



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 3412-3421

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada IndiHome Kota Makassar

Putri Indahsari, Hj. Naidah, Abdul Muthalib

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

putriindahsari499@gmail.com, naidahida10@gmail.com, abdmuttalib@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Kota Makassar dengan menggunakan metode kuantitatif melalui pendekatan asosiatif. Penelitian dilakukan terhadap pelanggan aktif IndiHome yang dipilih sebagai responden melalui teknik pengambilan sampel tertentu. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* guna mengetahui hubungan serta pengaruh antarvariabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,872 yang lebih kecil dibandingkan nilai t tabel sebesar 1,664 serta tingkat signifikansi sebesar 0,386 yang lebih besar dari 0,05. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas produk belum mampu memberikan pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kepuasan pelanggan IndiHome di Kota Makassar. Sementara itu, kualitas layanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 2,122 yang lebih besar dibandingkan nilai t tabel sebesar 1,664 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,037 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas layanan menjadi faktor yang lebih dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan melalui penanganan keluhan yang cepat, peningkatan responsivitas karyawan, pelayanan yang ramah dan profesional, serta menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Layanan, Kepuasan Pelanggan.

1. Latar Belakang

Kepuasan pelanggan menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima. Apabila pelanggan merasa puas terhadap nilai yang diberikan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan tetap setia dalam jangka panjang. Oleh karena itu, tujuan utama dari upaya peningkatan kepuasan pelanggan adalah memastikan setiap program dan layanan perusahaan mampu menghasilkan hasil sesuai standar yang diharapkan, sehingga tercipta kepuasan yang berkelanjutan. [1]

Meskipun layanan broadband seperti IndiHome telah mengalami pertumbuhan pelanggan yang signifikan, di lapangan masih muncul beragam keluhan terkait kestabilan koneksi, kecepatan yang tidak konsisten, serta waktu respons layanan pelanggan yang kurang memadai kondisi ini menunjukkan kurangnya harapan pengguna dan pengalaman nyata mereka. Kesenjangan tersebut menimbulkan pertanyaan penting apakah aspek kualitas layanan kualitas produk (mis. Performa teknis dan kebugaran layanan) dan (mis. Responsivitas, jaminan, dan empati petugas) secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan IndiHome di tingkat kota, termasuk Makassar. [2]

Fenomena yang memperkuat urgensi penelitian ini adalah perubahan perilaku konsumen digital yang semakin kritis dan rasional dalam menilai kualitas layanan internet tetap (fixed broadband). Pelanggan saat ini tidak hanya membandingkan harga antar penyedia, tetapi juga secara aktif membandingkan kecepatan aktual dengan kecepatan yang dijanjikan. Di Kota Makassar, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi, pendidikan, dan aktivitas digital di kawasan Indonesia Timur, ketergantungan masyarakat terhadap layanan internet rumah semakin tinggi,

khususnya untuk kegiatan pembelajaran berani, pekerjaan jarak jauh, dan usaha berbasis digital. Ketika kualitas produk berupa jaringan dan kualitas layanan berupa respons teknisi tidak sejalan dengan harapan, tingkat kepuasan pelanggan meningkat menurun meskipun jumlah pelanggan secara kuantitas meningkat. Fenomena ini menunjukkan bahwa pertumbuhan pelanggan tidak selalu mencerminkan kualitas kepuasan, sehingga perlu dijelaskan secara empiris hubungan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Makassar., kestabilan koneksi saat jam sibuk, serta kualitas penanganan keluhan melalui berbagai saluran digital. Munculnya media sosial dan platform pengaduan publik mempercepat penyebaran pengalaman negatif pelanggan, sehingga satu gangguan layanan dapat berdampak pada persepsi kolektif dan reputasi perusahaan dalam waktu singkat. Dengan basis pengguna internet yang besar dan peran penting Kota Makassar dalam sektor ekonomi dan pendidikan, permasalahan ini menjadi alasan relevan untuk meneliti pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome.

Di tingkat lokal, Latief (2023) menerapkan servqual pada pelanggan IndiHome di Makassar dan mencatat adanya variasi pada dimensi daya tanggap dan jaminan yang memengaruhi kepuasan, memperkuat analisis mengenai kebutuhan kontekstual. Penelitian lain yang membahas aspek teknis mengungkapkan bahwa faktor kecepatan dan kestabilan koneksi sering kali menjadi prediktor utama kepuasan dalam layanan broadband, sementara atribut layanan berperan penting sebagai pendukung. Meskipun hasil-hasil ini menunjukkan konsistensi secara umum, banyak studi yang dilakukan dengan sampel terbatas pada daerah tertentu atau kelompok khusus, sehingga sulit untuk digeneralisasikan pada kota-kota besar dan perbedaan pada era pasca-integrasi operator masih terbatas. Singkatnya, literatur memberikan bukti yang kuat mengenai pentingnya kualitas produk dan layanan untuk kepuasan, namun juga menunjukkan perlunya penelitian yang lebih representatif dan komprehensif dalam konteks IndiHome di Makassar.[3]

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan IndiHome dan operator telekomunikasi di Indonesia. Diki dkk. (2020) di Banjar serta Sugiati (2023) di Garut menemukan bahwa aspek reliabilitas, bukti fisik, dan layanan purna jual berperan penting dalam membentuk kepuasan. Penelitian di Telkom University (2024) juga menegaskan pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Di Makassar, Latief (2023) menggunakan model servqual dan menemukan bahwa dimensi daya tanggap dan jaminan menjadi faktor dominan. Secara umum, kecepatan dan kestabilan koneksi menjadi penentu utama kepuasan pada layanan broadband, didukung oleh kualitas interaksi layanan. Namun, sebagian besar studi masih bersifat regional dan belum banyak menyoroti kondisi pasca-integrasi IndiHome dengan Telkomsel. Karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Makassar. [4]

Literatur sebelumnya menunjukkan beberapa celah, seperti keterbatasan sampel regional, kurangnya analisis variabel teknis, serta minimnya kajian mengenai dampak integrasi organisasi dan isu keamanan data. Sebagian besar studi masih meneliti kualitas produk dan layanan secara terpisah, tanpa melihat interaksinya dalam konteks kota besar seperti Makassar. Selain itu, pengukuran teknis seperti kecepatan aktual jarang dikombinasikan dengan persepsi pelanggan, sehingga gambaran kepuasan belum sepenuhnya utuh. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan indikator teknis dan persepsi, menggunakan sampel representatif pelanggan residensial di Makassar, serta menganalisis hubungan variabel secara simultan. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang faktor penentu kepuasan layanan fixed broadband, sementara secara praktis memberikan rekomendasi konkret bagi IndiHome Makassar untuk meningkatkan kualitas produk, layanan, dan retensi pelanggan.[4]

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Kota Makassar. Secara khusus, penelitian menilai persepsi pelanggan terhadap kedua dimensi tersebut, menguji pengaruh parsial dan simultannya terhadap kepuasan, serta menentukan prioritas perbaikan layanan. Secara akademis, penelitian ini mengisi kekosongan studi lokal dengan pendekatan yang lebih representatif dan terukur, sedangkan secara praktis memberikan masukan bagi operator dan pembuat kebijakan dalam menjaga mutu layanan di tengah pertumbuhan pelanggan. Penelitian difokuskan pada pelanggan residensial IndiHome di Makassar dengan data diperoleh melalui kuesioner terstruktur berbasis indikator servqual, aspek teknis produk, dan skala kepuasan pelanggan. Data sekunder dari BPS, laporan Telkom, dan kebijakan Kominfo digunakan untuk memperkuat analisis. Teknik analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, serta analisis mediasi atau moderasi bila diperlukan. Hasilnya diharapkan memberikan dasar empiris bagi rekomendasi peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan IndiHome di Makassar.[5]

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indihome Kota Makassar"

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan fakta atau peristiwa sebagaimana adanya. Dalam penelitian kuantitatif, digunakan angka untuk menggambarkan situasi yang ada di lapangan. Menurut (Sugiono, 2017), penelitian kuantitatif didasarkan pada filosofi positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Metode pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, sedangkan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian ini bersifat asosiatif, yang berarti mengkaji dan menganalisis dampak variabel independen terhadap variabel dependen.[6]

Penelitian ini dilakukan pada pengguna Indihome di Makassar. Kegiatan ini berlangsung di Makassar. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama dua bulan yaitu Desember 2025 – Januari 2026. Jenis data yang diterapkan dalam studi ini adalah informasi kuantitatif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti perlu menyebarkan kuesioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada para responden agar dapat memperoleh jawaban secara langsung.

Dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai keseluruhan area generalisasi yang meliputi objek serta subjek dengan sifat-sifat tertentu yang berhubungan dengan fokus penelitian, sehingga dari populasi tersebut bisa diambil kesimpulan. Menurut Creswell, populasi terdiri dari sekelompok individu yang memiliki ciri atau karakteristik yang sama, yang digunakan sebagai acuan dalam proses pengumpulan data penelitian. [7] Berdasarkan data akademis, jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 129.295 pengguna layanan IndiHome di kota Makassar.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 199; 73). Dimaksud dengan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Teknik Pengambilan Sampel Yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori malhotra. Menurut Malhotra (2006), yang menyatakan bahwa jumlah anggota sampel ditetapkan dengan minimal 5 sampai 10 kali jumlah indikator yang diteliti. Untuk memudahkan peneliti dalam menentukan jumlah sampel. Langkah pertama adalah menghitung jumlah total pernyataan atau indikator yang terdapat dalam kuesioner maka jumlah indikator sebanyak 16 pernyataan pada penelitian sebanyak 16 ini dikalikan 5. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 responden dengan menggunakan metode sampling acak. Pengambilan sampel dilakukan secara acak pada pelanggan aktif indihome kota makassar.[8]

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, dokumentasi, dan kuesioner (angket). Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap pelanggan Indihome Makassar serta pencatatan secara sistematis terhadap aktivitas dan peristiwa yang terjadi. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data melalui sumber tertulis seperti buku, arsip, laporan, dan dokumen pendukung lainnya. Sementara itu, kuesioner disebar kepada responden dalam bentuk pertanyaan tertulis, baik secara langsung maupun melalui Google Form, untuk memperoleh data yang relevan. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan SPSS 26.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji Instrumen dan uji asumsi klasik yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas untuk memastikan bahwa data layak dianalisis. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, uji heteroskedastisitas untuk melihat ada atau tidaknya ketidaksamaan varians pada residual, dan uji multikolinearitas untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta mengukur seberapa besar hubungan antara kedua variabel tersebut. Hasil analisis ini juga digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan. Seluruh pengujian dilakukan menggunakan SPSS 26.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome Kota Makassar dengan menggunakan SPSS 26 melalui analisis regresi linear Berganda.

Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Selain itu, digunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel kualitas produk dan layanan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan, di mana semakin mendekati 1 maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

3. Hasil dan Diskusi

Gambaran Umum Objek Penelitian

IndiHome mulai dikenal di Makassar sekitar tahun 2013 sebagai bagian dari program Indonesia Digital Home oleh Telkom Indonesia yang bertujuan menghadirkan layanan rumah digital terintegrasi berupa internet, TV interaktif, dan telepon rumah. Pada awalnya, IndiHome diperkenalkan secara bertahap melalui promosi dan pembangunan jaringan fiber optik di beberapa wilayah strategis, kemudian menggantikan layanan Speedy yang masih berbasis teknologi lama. Seiring waktu, jaringan IndiHome terus berkembang pesat hingga menjangkau pusat kota, kawasan perumahan, industri, dan daerah pinggiran, didorong oleh meningkatnya kebutuhan internet untuk pendidikan, pekerjaan, dan aktivitas digital. Meski menghadapi tantangan seperti keterbatasan jaringan dan persaingan dengan penyedia lain, Telkom terus meningkatkan kualitas layanan hingga akhirnya pada 1 Juli 2023 pengelolaan IndiHome dialihkan ke Telkomsel untuk memperkuat ekosistem digital. Hingga saat ini, IndiHome tetap menjadi salah satu penyedia internet rumah utama di Makassar dengan visi menjadi perusahaan komunikasi digital terdepan yang mendukung transformasi masyarakat digital, serta misi menyediakan layanan berkualitas berbasis fiber optik, meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan terintegrasi, melakukan inovasi berkelanjutan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital lokal.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen, (Ghozali, 2009). Suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat kevaliditasannya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang ingin diukur. Bandingkan hasil r hitung dengan r tabel. Disini $dg = n - 2$, $\alpha = 5\%$. Apabila r hitung $> r$ tabel maka hasilnya adalah valid. [9]

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	Sig	R Tabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,634	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X1.2	0,713	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X1.3	0,613	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X1.4	0,590	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X1.5	0,616	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X1.6	0,735	0,000	0,2199	0,05	Valid
Layanan	X2.1	0,735	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X2.2	0,857	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X2.3	0,885	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X2.4	0,764	0,000	0,2199	0,05	Valid
	X2.5	0,895	0,000	0,2199	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,804	0,000	0,2199	0,05	Valid
	Y2	0,826	0,000	0,2199	0,05	Valid
	Y3	0,765	0,000	0,2199	0,05	Valid
	Y4	0,849	0,000	0,2199	0,05	Valid
	Y5	0,784	0,000	0,2199	0,05	Valid

Sumber: SPSS 26 2026

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki validitas yang tinggi, dengan nilai R Hitung $> R$ Tabel dan nilai signifikan < 0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat mengukur variabel yang ingin diukur dengan akurat.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan derajat ketetapan, ketelitian dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran, (Sugiyono, 2019). Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas apabila digunakan berulang kali oleh peneliti yang sama maupun oleh peneliti yang berbeda akan selalu memberikan hasil yang sama. Jadi artinya seberapa konsisten alat ukur tersebut dalam memberikan hasil yang sama dengan mengukur hal yang sama. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach lebih dari 0,60. Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus reliabilitas dengan metode alpha.[9]

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Kualitas Produk	0,726	>0,60	Reliabel
Layanan	0,886	>0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,863	>0,60	Reliabel

Sumber: SPSS 22 2026

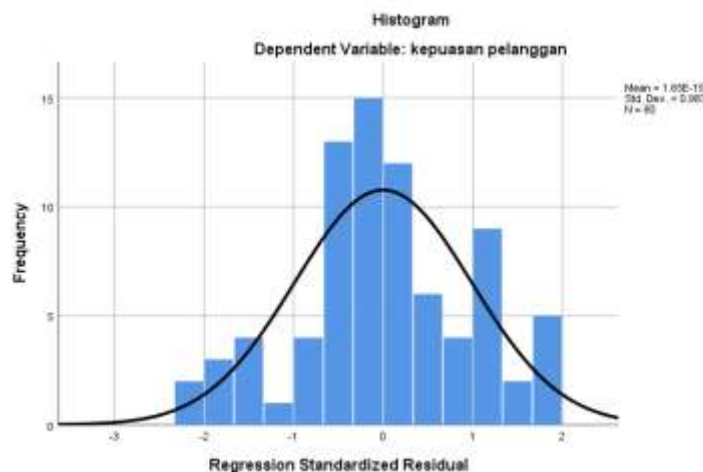
Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk (0,726), variabel layanan (0,886) kepuasan pelanggan (0,863) dapat dikatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,60

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas serta data yang dihasilkan berdistribusi normal. Pada uji asumsi klasik digunakan 3 uji untuk membuktikan yaitu:

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak, (Ghozali, 2018). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov pada program SPSS. Jika probabilitas atau $P > 0,05$ maka distribusinya disebut distribusi normal.[10] Gambar 1 memperlihatkan hasil uji normalitas



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: SPSS 26 2026

Histogram menunjukkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal, dengan bentuk kurva yang simetris dan tidak ada outlier yang signifikan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen), (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,995	1,005
Layanan	0,995	1,005

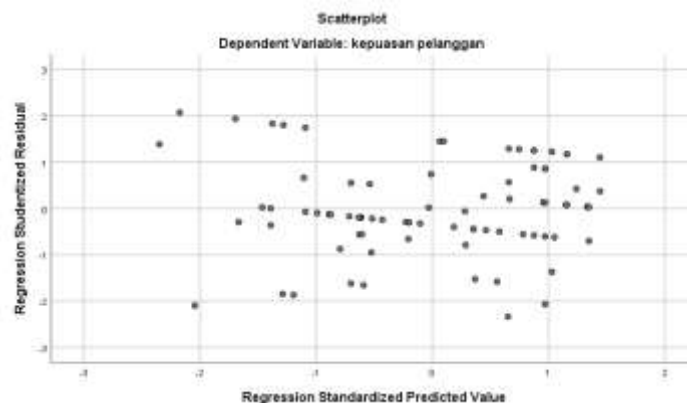
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: SPSS 26 2026

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen kurang dari 10, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi multikolinearitas terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari suatu residual ke pengamatan lainnya, (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah bebas dari heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terdeteksi dalam penelitian ini dengan memeriksa Scatter-Plot. Gambar 2 memperlihatkan hasil uji heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data residual tersebar secara acak dan tidak menunjukkan pola yang jelas, baik secara horizontal maupun vertikal. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas yang signifikan dalam data.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui Apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan indihome makassar. Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini yang dirumuskan oleh (Sugiyono, 2016) [11] adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Tabel 4. memperlihatkan hasil analisis regresi linear berganda antara variabel kualitas produk (X1), layanan (X2), dan variabel kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient Beta
		B	Std. Error	
1	(constant)	16.932	2.148	
	Kualitas produk	.067	.076	.097
	layanan	.138	.065	.235

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: SPSS 26

$$Y=16,932+0,067X_1+0,138X_2$$

- Nilai konstanta (16,932) menunjukkan bahwa jika variabel X1 dan X2 bernilai 0, maka nilai Y (16,932) akan menjadi 16,932.
- Koefisien regresi untuk X1 (kualitas produk) sebesar 0,067 menunjukkan bahwa setiap pada kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,067, dengan asumsi bahwa variabel X2 (layanan) tetap konstan.
- Koefisien regresi untuk X2 (layanan) sebesar 0,135, menunjukkan bahwa setiap peningkatan layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,135, dengan asumsi bahwa variabel X1 (kualitas produk) tetap konstan.

Dengan demikian, persamaan regresi berganda ini dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas produk dan layanan.

Uji t

Menurut (Ghozali, 2016:98) Uji t berfungsi untuk menguji seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. [12]

Tabel 5 Hasil Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig
1	(Constant)	7.882	.000
	Kualitas produk	.872	.386
	layanan	2.122	.037

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut

- Hasil uji t untuk variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel $0,872 < 1,664$ dan nilai signifikan $0,386 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Hasil uji t untuk variabel layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel $2,122 > 1,664$ dan nilai signifikan $0,037 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar pengurangan variasi dalam Y (variabel dependen) saat satu atau lebih variabel X (variabel independen) masuk ke dalam model regresi yang pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan modelnya dalam variasi dependennya.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.248 ^a	.061	.037	2.791
a. Predictors: (Constant), layanan, Kualitas produk				
b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan				

Sumber: SPSS 26

Nilai R Square sebesar 0,061 menunjukkan bahwa variabel independen dalam model hanya mampu menjelaskan sebesar 6,1% variasi variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 93,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Sementara itu, Adjusted R Square sebesar 0,037 mengindikasikan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen, kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi 3,7%, yang berarti terdapat variabel independen yang kontribusinya kurang optimal dalam model. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel masih tergolong rendah, namun dalam konteks penelitian sosial hal ini masih dapat diterima, sehingga model tetap dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tetap mempertimbangkan keterbatasan yang ada.

Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas suatu produk adalah aspek yang sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen setelah mereka membeli dan menggunakan produk tersebut. Produk yang memiliki standar tinggi cenderung lebih menarik bagi para pembeli. Konsumen lebih mengutamakan kualitas saat memilih barang yang mereka butuhkan, sehingga perusahaan perlu berfokus pada peningkatan kualitas yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.[13]

Kualitas produk IndiHome diukur melalui persepsi pelanggan terhadap aspek kinerja dan keandalan layanan internet, seperti stabilitas jaringan, kecepatan akses, fitur tambahan, serta konsistensi performa. Kepuasan Pelanggan adalah ukuran bagi pelanggan untuk menilai apakah mereka merasa puas dengan produk tertentu atau tidak. [14]

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa secara teoritis peningkatan kualitas produk cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan, akan tetapi secara statistik pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk dinyatakan signifikan.

Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan pelanggan, sehingga kualitas produk hanya menjadi salah satu faktor pembentuk kepuasan. Selain itu, menurut Fandy Tjiptono, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai dimensi seperti kualitas layanan, harga, dan faktor emosional. Dengan demikian, kualitas produk belum menjadi faktor dominan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada konteks penelitian ini, yang mengindikasikan adanya variabel lain yang kemungkinan memiliki pengaruh lebih besar, sehingga meskipun kualitas produk memberikan kontribusi yang bersifat positif, pengaruhnya relatif terbatas dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agrivina Nurdianingrum, Siti Sarah (2025) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fore Coffee Kota Bandung". Hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikansi $0,781 > 0,05$ H1 ditolak. [15]

2. Pengaruh Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Ainun (2022), layanan yang baik adalah ukuran standar yang diharapkan serta pengelolaan atas standar tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Persepsi terhadap kualitas layanan mencakup sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi kriteria-kriteria yang ditetapkan. Kualitas layanan harus dimulai dari permintaan konsumen dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan serta pemahaman mengenai kualitas layanan tersebut. [16]

Sementara itu, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima, sebagaimana dikemukakan oleh Philip Kotler. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat erat, karena menurut Zeithaml dan Bitner semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, sehingga peningkatan pelayanan di Indi Home akan berdampak langsung pada meningkatnya kepuasan pelanggan serta menurunnya tingkat keluhan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan secara konsisten akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pengaruh tersebut terbukti secara statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor determinan yang berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, karena pelanggan melakukan evaluasi berdasarkan kesesuaian antara harapan yang dimiliki dengan kinerja layanan yang diterima.

Hasil ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi komparatif antara ekspektasi dan persepsi kinerja, di mana kualitas layanan menjadi salah satu variabel kunci yang memengaruhi persepsi tersebut. Lebih lanjut, Fandy Tjiptono menyatakan bahwa kualitas layanan yang mencakup dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk pengalaman pelanggan yang positif, sehingga berimplikasi langsung terhadap tingkat kepuasan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rio Fauzan Andre Andhima, Andre Suryaningprang, Gurawan Dayona, Yoyo Sudaryo (2025) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Kandatel Garut)”. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). [17]

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Makassar, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, meskipun peningkatan kualitas produk cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan, pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik sehingga kualitas produk belum menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada penelitian ini. Sementara itu, kualitas layanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan pengaruh tersebut terbukti secara statistik. Dengan demikian, kualitas layanan menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

Referensi

- [1] M. E. Limbongan and G. Panggeso, “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pada Alfirah Meubel, Batupapan,” *J. Ekon. Bisnis Dan Terap.*, vol. 1, no. 1, pp. 37–50, 2020.
- [2] B. Setiawan, A. Rahma, E. T. D. R. W. Wardhana, P. Handayati, M. Rofudin, and A. Barizi, “THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON INDIHOME CUSTOMER SATISFACTION AT PT. TELKOM AKSES MALANG,” *Int. J. Econ. Manag. Res.*, vol. 1, no. 3, pp. 102–114, 2022.
- [3] D. Diki, N. Dama, and R. M. Suhendi, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Suatu Studi pada PT Telkom Kandatel Banjar),” *Bus. Manag. Entrep. J.*, vol. 2, no. 3, pp. 152–168, 2020.
- [4] Nurfajriana, “Nomor CS IndiHome Terbaru untuk Laporan Gangguan Wi-Fi dan Cek Tagihan.” [Online]. Available: <https://inet.detik.com/telecommunication/d-7821210/nomor-cs-indihome-terbaru-untuk-lapor-gangguan-wi-fi-dan-cek-tagihan>
- [5] S. T. I. 2024, “Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024.” [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be40eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html>

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8557>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- [6] Y. Ali and T. Adianto, *SPASI II: Seri Publikasi Artikel Ilmiah Bereputasi*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2023.
- [7] P. G. Subhaktiyasa, "Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif," *J. Ilm. Profesi Pendidik.*, vol. 9, no. 4, pp. 2721–2731, 2024.
- [8] F. Rohman, R. Anggraeni, and N. H. Rosita, *Metodologi Penelitian Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press, 2021.
- [9] I. Prasetya, *Metodologi penelitian pendekatan teori dan praktik*. umsu press, 2022.
- [10] S. A. Siregar, *KUMPULAN JURNAL TERAKREDITASI SINTA (AKUNTANSI PAJAK)*. Belajar Akuntansi Online, 2024.
- [11] A. Rudini and S. Kom, *Metodologi penelitian bisnis dan manajemen pendekatan kuantitatif*. AE Publishing, 2023.
- [12] A. Syazili and N. Gofar, *DASAR-DASAR APLIKASI STATISTIKA SPSS DAN EXCEL*. Penerbit Widina, 2025.
- [13] K. Riyanto and S. Satinah, "Pengaruh penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan," *Score J. Lentera Manaj. Pemasar.*, vol. 1, no. 01, pp. 30–37, 2023.
- [14] T. Susanto and D. A. Monoarfa, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi kasus IndiHome Jakarta Timur)," 2020.
- [15] A. Nurdianingrum and S. Sarah, "Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Fore Coffee Kota Bandung," *RIGGS J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 2, pp. 5842–5851, 2025.
- [16] J. Ilmiah *et al.*, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Pondok Jahe Geprek Samsudin)," *J. Ilm. Ekon. Dan Manaj.*, vol. 2, no. 8, pp. 867–881, 2024.
- [17] Y. S. Rio Fauzan Andre Andhima, Andre Suryaningprang, Gurawan Dayona, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Kandatel Garut)," 2025.