



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**HUBUNGAN ANTARA MUTU LAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN DENGAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH  
(E-WOM) PADA PELANGGAN INDIHOME DI KOTA  
MAKASAR**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**AIDIL HASAN  
55221120020**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Aidil Hasan  
NIM : 55221120020  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*  
Judul Karya Akhir/Tesis : Hubungan Antara Mutu Layanan Dan Kepuasan  
Pelanggan Dengan *Electronic Word Of Mouth*  
(*E-Wom*) Pada Pelanggan Indihome Di Kota Makasar

Jakarta, 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing

**(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.)**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Hubungan Antara Mutu Layanan Dan Kepuasan  
Pelanggan Dengan *Electronic Word Of Mouth*  
(*E-Wom*) Pada Pelanggan Indihome Di Kota Makasar

Nama : Aidil Hasan

NIM : 55221120020

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 22 Februari 2024

Jakarta, 22 Februari 2024  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
**Dr. Heri Budianto, M.Si.**
2. Penguji Ahli :  
**Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si.**
3. Pembimbing :  
**Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.**



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Hubungan Antara Mutu Layanan Dan Kepuasan  
Pelanggan Dengan *Electronic Word Of Mouth*  
(*E-Wom*) Pada Pelanggan Indihome Di Kota Makasar

Nama : Aidil Hasan

NIM : 55221120020

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)




Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 22 Februari 2024

Jakarta, 22 Februari 2024  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
**Dr. Heri Budianto, M.Si.**
2. Penguji Ahli :  
**Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si.**
3. Pembimbing :  
**Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.**

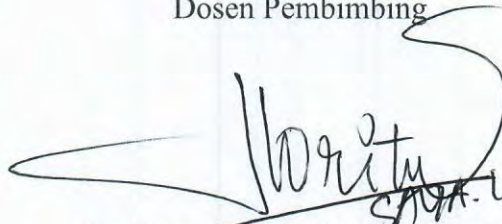


LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Aidil Hasan  
NIM : 55221120020  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*  
Judul Karya Akhir/Tesis : Hubungan Antara Mutu Layanan Dan Kepuasan  
Pelanggan Dengan *Electronic Word Of Mouth*  
(*E-Wom*) Pada Pelanggan Indihome Di Kota Makasar

Jakarta, 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing



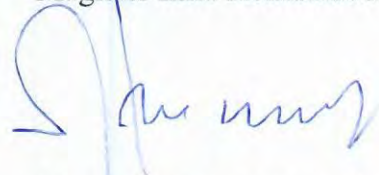
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si.)

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Aidil Hasan  
NIM : 55221120020  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “**Hubungan Antara Mutu Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Dengan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Pelanggan Indihome Di Kota Makasar**”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 31 Januari 2024 didapatkan nilai persentase sebesar 9%

Jakarta, 31 Januari 2024  
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Hubungan Antara Mutu Layanan dan Kepuasan Pelanggan dengan *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*  
Nama : Aidil Hasan  
N I M : 55221120020  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 22 Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Februari 2024



(Aidil Hasan)

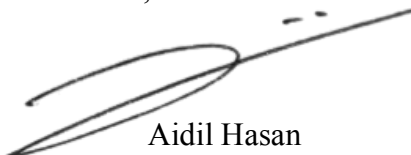


## KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya dan kebaikan-Nya yang tak berkesudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul “Hubungan Antara Mutu Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Dengan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Pelanggan Indihome Di Kota Makasar”. Adapun tujuan tesis ini untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, saran dan arahan yang sangat berguna.
2. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si sebagai penguji yang telah memberikan pandangan, saran serta bimbingan yang mencerahkan untuk evaluasi materi perbaikan yang dilakukan sepanjang proses penulisan.
3. Bapak Dr. Heri Budiarto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dr. Afdal Makkuraga, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Hasan dan Ibu Harianti Muharram yang merupakan Orang tua peneliti yang telah memberikan motivasi, dukungan serta selalu menemani disaat peneliti mengalami kesulitan sehingga penelitian ini dapat selesai tepat pada waktunya.
6. Istri tercinta Ibu Tarisa Sainuddin yang dengan keikhlasannya selalu menemani, menyemangati, dan selalu berdoa untuk peneliti, terima kasih.
7. Teman-teman seperjuangan Kelas Menteng Mikom angkatan 40 yang selalu memberikan motivasi serta semangat dalam proses pembuatan tesis berlangsung.
8. Serta seluruh kerabat dan siapapun yang telah memberikan dukungan dan doa, namun tidak menemukan namanya di halaman ini. Terima kasih atas semuanya. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu, ia berharap mendapat saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian tesis ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi. Demikian disampaikan peneliti, terima kasih.

Jakarta, Februari 2024



Aidil Hasan



## ABSTRAK

Umumnya dalam industri telekomunikasi khususnya pada layanan internet persaingan provider sangat kompetitif, Indihome merupakan salah satu provider internet di Kota Makassar. Salah satu kunci mempertahankan dan meningkatkan keunggulan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan tetap menggunakan layanan dan juga memungkinkan merekomendasikannya kepada orang lain melalui media online (*Electronic Word of Mouth*). Beberapa teori yang digunakan sebagai alat bantu dalam penelitian ini adalah Teori Stimulus-Organism-Responses, teori ini memberikan kerangka kerja yang efektif untuk memahami hubungan antara mutu pelayanan, kepuasan pelanggan, dan E-WoM pada pelanggan Indihome di Kota Makassar. Kemudian diperjelas dengan konsep mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan serta E-WoM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada 400 sampel dengan teknik sampling non probability sampling dengan pendekatan asosiatif kausal.

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi pearson product moment, terlebih dahulu data ditingkatkan ke data interval menggunakan MSI. Kemudian mengolah data menggunakan IBM SPSS Statistic 25. Hasil penelitian ini menunjukkan Terdapat hubungan mutu pelayanan dan *E-WoM* dengan nilai korelasi positif 0,825. Terdapat hubungan Kepuasan Pelanggan dengan *E-WoM* dengan nilai korelasi positif 0,854. Terdapat hubungan Mutu Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan dengan nilai korelasi positif 0,817. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara mutu layanan dan kepuasan pelanggan dengan *E-WoM* pada pelanggan indihome di kota makassar.

**Kata Kunci: S-O-R, Mutu Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, E-WoM**

## ABSTRACT

In the fiercely competitive telecommunications industry, particularly within internet services, maintaining a competitive edge is crucial. Indihome, a prominent internet service provider in Makassar City, recognizes that customer satisfaction is pivotal to retaining and improving competitiveness. Satisfied customers are not only likely to continue using the service but may also advocate for it through Electronic Word of Mouth (E-WoM) on online platforms.

This research employs the Stimulus-Organism-Responses (S-O-R) Theory, offering a comprehensive framework to understand the interplay between service quality, customer satisfaction, and E-WoM among Indihome customers in Makassar. The study utilizes a quantitative approach, employing surveys distributed to 400 samples through non-probability sampling with an associative causal approach.

Data analysis involves the Pearson product-moment correlation test, transforming data into interval data using the MSI method and processing it with IBM SPSS Statistics 25. Results indicate a positive correlation (0.825) between service quality and E-WoM, (0.854) between customer satisfaction and E-WoM, and (0.817) between service quality and customer satisfaction. In conclusion, this research establishes a positive relationship between service quality and customer satisfaction, influencing E-WoM among Indihome customers in Makassar City.

**Keywords: S-O-R, Service Quality, Customer Satisfaction, E-WoM.**

MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY .....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teori.....	25
2.2.1 Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respon).....	25
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.3 Mutu Pelayanan .....	29
2.2.4 Customer Experience Management (CEM) .....	33
2.2.5 Kepuasan Pelanggan .....	35
2.2.6 User Generated Content (UGC) .....	37
2.2.7 Electronic Word of Mouth (E-WOM) .....	39
2.3 Kerangka Pemikiran .....	42

2.4 Hipotesis Penelitian.....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.3 Pendekatan Penelitian.....	46
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	47
3.4.1 Definisi konsep .....	47
3.4.2. Operasionalisasi Konsep.....	49
3.5 Populasi dan Sampel .....	50
3.5.1 Obyek Penelitian.....	50
3.5.2 Penentuan Populasi .....	51
3.5.3 Sampel .....	52
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	53
3.6.1 Jenis Data.....	53
3.6.2 Sumber Data .....	54
3.7 Teknik Analisa Data.....	55
3.7.1 Uji Validitas .....	55
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.7.3 Hasil Uji Validitas .....	57
3.7.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
3.7.5 Method of Successive Interval.....	59
3.7.6 Uji Korelasi.....	62
3.7.7 Uji Hipotesis .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Indihome .....	66
4.1.2 Karakteristik Responden.....	67
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Hasil Uji Korelasi .....	73
4.2.2 Hasil Uji Hipotesis.....	76
4.3 Pembahasan .....	76
4.3.1 Analisis Teori S-O-R .....	76



4.3.2 Analisis Teori Komunikasi Pemasaran.....	78
4.3.3 Analisis Mutu Pelayanan .....	79
4.3.4 Analisis Customer Experience Management (CEM) .....	81
4.3.5 Analisis Kepuasan Pelanggan.....	82
4.3.6 User Generated Content (UGC) .....	84
4.3.7 Electronic Word of Mouth (E-WOM) .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>94</b>
5.1 KESIMPULAN .....	94
5.2 SARAN .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>
Kuisisioner Penelitian.....	100
Surat Penelitian .....	104
Tabel Induk Data Ordinal .....	105
Tabel Induk Data Interval.....	119



## DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Table 3. 1 Variabel Penelitian .....	49
Table 3. 2 Skor Skala Likert .....	54
Table 3. 3 Hasil Uji Validitas Pearson Variabel XI .....	56
Table 3. 4 Hasil Uji Validitas Pearson Variabel X2.....	56
Table 3. 5 Hasil Uji Validitas Pearson Variabel Y.....	56
Table 3. 6 Uji Reliabilitas Variabel.....	57
Table 3. 7 Hasil Uji Validitas Pearson Variabel X1.....	58
Table 3. 8 Hasil Uji Validitas Pearson Variabel X2.....	58
Table 3. 9 Hasil Uji Validitas Pearson Variabel Y.....	58
Table 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Pearson Variabel Y.....	59
Table 3. 11 interpretasi koefisien korelasi .....	63
Table 4. 1 Karakteristik Responden .....	67
Table 4. 2 Nilai Pernyataan Responden Variabel X1 .....	68
Table 4. 3 Nilai Pernyataan Responden Variabel X2.....	69
Table 4. 4 Nilai Pernyataan Responden Variabel Y.....	71
Table 4. 5 interpretasi koefisien korelasi .....	73

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Overview Penggunaan Internet .....	1
Gambar 1. 2 List Data Penyelenggara Jasa Telekomunikasi .....	2
Gambar 1. 3 Data Market Battle Witel Makassar .....	3
Gambar 1. 4 Data Pengguna Baru Indihome Witel Makassar 2022 Sumber: Data Internal Divisi Business Service Witel Makassar.....	7
Gambar 1. 5 Data Pengguna Baru Indihome Witel Makassar 2021 Sumber: Data Internal Divisi Business Service Witel Makassar.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Sumber: Olahan Peneliti .....	42
Gambar 4. 1 Hasil Uji Korelasi Sumber: IBM SPSS Statistic 25 .....	74
Gambar 4. 2 Nilai Pearson Correlation Antara Variabel Sumber: Olahan Peneliti.....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Artikel Ilmiah.....	95
Kuisisioner Penelitian.....	96
Surat Penelitian.....	99
Tabel Induk Data Ordinal.....	101
Tabel Induk Data Interval.....	115

