,05$ maka tolak H_0

Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka terima H_0

Nilai *p-value responsiveness* adalah sebesar 0,060 dan lebih besar dari 0,05 maka terima H_0 yang menandakan bahwa tidak ada hubungan antara *responsiveness* dengan kualitas layanan internet *indihome*.

d. *Empathy*

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara *empathy* dengan kualitas layanan internet

H_1 : Terdapat hubungan antara *empathy* dengan kualitas layanan internet

Pengambilan keputusan :

Jika $p\text{-value} \leq 0,05$ maka tolak H_0

Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka terima H_0

Nilai *p-value empathy* adalah sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 maka tolak H_0 yang menandakan bahwa terdapat hubungan antara *empathy* dengan kualitas

layanan internet *indihome*

e. *Assurance*

H₀ : Tidak terdapat hubungan antara *assurance* dengan kualitas layanan internet *indihome*

H₁ : Terdapat hubungan antara *assurance* dengan kualitas layanan internet *indihome*

Pengambilan keputusan :

Jika p-value $\leq 0,05$ maka tolak H₀

Jika p-value $> 0,05$ maka terima H₀

Nilai *p-value assurance* adalah sebesar 0,036 dan lebih kecil dari 0,05 maka tolak H₀ yang menandakan bahwa terdapat hubungan antara *assurance* dengan kualitas layanan internet *indihome*.

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa dalam peningkatan kepuasan pelanggan dan peningkatan pelanggan produk internet *indihome* maka dilakukan analisis dari segi kualitas pelayanannya meliputi *tangible, reliability, responsiveness, empathy dan assurance*. Dari kelima variabel tersebut berdasarkan hasil uji hipotesis maka memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini perlu dilakukan pengembangan pada penelitian selanjutnya untuk menganalisis variabel lain untuk kualitas pelayanan selain dari lima variabel yang sudah dilakukan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Mardiana, I. and Rubiyanti, R.N., 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Servqual Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Pada *Indihome* Witel Bandung). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), pp.47-58.
- Nugroho, N.T., 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta). *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(02).
- Amatullah, F.A. and Widaningsih, S., 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan *Indihome* Pada Wilayah Kenten Sako, Palembang (study Kasus Di Pt. Telkom Indonesia Tbk, Witel Sumsel 2017). *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Ismail Razak, S.E. and Finnora, E., 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(2).
- Pertiwi, M.A., Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Tempat Makan CFC di Kota Semarang).
- Gulla, R., Oroh, S.G. and Roring, F., 2015. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada hotel Manado Grace inn. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Panjaitan, J.E. and Yuliati, A.L., 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), pp.265-289.
- Putri, M.N. and Widodo, A., 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Indihome* Pada Wilayah Antapani Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Bailia, J.F., Soegoto, A.S. and Loindong, S.S.R., 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Moha, S. and Loindong, S., 2016. Analisis kualitas

pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).

Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang. Universitas Diponegoro.

Sholihin, Mahfud dan Ratmono, Dwi. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta. Penerbit : CV. ANDI Offset.

Shandyastini, N.M. and Novianti, K.D.P., 2016. *Analisis E-Learning Stmik Stikom Bali Menggunakan Techonology Acceptance Model*. *Jurnal TeknoIf*, 4(2).