

ABSTRAK

Sektor bisnis WiFi di Indonesia tumbuh pesat dengan meningkatnya permintaan internet sehingga memunculkan persaingan yang ketat, salah satunya iOnet yang berada di Arjasari Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi kualitas layanan dan harga terhadap peningkatan kepuasan pelanggan iOnet Arjasari Bandung. iOnet menghadapi penurunan pelanggan baru dan peningkatan pelanggan berhenti berlangganan. Akibat persaingan yang ketat, kualitas layanan yang menurun dan promosi kurang efektif maka pengelola harus secara kontinu meningkatkan kualitas layanan dan harga supaya pelanggan tidak berpindah ke penyedia lain.

Penelitian ini menggunakan metode *modified importance performance analysis* dengan melibatkan 61 responden, metode ini mengidentifikasi prioritas perbaikan dengan menggunakan informasi mengenai kepentingan atribut, performansi penyedia jasa dan performansi pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa performa iOnet dalam hal layanan dan harga masih dibawah pesaing utamanya. iOnet memiliki 16 atribut unggul dari total 65 atribut yang teridentifikasi, sebagian besar atribut lainnya menunjukkan performansi dibawah ekspektasi pelanggan. Dengan demikian iOnet diharapkan memprioritaskan atribut-atribut yang berada dalam kondisi kritis seperti pada kuadran III dan IV serta mempertahankan atribut unggul pada kuadran I untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing iOnet di pasar layanan internet.

Kata kunci: Kualitas layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, *Modified Importance Performance Analysis*



ABSTRACT

The WiFi business sector in Indonesia is growing rapidly with increasing internet demand, giving rise to fierce competition, one of which is iOnet which is located in Arjasari Bandung. This study aims to analyze and identify service quality and price to increase customer satisfaction of iOnet Arjasari Bandung. iOnet is facing a decline in new subscribers and an increase in unsubscribed subscribers. Due to fierce competition, declining service quality and less effective promotion, managers must continuously improve service quality and prices so that customers do not move to other providers.

This study uses a modified importance performance analysis method involving 61 respondents, this method identifies improvement priorities by using information about the importance of attributes, the performance of service providers and the performance of competitors. The results of the research show that iOnet's performance in terms of service and price is still below its main competitors. iOnet has 16 attributes that are superior out of a total of 65 attributes identified, most of the other attributes show performance below customer expectations. Thus, iOnet is expected to prioritize attributes that are in critical conditions such as in quadrants III and IV and maintain superior attributes in quadrant I to increase customer satisfaction and strengthen iOnet's competitiveness in the internet service market.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Modified Importance Performance Analysis

