

## Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Internet First Media: Survei pada Pengikut Twitter First Media

Rizky Indra Adiwijaya, Reminta Lumban Batu  
Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang  
[rizky.indra18093@student.unsika.ac.id](mailto:rizky.indra18093@student.unsika.ac.id), [reminta.lumban@fe.unsika.ac.id](mailto:reminta.lumban@fe.unsika.ac.id).

### **ABSTRACT.**

*This study aims to test and analyze the impact of service quality and price on the decision to use Internet services First Media. This research uses primary data with data obtained from distributing questionnaires to First Media's Twitter followers. Secondary data obtained adjusted to the literature related to research. The sample in this research is 384 samples. The analytical method used in this study is the Structural Equation Model (SEM) analysis with the help of the LISREL program. Based on the research results, it can be seen that the partial effect of service quality on the decision to use First Media internet services is 0.40, which is bigger than price, which is 0.25, while the effect of service quality and price simultaneously on the decision to use is 0.17 or 17% while the remaining 83% are other variables outside the research model.*

**Keywords:** Service Quality; Price; Decision to Use; First Media

### **ABSTRAK.**

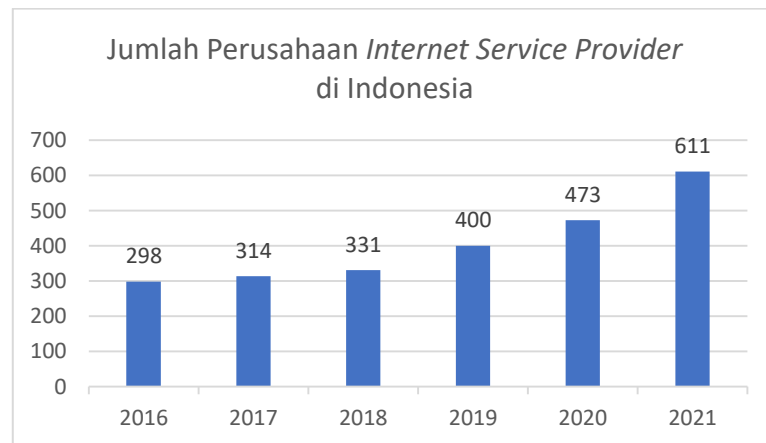
Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan penggunaan pada layanan internet First Media. Peneliti ini menggunakan data primer dengan data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengikut Twitter First Media. Data sekunder yang diperoleh disesuaikan dengan literatur yang berkaitan dengan penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah 384 sampel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan program LISREL. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan layanan internet First Media sebesar 0,40 lebih besar nilainya dibandingkan dengan harga yang nilainya sebesar 0,25 sedangkan pengaruh kualitas layanan dan harga secara simultan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,17 atau 17% sedangkan untuk sisanya sebesar 83% merupakan variabel lainnya di luar model penelitian.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan; Harga; Keputusan Penggunaan; First Media

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di seluruh dunia yang meningkat dengan sangat pesat pada saat ini mengakibatkan adanya peningkatan globalisasi di bidang teknologi informasi, dimana informasi tersebut dapat diketahui secara cepat. Kita dapat mengetahui informasi global, pengiriman berita, data dan sebagainya dengan cara mengikuti perkembangan teknologi informasi. Sejak ditemukannya komunikasi, gerak hidup manusia menjadi berubah, lebih mudah dan terasa dekat (Siregar & Ovilayani, 2017).

Populasi manusia saat ini banyak yang merupakan pengguna internet yang merupakan pengembangan dari teknologi informasi dan komunikasi yang sangat bermanfaat dalam seluruh perihal yang berbau dengan telekomunikasi serta informasi, yaitu suatu teknologi yang menjadi kebutuhan pada saat ini. Secara global bisa dikatakan bahwa penggunaannya tidak terbatas pada kondisi secara geografis, karena manfaatnya dapat dirasakan dengan membuat hal yang jauh menjadi dekat dan dapat menemukan data terkini yang terdapat dimanapun dan kapanpun dengan mudah. Adanya Internet ini membuat komunikasi jarak jauh dengan orang lain juga dapat dipermudah, tanpa harus bertemu dan tatap muka secara langsung. Internet oleh karena itu digunakan berbagai kalangan mulai dari masyarakat menengah kebawah sampai menengah keatas yang bertujuan untuk memenuhi informasi yang mereka butuhkan. Hal ini memberikan suatu pandangan, dimana waktu menjadi suatu yang berharga bagi dunia usaha khususnya industri jasa layanan internet (Hanggiasyifa & Yulianto, 2021).



**Gambar 1. Jumlah Perusahaan Internet Service Provider di Indonesia**

Sumber: dataindonesia.id, diakses pada 07 November 2022 16.11 WIB

Berdasarkan Gambar 1, Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa ada 611 perusahaan penyedia layanan internet (*ISP*) di Indonesia pada tahun 2021. Jumlah perusahaan *ISP* di Indonesia selalu meningkat pada 5 tahun kebelakang. Pertumbuhan

jumlah perusahaan *ISP* dalam negeri paling tinggi adalah pada tahun 2020-2021 dengan adanya 138 perusahaan baru.

Tabel 1  
Data Top Brand Index Kategori Penyedia Layanan Internet di Indonesia

Ran k	Fase 1 2018		Fase 1 2019		Fase 1 2020		Fase 1 2021		Fase 1 2022	
	Merek	Perse n	Merek	Perse n	Mere k	Perse n	Mere k	Perse n	Mere k	Perse n
1	Indi- home	42.1%	Indi- home	39.8%	Indi- home	36.7%	Indi- home	34.6%	Indi- home	33.8%
2	First Media	22.4%	First Media	29.9%	First Media	23.1%	First Media	24.2%	BizNe t	17.7%
3	BizNe t	6.4%	Indosat -M2	8.9%	BizNe t	8.2%	BizNe t	10.8%	First Media	16.3%

Sumber: Top Brand Award, diakses pada 18 Oktober 2022 pukul 20.42 WIB

Berdasarkan data pada Tabel 1, terlihat bahwa adanya persaingan pada pasar penyedia layanan internet di Indonesia pada 5 tahun terakhir. First Media mengalami penurunan peringkat *Top Brand Index* dari tahun 2018 sampai 2022, yang awalnya ada di posisi kedua sekarang diambil posisinya oleh BizNet sehingga membuat First Media pada tahun 2022 ada di posisi ketiga. Peringkat dalam data *Top Brand Award* pada tabel di atas menunjukkan suatu penghargaan atas performa dari merek kepada pelanggannya, maka dari itu dapat terlihat suatu masalah yaitu menurunnya performa dari First media. (Top Brand Award, diakses pada 18 Oktober 2022 pukul 20.42 WIB).

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan penggunaan, misalnya Kualitas Layanan dan Harga. Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Anugrah & Haryanti, 2020), penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Arwin et al., 2020) juga menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang di atas yang mana First Media mengalami masalah dalam keputusan penggunaannya, maka dari itu penulis berkeinginan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan faktor Kualitas Layanan dan Harga yang dapat membuat Keputusan Penggunaan dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Internet First Media".

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Analisis rentang skala pada pendekatan deskriptif ini menggunakan skala likert. Untuk pendekatan verifikatif menggunakan metode SEM. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini yang merupakan pengikut twitter First Media. Sampel yang digunakan sebanyak 384 responden dengan sampling error

sebesar 5%. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket kuesioner melalui sosial media twitter yang dibuat melalui google form.

#### Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produsen tersebut diadakan dan peyampiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Dari definisi tersebut bahwa kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016).

#### Harga

Harga bisa diartikan sebagai jumlah yang dibebankan untuk kepemilikan sebuah produk atau layanan jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk hak istimewa dalam kepemilikan produk untuk dipakai atau jasa untuk digunakan (Kotler & Keller, 2016).

#### Keputusan Penggunaan

Keputusan Pembelian atau penggunaan merupakan keputusan yang disebabkan oleh beberapa faktor faktor penting diantaranya ekonomi, teknologi, budaya, produk, harga, promosi, lokasi, *physical evidence*. Faktor-faktor ini akan membentuk sikap untuk mengolah analisis yang membuat konsumen akan mengambil keputusan produk apa yang akan dibeli atau digunakan nantinya (Alma, 2016).

Hipotesis pada penelitian ini yaitu H1: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan. H2: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan. H3: Terdapat pengaruh simultan kualitas layanan dan harga terhadap keputusan penggunaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### UJI VALIDITAS

**Tabel 2**  
**Uji Validitas**

Variabel Laten	Kode Indikator	Standardized Loading Factors (>0,50)	T-Value (>1,96)	Keterangan
Kualitas Layanan	KL1	0,70	15,16	<b>Valid</b>
	KL2	0,73	16,15	<b>Valid</b>
	KL3	0,75	16,77	<b>Valid</b>
	KL4	0,72	15,96	<b>Valid</b>
	KL5	0,63	13,25	<b>Valid</b>

	KL6	0,73	16,01	Valid
	KL7	0,72	15,78	Valid
	KL8	0,75	16,83	Valid
	KL9	0,54	10,90	Valid
	KL10	0,77	17,39	Valid
Harga	H1	0,71	15,64	Valid
	H2	0,74	16,53	Valid
	H3	0,73	16,09	Valid
	H4	0,71	15,57	Valid
	H5	0,67	14,42	Valid
	H6	0,74	16,52	Valid
	H7	0,76	17,17	Valid
	H8	0,76	17,12	Valid
	H9	0,65	13,93	Valid
	H10	0,84	19,93	Valid
Keputusan Penggunaan	KP1	0,72	**	Valid
	KP2	0,67	12,70	Valid
	KP3	0,74	14,19	Valid
	KP4	0,82	15,80	Valid
	KP5	0,65	12,36	Valid
	KP6	0,70	13,52	Valid
	KP7	0,60	11,43	Valid
	KP8	0,76	14,49	Valid
	KP9	0,79	15,02	Valid
	KP10	0,79	15,03	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data LISREL, 2023

Berdasarkan tabel 4.35, diketahui bahwa seluruh variabel laten yaitu Kualitas Layanan dengan 10 indikator, Harga dengan 10 indikator dan keputusan penggunaan dengan 10 indikator memiliki nilai *standardized loading factor* > 0,50 dan nilai *t-value* > 1,96. Terdapat hasil estimasi *t-value* yang tidak memiliki lintasan yaitu variabel KP ke KP1. Hal ini dikarenakan variabel tersebut telah ditetapkan menjadi variance reference yaitu variabel indikator secara nyata telah berhubungan dengan variabel latennya. Dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator dinyatakan lolos uji validitas.

### UJI RELIABILITAS

**Tabel 3**  
Uji Reliabilitas

Variabel Laten	Kode Indikator	Standarized Loading Factors (>0,50)	Error Variance	CR (>0,70)	VE (>0,50)	Keterangan
Kualitas Layanan	KL1	0,70	0,51	<b>0,91</b>	<b>0,50</b>	<b>Reliabel</b>
	KL2	0,73	0,47			

	KL3	0,75	0,44			
	KL4	0,72	0,47			
	KL5	0,63	0,60			
	KL6	0,73	0,47			
	KL7	0,72	0,48			
	KL8	0,75	0,43			
	KL9	0,54	0,71			
	KL10	0,77	0,41			
Harga	H1	0,71	0,49	0,92	0,54	Reliabel
	H2	0,74	0,45			
	H3	0,73	0,47			
	H4	0,71	0,50			
	H5	0,67	0,55			
	H6	0,74	0,45			
	H7	0,76	0,42			
	H8	0,76	0,42			
	H9	0,65	0,57			
	H10	0,84	0,29			
Keputusan Penggunaan	KP1	0,72	0,48	0,92	0,53	Reliabel
	KP2	0,67	0,56			
	KP3	0,74	0,45			
	KP4	0,82	0,32			
	KP5	0,65	0,58			
	KP6	0,70	0,50			
	KP7	0,60	0,64			
	KP8	0,76	0,43			
	KP9	0,79	0,38			
	KP10	0,79	0,38			

Sumber: Hasil Pengolahan Data LISREL, 2023

Berdasarkan tabel diketahui bahwa seluruh variabel laten yaitu Kualitas Layanan, Harga, dan Keputusan Penggunaan memiliki nilai *construct reliability* (CR) > 0,70 dan nilai VE > 0,50, sehingga seluruh konstruk dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

### Goodness of Fit

**Tabel 4**  
**Goodness of Fit**

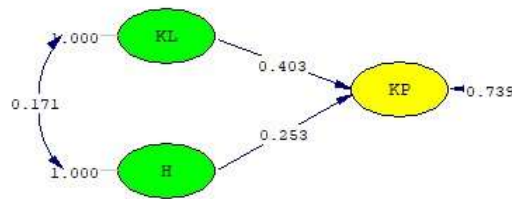
<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut Off Value</i>	<b>Indeks Model</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Absolute Fit Measures</i>			
<i>Chi-square</i> ( $X^2$ )	Semakin kecil semakin baik (p-value $\geq 0,05$ )	432.243 (p=0.144)	Kurang Baik
<i>Non Centrality Parameter</i> (NCP)	Semakin kecil semakin baik	23.71	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Goodness of Fit Index</i> (GFI)	$\geq 0.90$ <i>good fit</i> $0,80 \leq GFI \leq 0,90$ <i>marginal fit</i>	0,96	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Root Mean Square Residuan</i> (RMR)	Standarized RMR $\leq 0,05$ adalah <i>good fit</i>	0,041	Baik ( <i>good fit</i> )

<i>Root mean square error of Approximation (RMSEA)</i>	$\leq 0.08$ <i>good fit</i> $\leq 0,05$ close fit	0,01	Sangat baik ( <i>close fit</i> )
<i>Expected Cross Validation Index (ECVI)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan ECVI saturated = 2.42	1.441	Baik ( <i>good fit</i> )
<b>Incremental Fit Measures</b>			
<i>Ajusted Goodness of Fit Index (AGFI)</i>	$\geq 0,90$ <i>good fit</i> $\leq 0,80 \leq$ GFI $\leq 0.90$ marginal fit	0,94	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Tucker-Lewis Index (TLI) atau Non Formed Fit Index (NNFI)</i>	$\geq 0,90$ <i>good fit</i> $\leq 0,80 \leq$ TLI $\leq 0.90$ marginal fit	0,99	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	$\geq 0,90$ <i>good fit</i> $\leq 0,80 \leq$ CFI $\leq 0.90$ marginal fit	0,99	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	$\geq 0,90$ <i>good fit</i> $\leq 0,80 \leq$ NFI $\leq 0.90$ marginal fit	0,99	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	$\geq 0,90$ <i>good fit</i> $\leq 0,80 \leq$ IFI $\leq 0.90$ marginal fit	0,99	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	$\geq 0,90$ <i>good fit</i>	0,97	Baik ( <i>good fit</i> )
<b>Parsimonious Fit Measures</b>			
<i>Akaike Information Criterion (AIC)</i>	Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik	551,71	Kurang Baik
<i>Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)</i>	Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik.	863,60	Kurang Baik
<i>Parsimonious normal fit index (PNFI)</i>	$\geq 0.60$	0,90	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Parsimonious goodness-of-fit (PGFI)</i>	$\geq 0.60$	0,80	Baik ( <i>good fit</i> )
<i>Critical "N" (CN)</i>	CN $\geq 200$ = baik	418,24	Baik ( <i>good fit</i> )

Sumber: Hasil Pengolahan Data LISREL, Peneliti 2023

Berdasarkan tabel ditunjukkan bahwa kecocokan keseluruhan model berdasarkan hasil dari uji *Goodness of Fit* adalah baik (*good fit*).

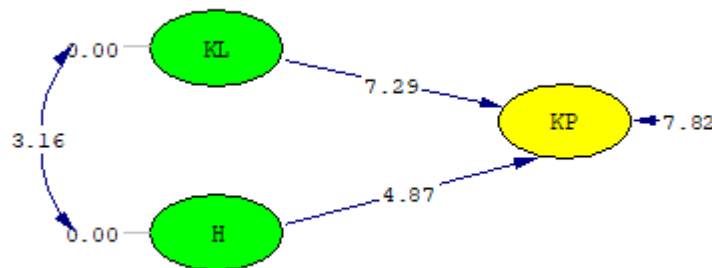




Chi-Square=425.71, df=402, P-value=0.19938, RMSEA=0.012

**Gambar 2. Model Standarized Solution**  
**Sumber: Hasil Pengolahan Data Lisrel, 2023**

Berdasarkan gambar 2, dapat dilihat bahwa nilai *R-square* atau pada output dari *structural model stadardized solution*, hubungan variabel kualitas layanan terhadap Keputusan Penggunaan yaitu sebesar 0,40, dan hubungan variabel harga terhadap Keputusan Penggunaan yaitu sebesar 0,25.



**Gambar 3. Model T-Value**

**Sumber: Hasil Pengolahan Data Lisrel, 2023**

Berdasarkan Gambar 3 dapat dilihat nilai *T-Value* > 1,96. Uji *T-Value* dilakukan untuk mengetahui signifikansi jalur antar variabel. Bila nilai *T-Value* terpenuhi maka hipotesis dapat di terima.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan gambar 2 dan 3, dapat ditunjukkan nilai koefisien variabel kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,40. Nilai *t-value* pada variabel kualitas layanan terhadap variabel keputusan penggunaan sebesar 7,29 > 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan First Media.

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan gambar 2 dan 3, dapat ditunjukkan nilai koefisien variabel harga terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,25. Nilai *t-value* pada variabel harga terhadap variabel keputusan penggunaan sebesar 4,87 > 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan penggunaan First Media.

### **Pengaruh Simultan Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan Gambar 2 Hasil pengaruh simultan dimana menunjukkan bahwa nilai *R-Square* sebesar 0,17 atau 17% maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh simultan sebesar 17% dan sisanya sebesar 83% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan pada penelitian adalah dalam responden penelitian ini, sebagian besar merupakan Laki Laki dengan rentan umur 21-25 tahun, dengan Pendidikan terakhir Sarjana dan pekerjaannya sebagai Mahasiswa dengan penghasilan dibawah 1 Juta dengan durasi berlangganan selama 1-3 bulan. Dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan yang mana kedua variabel tersebut dapat digunakan bersama untuk meningkatkan Keputusan Penggunaan pada layanan internet First Media.

First Media harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan pribadi kepada para penggunanya demi meningkatkan keputusan penggunaan pada produknya. First Media juga harus lebih meningkatkan daya saing harga dari para pesaingnya demi meningkatkan keputusan penggunaan pada produknya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:**

- Anugrah, M., & Haryanti, R. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DI COUNTER ZONAFONE PADANG. *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Bisnis)*, 2(1), 125.
- Arwin, Hutagalung, D. S., & Berlien, V. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar*. 3(1), 189-198.
- Hanggiasyifa, I., & Yulianto, A. E. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT FIRST MEDIA TBK DI SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5).
- Siregar, N., & Ovilayani, R. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkom Cabang Iskandar Muda No. 35

Medan Baru). *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 65–76.

**Pustaka berbentuk buku:**

Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (12th ed.). Alfabeta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E).  
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (Edisi Ke-4). Andi.

**Pustakan dari Media Online**

Sadya, S. (2022). Ada 611 Perusahaan Penyedia Internet di Indonesia pada 2021.  
<https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-611-perusahaan-penyedia-internet-di-indonesia-pada-2021> (Diakses pada 07 November 2022 16.11 WIB).

Top Brand Award kategori *ISP Fixed*. (2018-2022). <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index> (Diakses pada 18 Oktober 2022 pukul 20.42 WIB).