



**PERILAKU KONSUMEN INDIHOME SELAMA PANDEMI
COVID 19 DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika

Oleh
Nico Fransisco Juliant Wahyudi
111.18.021

PEMBIMBING

Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M.
NIP : 111/02.76/04.06/021

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA
2022**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Yang Maha Esa, karena atas limpahan kasih sayang dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul ” **PERILAKU KONSUMEN INDIHOME INDIHOME SELAMA PANDEMI COVID 19 DI SURABAYA**”.

Penulis menyadari bahwa selama proses hingga terselesaikannya skripsi ini banyak mendapatkan kontribusi dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, yakni kepada:

1. Arief Budiman B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya
2. Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya, Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan nasihat, saran, dan dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
3. Muis Murtadho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan bijaksana memberikan bimbingan dan saran selama penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Erwin Rediono Tan, MBA selaku Dosen Prodi Manajemen yang memberikan banyak motivasi dan memberikan pencerahan dalam pembuatan skripsi ini.
5. Martinus Rukisomono, S.E., M.M selaku Dosen Prodi Manajemen yang memberikan banyak motivasi dan memberikan pencerahan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Para responden: Melinda Wahyudi, Vanessa Febriana, Stefanus Damar, Leonardo Bima, Gilbert Gunawan, Ericco Putra, Bodhi Dharma, Charlie Nicholas, Andreuin Axel, dan Deby Febiola yang telah membantu penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi yang bermanfaat

sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.

8. Kedua Orangtua penulis, yang telah berusaha semaksimal mungkin agar penulis dapat melanjutkan pendidikan sampai saat ini, yang juga memotivasi, dan berdoa demi kesuksesan penulis.
9. Rekan dan teman – teman seperjuangan penulis yang menyemangati penulis dikala gerah dan resah saat sedang proses pembuatan skripsi.
10. Pihak - pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung bagi penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dalam bentuk maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai adanya saran dan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Surabaya, 01 Agustus 2022

Penulis,

UWIKKA

Nico Fransisco Juliant Wahyud

ABSTRAK

Nico Fransisco Juliant W,

Skripsi

Perilaku Konsumen Indihome Selama Pandemi Covid 19 di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen serta mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap wifi indihome. Sehingga penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi penulis, pembaca atau masyarakat dan perusahaan indihome. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan teknik non probability sampling. Data primer di dalam penelitian ini di dapatkan dari hasil wawancara dengan 10 narasumber yang merupakan konsumen wifi IndiHome di Surabaya. Berdasarkan hasil analisa dari wawancara mendalam yang dilakukan dengan narasumber, peneliti dapat menemukan perilaku konsumen dalam memutuskan menggunakan wifi indihome yaitu untuk mendukung melakukan aktivitas mereka sehari-hari saat dirumah khusus nya saat pandemi covid 19 serta jangkauan jaringan nya yang lebih luas dan mudah di dapatkan. Kemudian dalam hasil kepuasan konsumen yang terdapat pada IndiHome hanya pada dua faktor saja yaitu harga dan jaringan yang mudah di dapat. Hasil ini menunjukkan bahwa indihome masih perlu melakukan peningkatan pada kualitas produk jaringan dan pelayanan mereka untuk dapat terus membuat konsumen puas dan tetap menggunakan jasa mereka.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan

ABSTRACT

Nico Francisco Juliant W,

Thesis

Indihome Consumer Behavior During the Covid 19 Pandemic in Surabaya.

This study aims to determine consumer behavior and determine the level of consumer satisfaction with wifi indihome. So that this research is expected to have benefits for writers, readers or the community and indihome companies. This research was conducted using a qualitative method with a non-probability sampling technique. The primary data in this study were obtained from interviews with 10 sources who are IndiHome wifi consumers in Surabaya. Based on the results of analysis from in-depth interviews conducted with informants, researchers were able to find consumer behavior in deciding to use indihome wifi, namely to support their daily activities while at home, especially during the covid 19 pandemic and the network coverage is wider and easy to obtain. Then in the results of consumer satisfaction contained in IndiHome only on two factors, namely the price and the network that is easy to get. These results show that indihome still needs to improve the quality of their network products and services to be able to continue to make consumers satisfied and continue to use their services.

Keywords: Consumer Behavior, Consumer Satisfaction, Price Effect, Product and Service Quality

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Hana Anita (2018).....	9
2.1.2 Fany Chairuna (2017).....	9
2.1.3 Kevin Kalfiansyah (2017).....	10
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	11
2.2.1 Persamaan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut :.....	11
2.2.2 Perbedaan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut :.....	11
2.3 Landasan Teori.....	12
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.3.2 Jasa.....	28
2.3.3 Kepuasan Konsumen.....	28
2.3.4 Internet dan Wifi.....	32
2.3.5 Pengertian Wifi.....	34
2.4 Kerangka Berpikir.....	35
Bab III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Sumber Data.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	38

3.4	Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5	Metode Pengumpulan Data	39
3.5.1	Interview (Wawancara).....	39
3.5.2	Kuesioner (Angket).....	39
3.5.3	Observasi.....	39
3.6	Dokumentasi	40
3.7	Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Wifi IndiHome	42
4.1.1	Deskripsi tentang Wifi IndiHome	42
4.2	Deskripsi Narasumber.....	43
4.2.1	Tabel Analisis Pertanyaan No. 1	49
4.2.2	Tabel Analisis Pertanyaan No. 2	51
4.2.3	Tabel Analisis Pertanyaan No. 3	52
4.2.4	Tabel Analisis Pertanyaan No. 4	53
4.2.5	Tabel Analisis Pertanyaan No. 5	56
4.3	Hasil Reduksi	58
4.3.1	Hasil Reduksi data dari pertanyaan “Apa yang membuat anda menggunakan wifi?”	58
4.3.2	Hasil Reduksi data dari pertanyaan “Mengapa anda lebih memilih wifi IndiHome di bandingkan wifi yang lain?”	58
4.3.3	Hasil Reduksi data dari pertanyaan “Dimana anda mendapatkan informasi mengenai wifi IndiHome?”	58
4.3.4	Hasil Reduksi data dari pertanyaan “Apa kendala anda selama menggunakan wifi IndiHome?”	59
4.3.5	Hasil Reduksi data dari pertanyaan “Apa saran yang dapat anda berikan untuk wifi IndiHome agar kepuasan konsumennya terjaga?”	59
4.4	Penyajian Data dari Wawancara	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	SARAN.....	64
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Anak Belajar Di Rumah (Daring).....	01
Gambar 1.2 Petugas Indihome.....	02
Gambar 1.3 Pelanggan Indihome.....	03
Gambar 1.4 Pelanggan Indihome.....	04
Gambar 1.5 Data Sumber Informasi untuk mendapatkan informasi.....	05
Gambar 1.6 Data Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Indihome.....	06
Gambar 2.1 Hierarki kebutuhan menurut Maslow.....	17
Gambar 2.2 Kelas Sosial.....	19
Gambar 2.3 Perilaku Pasca Pembelian.....	26
Gambar 2.4 Kepuasan Pelanggan.....	27
Gambar 2.5 Kerang Berpikir.....	33
Gambar 4.1 Logo Speedy.....	40
Gambar 4.2 Logo IndiHome.....	40

UWIKKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1 Tabel Deskripsi Narasumber dan Hasil Penelitian.....	46
Tabel 4.2 Hasil analisis pertanyaan no.1.....	47
Tabel 4.3 Hasil analisis pertanyaan no. 1.....	48
Tabel 4.4 Hasil analisis pertanyaan no.2.....	49
Tabel 4.5 Hasil analisis pertanyaan no.2.....	50
Tabel 4.6 Hasil analisis pertanyaan no.3.....	50
Tabel 4.7 Hasil analisis pertanyaan no.3.....	51
Tabel 4.8 Hasil analisis pertanyaan no.4.....	53
Tabel 4.9 Hasil analisis pertanyaan no.4.....	54
Tabel 4.10 Hasil analisis pertanyaan no.5.....	55
Tabel 4.11 Hasil analisis pertanyaan no.5.....	55



UWIKKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Wawancara

Lampiran 2 : Data Narasumber

Lampiran 3 : Percakapan Wawancara Dengan Narasumber

Lampiran 4 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 5 : Draft Jurnal Ilmiah

Lampiran 6 : Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi

