

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS JARINGAN,  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI,  
KEPUTUSAN PEMBELIAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus: Wifi Biznet Di Surabaya)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**ZOYA INARA DIANYA SOFIAN**

**22032010176**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2026**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS JARINGAN, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI, KEPUTUSAN  
PEMBELIAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus: Wifi Biznet Di Surabaya)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Program Studi Teknik Industri**



**Diajukan Oleh:**

**ZOYA INARA DIANYA SOFIAN**  
**NPM. 22032010176**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR  
SURABAYA**

**2026**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS JARINGAN, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI, KEPUTUSAN  
PEMBELIAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus: Wifi Biznet Di Surabaya)**

**Disusun Oleh:**

**ZOYA INARA DIANYA SOFIAN**

**NPM. 22032010176**

**Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh  
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3**

**Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Sains**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya**

**Pada Tanggal : 25 Mei 2026**

**Tim Penguji :**

1.



**Ir. Rusindiyanto, MT.**  
**NIP. 196502251992031001**

2.



**Ir. Jounil Aidil SZS., MT.**  
**NIP. 196203181993031001**

**Pembimbing :**

1.



**Ir. Iriani, MMT.**  
**NIP. 196211261988032001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Teknik dan Sains**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Surabaya**



**Prof. Dr. Dra. Jarayah, M.P**  
**NIP. 19650403 199103 2 001**



### KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:




Nama : Zoya Inara Dianya Sofian  
NPM : 22032010176  
Program Studi : ~~Teknik Kimia / Teknik Industri / Teknologi Pangan /~~  
~~Teknik Lingkungan / Teknik Sipil~~

Telah telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ \*) ~~PRA-RENCANA (DESAIN) /~~  
~~SKRIPSI / TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode Februari, TA 2025/2026.

Dengan judul : **ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS JARINGAN,  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI,  
KEPUTUSAN PEMBELIAN, DAN KEPUASAN  
KONSUMEN (Studi Kasus: Wifi Biznet Di Surabaya)**

Dosen yang memerintahkan revisi

1. Ir. Iriani, MMT.
2. Ir. Rusindiyanto, MT.
3. Ir. Joumil Aidil SZS., MT.

()  
()  
()

Surabaya, 25 Mei 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Ir. Iriani, MMT.

NIP. 196211261988032001

Catatan: \*) *coret yang tidak perlu*



## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zoya Inara Dianya Sofian  
NPM : 22032010176  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik dan Sains

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 25 Mei 2026

Yang Membuat pernyataan



Zoya Inara Dianya Sofian

NPM. 22032010176

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Jaringan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli, Keputusan Pembelian, Dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Wifi Biznet Di Surabaya)*”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi penyusunan maupun isi, mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Namun, dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah memperoleh banyak bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Jariyah, MP., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Sains UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, MT., selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Ir. Iriani, MMT., selaku dosen pembimbing penulis yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa

bimbingan, dukungan, serta motivasi yang diberikan oleh beliau, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Beliau tidak hanya memberikan ilmu dan solusi dalam setiap permasalahan yang dihadapi, tetapi juga senantiasa memberikan semangat dan dorongan kepada penulis untuk terus berusaha dan tidak menyerah dalam menyelesaikan penelitian ini.

5. Seluruh keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua penulis Mama dan Ayah yang senantiasa memberikan doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moral dan material selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, serta motivasi yang terus diberikan, bahkan di saat penulis mengalami kesulitan dan kelelahan. Dukungan yang diberikan tidak hanya menjadi penyemangat, tetapi juga menjadi alasan utama bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini.
6. Kepada Salsabilla Nur Maida, selaku teman diskusi penulis yang selama ini banyak membantu dalam bertukar pikiran dan memberikan sudut pandang lain. Terima kasih karena sudah meluangkan waktu untuk berdiskusi di berbagai kondisi, serta selalu memberikan masukan yang membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Dukungan yang diberikan sangat berarti dan menjadi salah satu alasan penulis bisa tetap melanjutkan dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Ema, Reina, dan Nonik, yang telah menemani penulis sejak awal masa perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih atas kebersamaan yang sudah dilalui, serta kesediaannya untuk selalu mendengarkan, memberi semangat,

dan hadir dalam berbagai situasi. Hal tersebut menjadi salah satu hal yang membuat penulis mampu sampai pada tahap ini.

8. Kepada Nazhiifah, Ira, Naila, Arum, Thalitha, Edriko, dan Mahendra sebagai teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi yang sama-sama berada di tahap akhir perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, cerita, serta saling berbagi informasi selama proses ini. Dukungan dan semangat yang diberikan satu sama lain menjadi hal yang sangat membantu penulis dalam menghadapi berbagai kendala selama penyusunan skripsi.
9. Kepada Nia, Salma, dan Rere, sahabat penulis sejak masa SMP yang hingga saat ini tetap memberikan dukungan dan semangat. Terima kasih karena tetap ada dan tidak pernah berhenti memberikan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Akhmad Ismu Fajar, yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan bantuan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat melalui proses ini dengan lebih baik.
11. Kepada seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Tanpa partisipasi yang diberikan, penelitian ini tidak akan dapat berjalan dengan baik. Serta kepada pihak-pihak lain yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Kepada diri penulis sendiri yang telah berusaha bertahan dan menyelesaikan setiap proses hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih karena tidak

menyerah meskipun menghadapi berbagai kendala selama penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayahnya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kekurangan pada penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata, semoga skripsi ini berguna khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Surabaya, 26 April 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>I</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XII</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>XIII</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah.....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4 Asumsi .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>1.7 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>14</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Pemasaran .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 ISP (<i>Internet Service Provider</i>).....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Teori Perilaku Konsumen.....</b>	<b>17</b>
2.3.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	17
2.3.2 Teori Minat Beli .....	18
2.3.3 Teori Keputusan Pembelian.....	19
2.3.4 Teori Kepuasan Konsumen .....	19

<b>2.4</b>	<b>Wi-Fi</b> .....	<b>20</b>
2.4.1	Kelebihan dan Kekurangan Wifi.....	21
<b>2.5</b>	<b>Biznet</b> .....	<b>22</b>
<b>2.6</b>	<b>Harga</b> .....	<b>23</b>
<b>2.7</b>	<b>Kualitas Jaringani</b> .....	<b>27</b>
<b>2.8</b>	<b>Kualitas Pelayananani</b> .....	<b>28</b>
<b>2.9</b>	<b>Minat Belii</b> .....	<b>31</b>
2.9.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belii .....	32
<b>2.10</b>	<b>Keputusan Pembelian</b> .....	<b>35</b>
<b>2.11</b>	<b>Kepuasan Konsumen</b> .....	<b>37</b>
2.11.1	Faktor-Faktori yang iMempengaruhi Kepuasan Konsumeni .....	38
2.11.2	Cara Mengetahui Kepuasan Konsumen .....	39
2.11.3	Indikator Kepuasani Konsumen .....	41
<b>2.12</b>	<b>Hubungani Antari Variabeli</b> .....	<b>42</b>
<b>2.13</b>	<b>Path Diagram</b> .....	<b>46</b>
<b>2.14</b>	<b>Structural Equation Modeling (SEM)</b> .....	<b>47</b>
2.14.1	Model iStructural iEquation Modeling (SEM).....	49
<b>2.15</b>	<b>Variabel-Variabel idalam SEM</b> .....	<b>51</b>
2.15.1	Variabeli Laten .....	51
2.15.2	Variabeli Teramatii (Indikator).....	52
<b>2.16</b>	<b>GSCA (Generalizedi Structured iComponent Analysis)</b> .....	<b>53</b>
2.16.1	Model GSCA (Generalizedi Structured iComponent Analysis).....	54
2.16.2	Estimasi Parameter GSCA.....	58
<b>2.17</b>	<b>Evaluasi iModel iGSCAi</b> .....	<b>60</b>
<b>2.18</b>	<b>Software GSCA</b> .....	<b>70</b>
<b>2.19</b>	<b>Kuisisioner</b> .....	<b>71</b>
2.19.1	Jenis-jenis Kuesioner .....	72

<b>2.20</b>	<b>Skala Data .....</b>	<b>73</b>
<b>2.21</b>	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>77</b>
2.21.1	Teknik Sampling.....	78
<b>2.22</b>	<b>Peneliti Terdahulu .....</b>	<b>81</b>
<b>2.23</b>	<b>Hipotesisi .....</b>	<b>90</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>94</b>
<b>3.1</b>	<b>Tempat dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>94</b>
<b>3.2</b>	<b>Identifikasi Variabel.....</b>	<b>94</b>
<b>3.3</b>	<b>Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>94</b>
<b>3.4</b>	<b>Indikator Variabel.....</b>	<b>96</b>
<b>3.5</b>	<b>Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>97</b>
<b>3.6</b>	<b>Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>99</b>
<b>3.7</b>	<b>Langkah-Langkah Penyelesaian Masalah.....</b>	<b>99</b>
<b>IBABIIIVI HASILI DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>106</b>
<b>4.1</b>	<b>Pembuatan Path Diagram .....</b>	<b>106</b>
<b>4.2</b>	<b>Analisisi Statistiki Deskriptif.....</b>	<b>107</b>
4.2.1	Deskripsii Respondeni Berdasarkan Jenis Kelamin .....	107
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	108
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	110
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	111
4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....	112
4.2.6	Distribusi Frekuensi.....	113
<b>4.3</b>	<b>Kerangka Model Awal .....</b>	<b>115</b>
4.3.1	Uji Model Pengukuran ( <i>Measurement Model</i> ) .....	116
4.3.2	Uji Kesesuaian Model dengan Uji Goodness of Fit .....	124
4.3.3	Model Struktural ( <i>Structural Model</i> ).....	126
<b>4.4</b>	<b>Persamaan Simultan .....</b>	<b>130</b>

<b>4.5</b>	<b>Analisis Hipotesis.....</b>	<b>133</b>
<b>4.6</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>144</b>
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>158</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>158</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>159</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>162</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>174</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Service Provider di Indonesia tahun 2020 - 2024 .....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Biznet dengan Perusahaan Inetrnet Lain .....	5
Tabel 1.3 Ulasan Keluhan Pengguna Biznet dari tahun 2020-2024.....	8
Tabel 2.1 Perbandingan CB-SEM, PLS-SEM dan GsCA-SEM .....	48
Tabel 2. 2 Kriteria Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	61
Tabel 2. 3 Tabel Ukuran Uji (Measure) pada GSCA .....	68
Tabel 2. 4 Tabel Kriteria SRMR .....	69
Tabel 3. 1 Definisi dan Indikator Variabel Operasional.....	95
Tabel 3.2 Indikator Variabel.....	96
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	108
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	108
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	110
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan .....	111
Tabel 4. 5 Identitas Responden berdasarkan Sumber Informasi .....	112
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Tiap Indikator.....	113
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....	117
Tabel 4. 8 HTMT.....	119
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE).....	121
Tabel 4. 10 Construct Quality Measures .....	122
Tabel 4. 11 Hasil Uji Goodness of Fit Measurement Model.....	124
Tabel 4. 12 VIF ( <i>Variance Inflation Factor</i> ).....	126
Tabel 4. 13 Koefisien Jalur.....	127

Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi.....	129
--	-----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Internet Service Provider (ISP) tahun 2024.....	2
Gambar 1.2 Grafik Top Brand Index ISP Fixed.....	4
Gambar 1.3 Kerangka Konseptual .....	11
Gambar 2. 1 Contoh Model Reflektif dan Formatif.....	52
Gambar 2. 2 Spesifikasi Model GSCA.....	54
Gambar 2. 3 Langkah-Langkah GSCA .....	55
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	98
Gambar 3.2 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah .....	101
Gambar 4. 1 Kerangka Model Awal.....	106
Gambar 4. 2 Estimasi pada Software GSCAPro .....	115
Gambar 4. 3 Kerangka Model Output GSCA Pro.....	128

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Kuesioner.....	174
Lampiran 2 Review Pelanggan.....	183
Lampiran 3 Output GSCA.....	185
Lampiran 4 Hasil Kuesioner.....	189
Lampiran 5 Bukti Pengisian Kuesioner.....	215
Lampiran 6 Perhitungan Manual.....	216

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen pada layanan WiFi Biznet di Surabaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Generalized Structured Component Analysis (GSCA). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang belum berlangganan namun pernah merasakan layanan Biznet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli, dengan kualitas layanan sebagai faktor paling dominan. Pada keputusan pembelian, hanya harga dan kualitas jaringan yang berpengaruh signifikan, sedangkan kualitas layanan dan minat beli tidak berpengaruh. Sementara itu, seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan keputusan pembelian sebagai faktor paling kuat. Secara keseluruhan, harga dan kualitas layanan menjadi faktor utama dalam memengaruhi perilaku konsumen, sedangkan kualitas jaringan berperan sebagai faktor pendukung. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dan peningkatan kualitas layanan menjadi kunci dalam meningkatkan minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen pada layanan WiFi Biznet di Surabaya.

**Kata kunci:** GSCA, Harga, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Kualitas Jaringan, Kualitas Layanan, Minat Beli.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of price, network quality, and service quality on purchase intention, purchase decision, and customer satisfaction of Biznet WiFi services in Surabaya. This research uses a quantitative approach with Structural Equation Modeling (SEM) based on Generalized Structured Component Analysis (GSCA). Data were collected through online questionnaires distributed to 100 respondents who have not subscribed but have experienced Biznet services. The results show that price, network quality, and service quality have a positive effect on purchase intention, with service quality being the most dominant factor. In terms of purchase decision, only price and network quality have a significant effect, while service quality and purchase intention are not significant. Meanwhile, all variables significantly influence customer satisfaction, with purchase decision as the strongest factor. Overall, price and service quality are the main determinants of consumer behavior, while network quality acts as a supporting factor. These findings indicate that appropriate pricing strategies and improved service quality are essential to enhance purchase intention, purchase decision, and customer satisfaction in Biznet WiFi services in Surabaya.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, GSCA, Price, Purchase Decision, Purchase Intention, Service Quality*