



Pengaruh Pelayanan, Kualitas Jaringan, Harga Yang Kompetitif Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Keuangan PT Global Media Data Prima Cabang Kediri

Merinda Ratna Sari
UNISKA Kediri, Indonesia

Marhaendra Kusuma
UNISKA Kediri, Indonesia

Siti Isnaniati
UNISKA Kediri, Indonesia

Alamat : Jl. Sersan Suharmaji No. 38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64128

Koresponden Penulis : merindaratna@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service, network quality, competitive prices on customer satisfaction and the impact on financial performance of pt global media data prima kediri branch. This case study was conducted at PT Global Media Data Prima, Kediri branch. Barokah in 2020-2021 which consists of variables (X) including: service, network quality, competitive prices, variable (Y) customer satisfaction and external variables of financial performance. The sampling technique uses a cluster random sampling technique with random sample types based on area. The results of this study indicate that H1 Service has no effect on customer satisfaction, whereas H2 network quality has no effect on customer satisfaction, and H3 competitive prices have a significant effect on customer satisfaction. Based on the three equations, it proves that customer satisfaction can affect financial performance, the higher the customer satisfaction, the higher the financial performance obtained by the company. The smaller the customer satisfaction, the smaller the financial performance obtained by the company.*

Keywords : *Competitive Prices, Customer Satisfaction, Financial Performance, Network Quality, Service.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap kinerja keuangan pt global media data prima cabang kediri. Studi kasus ini dilakukan pada pt global media data prima cabang kediri. Barokah pada tahun 2020-2021 yang terdiri dari variabel (X) meliputi: pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif, variabel (Y) kepuasan pelanggan dan variabel luar kinerja keuangan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik cluster random sampling jenis sampel acak berdasarkan area. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H₁ Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan H₂ kualitas jaringan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan H₃ harga yang kompetitif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari ketiga persamaan membuktikan bahwa kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi kinerja keuangan, semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi kinerja keuangan yang diperoleh oleh perusahaan. Semakin kecil kepuasan pelanggan maka semakin kecil kinerja keuangan yang didapatkan oleh perusahaan.

Kata Kunci : Harga yang Kompetitif, Kepuasan Pelanggan, Kinerja Keuangan, Kualitas Jaringan, Pelayanan.

LATAR BELAKANG

PT. Global Media Data Prima merupakan suatu perusahaan yang bergerak pada bidang penyedia jasa internet, yang berlokasi di Jalan Tunggul Wulung Dusun Soko Desa Menang Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri. Banyaknya persaingan penyedia jasa internet mengharuskan perusahaan ini untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk mempertahankan pelanggan, menarik pelanggan, dan membeli jasa layanan internet ini. Perusahaan juga harus berusaha menstabilkan jaringan yang dimiliki untuk kenyamanan

pelanggan dalam menikmati fasilitas yang diberikan, selain pelayanan dan juga kestabilan internet perusahaan juga dituntut untuk memberikan harga yang dapat bersaing dengan perusahaan lain, hal ini merupakan salah satu yang terpenting menarik pelanggan untuk membeli jasa dengan kualitas yang bagus tetapi dengan harga yang dapat dijangkau dan tetap mendapatkan laba yang maksimal.

Penelitian ini penting dilakukan karena untuk mengetahui pelayanan, kualitas jaringan, dan harga yang kompetitif, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan suatu perusahaan. Beberapa peneliti telah melakukan penelitian mengenai pelayanan terhadap kinerja keuangan diantaranya adalah (Hussain, 2015) menyimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian (Noviati, 2020) mengenai kualitas jaringan dan kepuasan pelanggan menyimpulkan bahwa kualitas jaringan memperkuat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Widyaningsih Putri Ariyanti, 2022) mengenai hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan kesimpulan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mengembangkan dari penelitian Noviati terdapat pada kualitas jaringan dan kepuasan pelanggan, pada dasarnya kualitas jaringan merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan penyedia jasa internet, karena dengan kualitas yang bagus dapat menambah kepercayaan pelanggan untuk memilih jasa pada suatu perusahaan. Sedangkan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk yang diharapkan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas dan senang.

KAJIAN TEORITIS

1. Kualitas Pelayanan

Menurut (Dr. Meithiana Indrasari, 2019:61) Kualitas pelayanan atau *customer service* dapat dibedakan menjadi dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk.

2. Kualitas Jaringan

Menurut (Waode, 2014) kualitas jaringan adalah suatu titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya dengan adanya koneksi yang tersedia sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan suatu informasi.

3. Harga yang Kompetitif

Menurut (Ginting, 2012:10) harga dalam sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Menurut (Buchori Alma, 2013:169) harga (*price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai konsumen takar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2012), kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Maka secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa.

5. Kinerja Keuangan

Menurut (Irham Fahmi, 2014:2) Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

METODE PENELITIAN

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah membahas terkait Pengaruh Pelayanan, Kualitas Jaringan, Harga yang Kompetitif, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Keuangan pada PT. Global Media Data Prima dan data yang digunakan periode 2017-2021.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih adalah PT. Global Media Data Prima yang beralamat di Jalan Tunggul Wulung Dusun Soko RT/RW 03/01 Desa Menang Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri.

3. Populasi dan Sampel

Populasi

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pelanggan PT. Global Media Data Prima sebanyak 1.327 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut (Sugiyono, 2015:87).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{1.327}{1 + 1.327(0,1)^2}$$
$$n = \frac{1.327}{14,27} = 92,9 = \mathbf{93}$$

Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling yang memberi peluang sama kepada anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Cara tersebut dengan random sampling, atau cara pengambilan sampel secara acak.

4. Data dan Teknik Pengumpulan

a. Interview (Wawancara)

Teknik pengumpulan data ini berdasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan pada pelanggan PT. Global Media Data Prima mengenai kualitas pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif dan kepuasan pelanggan

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Pertanyaan yang diberikan kepada pelanggan PT. Global Media Data Prima berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif dan kepuasan pelanggan.

5. Teknik Analisis Data

- a. Menyebarkan kuesioner yang berupa pernyataan kepada responden mengenai pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif, kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan.
- b. Menghitung kinerja keuangan menggunakan rasio profitabilitas dengan rumus *Return On Assets* menurut Darmawan, 2020 sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Sumber: (Darmawan, 2020)

- c. Melakukan pengolahan data, menurut (Notoatmodjo, 2018) tahap-tahap dalam pengolahan data adalah sebagai berikut :
 1. Penyuting (*Editing*)

Editing yang dilakukan dengan pengecekan untuk memastikan bahwa data yang di peroleh sudah lengkap, jelas dan relevan dengan cara mengoreksi data yang telah diperoleh agar melakukan perbaikan isinya.
 2. Pengkodian (*Coding*)

Coding merupakan pemberian kode dalam bentuk angka ke setiap variabel sehingga mempermudah dalam menganalisis data.
 3. Masukan data (*Prosessing*)

Pemrosesan data dilakukan menggunakan cara memasukan data dari hasil jawaban responden yang telah di isi atau melakukan *coding* dari data observasi yang kemudian dimasukkan kedalam program *software* atau komputer.
 4. Pembersihan data (*Cleaning*)

Pembersihan data merupakan kegiatan pengecekan kembali data-data yang telah dimasukkan untuk melihat ada kesalahan atau tidak.
- d. Melakukan analisis hasil kuesioner kinerja karyawan untuk mengetahui memperkuat atau memperlemah pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif, kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan.

e. Menggunakan program SPSS V25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Menghitung dari Return On Assets (ROA)

Pada tahun 2017 :

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \\ &= \frac{1.648.278.694}{13.695.110.266} \\ &= 0,12 \end{aligned}$$

Pada tahun 2018 :

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \\ &= \frac{1.842.838.828}{1.5996.260.955} \\ &= 0,30 \end{aligned}$$

Pada tahun 2019 :

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \\ &= \frac{888.343.343}{14.797.905.463} \\ &= 0,06 \end{aligned}$$

Pada tahun 2020 :

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \\ &= \frac{2.199.323.017}{15.891.682.424} \\ &= 0,14 \end{aligned}$$

Pada tahun 2021 :

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \\ &= \frac{2.498.486.610}{18.146.106.668} \\ &= 0,14 \end{aligned}$$

Uji Reabilitas

Reliabilitas ditentukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* jika lebih dari 0.06 maka dikatakan riabel. Adapun hasil uji reliabilitas instrumen sebagai berikut:

Tabel 4.21
Uji Reliabilitas 2020

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Kesimpulan
1	Pelayanan (X1)	0,756	Diatas Ketentuan 0,60	Reliabel
2	Kualitas Jaringan (X2)	0,787		Reliabel
3	Harga yang Kompetitif (X3)	0,728		Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,799		Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Tabel 4.22
Uji Reliabilitas 2021

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Kesimpulan
1	Pelayanan (X1)	0,757	Diatas Ketentuan 0.60	Reliabel
2	Kualitas Jaringan (X2)	0,787		Reliabel
3	Harga yang Kompetitif (X3)	0,791		Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,828		Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah sebaran data telah terdistribusi dengan normal atau tidak. Cara yang dilakukan untuk melihat normalitas adalah menggunakan uji *kolmogorov smirnov* (*K-S* dengan kriteria nilai signifikansi lebih dari 0,05 dikatakan distribusi normal. Dibawah ini merupakan hasil uji normalitas pada variabel penelitian:

Tabel 4.27
Hasil Uji Normalitas 2020

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Syarat	Keterangan
Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	0,200	> 0,05	Distribusi Normal
Kualitas Jaringan (X2) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	0,200	> 0,05	Distribusi Normal
Harga yang Kompetitif (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	0,200	> 0,05	Distribusi Normal

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Dari hasil analisis di atas, dapat diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* X1 Terhadap Y sebesar 0,200, X2 Terhadap Y sebesar 0,200, X3 Terhadap Y sebesar 0,200. Dengan demikian, apabila nilai *Asymp.Sig* kurang dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data variabel diatas berdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas.

Tabel 4.28
Hasil Uji Normalitas 2021

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Syarat	Keterangan
Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	0,200	> 0,05	Distribusi Normal
Kualitas Jaringan (X2) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	0,200	> 0,05	Distribusi Normal
Harga yang Kompetitif (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	0,200	> 0,05	Distribusi Normal

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Dari hasil analisis di atas, dapat diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* X1 Terhadap Y sebesar 0,200, X2 Terhadap Y sebesar 0,200, X3 Terhadap Y sebesar 0,200. Dengan demikian, apabila nilai *Asymp.Sig* lebih dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data variabel diatas berdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menunjukkan ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Dalam pengujian ini yang perlu diperhatikan adalah nilai (*Variance Inflation Factor*) VIF dan/atau nilai tolerance. Berikut hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 4.29
Hasil Uji Multikolinearitas 2020

Variabel	Tolerance Value	Nilai VIF	Keterangan
Pelayanan	0,519	1,926	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kualitas Jaringan	0,421	2,376	Tidak terjadi Multikolinearitas
Harga Kompetitif	0,615	1,626	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, menunjukkan bahwa untuk semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* dan VIF lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi dan bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 4.30
Hasil Uji Multikolinearitas 2021

Variabel	<i>Tolerance Value</i>	Nilai VIF	Keterangan
Pelayanan	0,305	3,279	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kualitas Jaringan	0,277	3,616	Tidak terjadi Multikolinearitas
Harga Kompetitif	0,554	1,804	Tidak terjadi Multikolinearitas

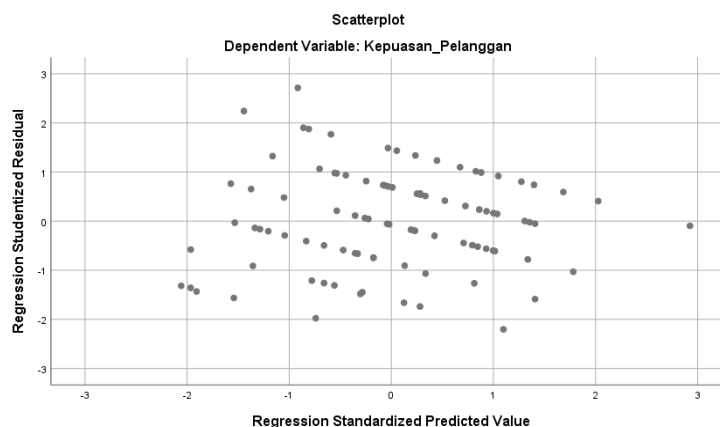
Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, menunjukkan bahwa untuk semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* dan VIF lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi dan bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

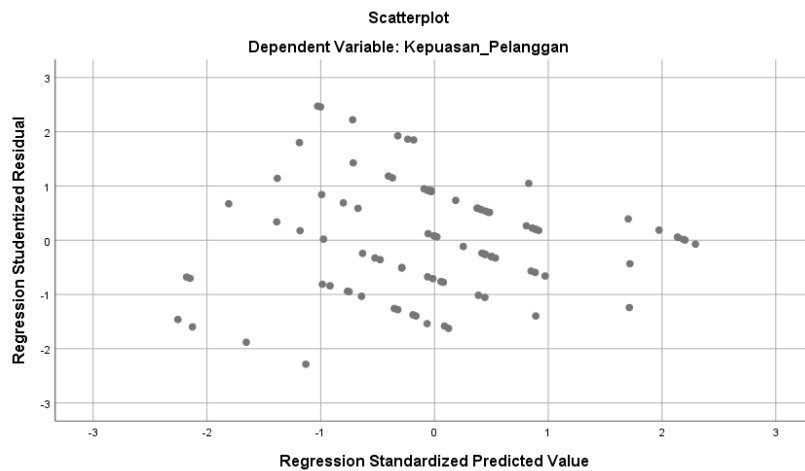
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Metode pengujian yang digunakan pada penelitian ini yaitu Scatter Plot. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini:

Gambar 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas 2020



Berdasarkan tampilan scatter plot pada gambar di atas, terlihat bahwa plot menyebar acak ke segala arah baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Standardized Predicted Value*. Oleh karena itu, maka dinyatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Gambar 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas 2021



Berdasarkan tampilan scatter plot pada gambar di atas, terlihat bahwa plot menyebar acak ke segala arah baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Standardized Predicted Value*. Oleh karena itu, maka dinyatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi atau kondisi yang berurutan di antara gangguan yang masuk ke dalam fungsi regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW). Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini:

Tabel 4.31
Hasil Uji Autokorelasi

Tahun	Nilai D-W	Syarat	Keterangan
2020	1,547	$-2 < DW < +2$	Tidak terjadi autokorelasi
2021	1,566	$-2 < DW < +2$	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil di atas, diketahui nilai D-W sebesar 1,487 yang mana nilainya lebih besar dari -2 dan kurang dari 2. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi sehingga regresi linear dapat dilanjutkan.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk menguji ketergantungan antara satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Berikut hasil analisis regresi berganda pada penelitian ini:

Tabel 4.32
Hasil Analisis Regresi Berganda 2020

Keterangan	Koefisien regresi	Sig
Konstanta	5,363	0,001
Pelayanan	-0,023	0,420
Kualitas Jaringan	0,059	0,297
Harga Kompetitif	0,351	0,001

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas sehingga terbentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \text{ Pelayanan} + b_2 \text{ Kualitas Jaringan} + b_3 \text{ Harga Kompetitif} + e$$

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 5,363 - 0,023 \text{ Pelayanan} + 0,059 \text{ Kualitas Jaringan} + 0,351 \text{ Harga Kompetitif} + e$$

Tabel 4.33
Hasil Analisis Regresi Berganda 2021

Keterangan	Koefisien regresi	Sig
Konstanta	5,218	0,000
Pelayanan	-0,029	0,422
Kualitas Jaringan	0,005	0,943
Harga Kompetitif	0,450	0,000

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas sehingga terbentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \text{ Pelayanan} + b_2 \text{ Kualitas Jaringan} + b_3 \text{ Harga Kompetitif} + e$$

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 5,218 - 0,029 \text{ Pelayanan} + 0,005 \text{ Kualitas Jaringan} + 0,450 \text{ Harga Kompetitif} + e$$

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi. Hasil uji parsial (Uji-t) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.34
Hasil Uji T 2020

Variabel	Taraf Signifikansi	Nilai Sig.	Keterangan
Pelayanan	0,05	0,420	H1 ditolak
Kualitas Jaringan	0,05	0,297	H2 ditolak
Harga Kompetitif	0,05	0,001	H3 diterima

Tabel 4.35
Hasil Uji T 2021

Variabel	Taraf Signifikansi	Nilai Sig.	Keterangan
Pelayanan	0,05	0,422	H1 ditolak
Kualitas Jaringan	0,05	0,943	H2 ditolak
Harga Kompetitif	0,05	0,000	H3 diterima

Uji Simultan (Uji F)

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/ non signifikan. Berikut hasil uji F pada penelitian ini:

Tabel 4.36
Hasil Uji F

Tahun	Nilai Sig.F	Syarat	Keterangan
2020	0,000	< 0,05	H4 diterima
2021	0,000	< 0,05	H4 diterima

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, menghasilkan nilai sig.F sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut kurang dari 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H5 diterima. Hal itu menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif, dan kepuasan pelanggan secara simultan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Uji Determinasi (R^2)**Tabel 4.37**
Model Summary 2020

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,467	0,218	0,192

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Dari tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,218 koefisien ini menunjukkan bahwa 19,2 variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan, kualitas jaringan, dan harga yang kompetitif. Dengan demikian masih ada variabel lain yang turut mempengaruhi besarnya kepuasan pelanggan perusahaan, yaitu sebesar 80,8% (diperoleh dari $100\% - 19,2\% = 80,8\%$).

Tabel 4.38
Model Summary 2021

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,606	0,368	0,346

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Dari tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,368 koefisien ini menunjukkan bahwa 34,6% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan, kualitas jaringan, dan harga yang kompetitif. Dengan demikian masih ada variabel lain yang turut mempengaruhi besarnya kepuasan pelanggan perusahaan, yaitu sebesar 65,4% (diperoleh dari $100\% - 34,6\% = 65,4\%$).

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan, kualitas jaringan, harga yang kompetitif terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap kinerja keuangan PT Global Media Data Prima cabang kediri periode 2017-2021 sebagai berikut :

1. Secara parsial pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan pada tahun 2017-2021 lebih dari 0,05 sehingga bisa dikatakan H_{1a} ditolak dan H_{1b} diterima.

2. Secara parsial kualitas jaringan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan pada tahun 2017-2021 lebih dari 0,05 sehingga bisa dikatakan H_{2a} ditolak dan H_{2b} diterima.
3. Secara parsial harga yang kompetitif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan pada tahun 2017-2021 kurang dari 0,05 sehingga bisa dikatakan H_{3a} diterima dan H_{3b} ditolak.
4. Pada gambar 4.5 dan 4.6 dapat dilihat bahwa dampak kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi kinerja keuangan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, semakin tinggi kinerja keuangan pada PT. Global Media Data Prima.

Saran

Saran untuk perbaikan penelitian maupun untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Bagi perusahaan guna mempertahankan atau bahkan meningkatkan pelayanan, harus memberikan perhatian lebih kepada kepuasan pelanggan yang nantinya akan berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan menjaga kepercayaan pelanggan dalam pembelian jasa yang diberikan melalui pelayanan yang baik.
2. Bagi perusahaan harus berhati-hati dengan dampak dari kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan, karena kepuasan pelanggan bisa berdampak negatif pada kinerja keuangan perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan meningkatkan pelayanan yang lebih baik, mempertahankan kestabilan jaringan dan harga yang terjangkau.
3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini hanya menggunakan alat ukur kinerja keuangan yaitu ROA (*Return On Assets*). Sumber untuk mencari laporan keuangan perusahaan dalam penelitian ini sangat terbatas, periode penelitian ini hanya 5 tahun dari tahun 2017-2021. Dengan begitu diharapkan peneliti selanjutnya untuk menambah alat ukur pada kinerja keuangan seperti ROA, ROE, EVA, dll. Peneliti selanjutnya juga diharapkan menggunakan lebih banyak sumber untuk mencari laporan keuangan dan data keuangan, dan obyek penelitian diperluas.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmadi dan Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Darmawan. (2020). *Dasar-dasar Memahami Rasio & Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Francis, H. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*. Banten: Desenta Muliavisitama.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendro dan Syamswana. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 2 No. 2*, 351-366.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall Publisher.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Jakarta: Visi Media.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Waode. (2014). Pengaruh Fitur Produk, Harga, Jaringan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar As pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2011-2013 Universitas Haluole.
- Wulandari, W. (2012). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol. 1 No. 3*