



Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Kartu Perdana Indosat Ooredoo (IM3) Di Takalar

Riska Amelia¹, Andi Mappatempo², Syarthini Indrayani³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

¹putririskaamelia94@gmail.com, ²andi.mappatempo@unismuh.ac.id, ³syarthinii@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana Indosat Ooredoo (IM3) di Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Industri telekomunikasi Indonesia mengalami dinamika pasar yang signifikan, di mana Indosat Ooredoo berhasil meningkatkan pangsa pasarnya dari 15,61% pada tahun 2020 menjadi 33,4% pada tahun 2023 setelah merger dengan Hutchison 3 Indonesia. Meskipun menawarkan paket data yang kompetitif, tantangan terkait stabilitas jaringan dan responsivitas pelayanan masih menjadi perhatian utama pengguna di daerah seperti Takalar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner terstruktur yang disebar kepada 94 responden menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda berbantuan SPSS, dilengkapi uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi 0,621 dan nilai signifikansi 0,000. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan dengan koefisien -0,148 dan signifikansi 0,197. Uji F simultan mengkonfirmasi kedua variabel berpengaruh signifikan ($F = 15,454$, $\text{sig.} = 0,000$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,254 menunjukkan 25,4% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Indosat Ooredoo, Takalar

1. Pendahuluan

Sektor telekomunikasi merupakan salah satu pilar strategis dalam mendukung pembangunan sosial dan ekonomi di era digital. Perkembangan teknologi seperti jaringan 4G, 5G, dan Internet of Things (IoT) telah mendorong peningkatan signifikan akses masyarakat terhadap informasi dan komunikasi secara cepat dan efisien. Di Indonesia, pertumbuhan jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa layanan telekomunikasi tidak hanya menjadi kebutuhan komunikasi, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam aktivitas ekonomi, pendidikan, dan hiburan masyarakat (Santoso dan Rahayu, 2022).

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 turut mempercepat adopsi layanan digital secara masif. Meningkatnya penggunaan internet untuk bekerja dari rumah (work from home), pembelajaran jarak jauh (e-learning), serta transaksi keuangan dan perdagangan secara daring mendorong operator telekomunikasi untuk meningkatkan kapasitas jaringan dan kualitas layanan guna memenuhi lonjakan permintaan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, setelah pandemi berakhir, tantangan baru muncul berupa ketidakmerataan kualitas layanan, khususnya di wilayah pedesaan yang masih menghadapi keterbatasan infrastruktur sinyal dan kestabilan jaringan (Putra dan Suryani, 2021).

Industri telekomunikasi seluler di Indonesia ditandai oleh persaingan yang semakin intensif antara beberapa operator besar. Telkomsel dikenal memiliki cakupan jaringan yang luas terutama di daerah pelosok, namun dengan harga paket data yang relatif lebih tinggi dibandingkan kompetitor. Sementara itu, Indosat Ooredoo Hutchison menawarkan paket data yang lebih terjangkau, meskipun di beberapa wilayah masih ditemukan kendala stabilitas jaringan. XL Axiata dan Smartfren juga bersaing melalui inovasi layanan dan strategi harga yang kompetitif. Perbedaan karakteristik antar operator tersebut secara langsung memengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan pelanggan (Putra dan Suryani, 2021).

Indosat Ooredoo melalui kartu perdana IM3 merupakan salah satu operator yang menunjukkan pertumbuhan pangsa pasar paling menonjol dalam beberapa tahun terakhir. Strategi harga yang kompetitif serta dampak merger dengan Hutchison 3 Indonesia memperkuat posisi perusahaan secara signifikan di pasar nasional. Data pangsa pasar menunjukkan bahwa Indosat Ooredoo meningkat dari 15,61% pada tahun 2020 menjadi 33,4% pada tahun 2023, menjadikannya operator dengan pertumbuhan pangsa pasar tercepat dalam periode tersebut. Namun

demikian, di wilayah seperti Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan, tantangan terkait stabilitas jaringan dan kualitas pelayanan masih menjadi perhatian utama pelanggan (Firdaus dan Hidayat, 2021).

Kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi dua faktor penting yang menentukan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dalam konteks telekomunikasi mencakup kecepatan jaringan, stabilitas koneksi, variasi paket data, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Kualitas pelayanan meliputi responsivitas terhadap keluhan, keramahan petugas, kemudahan akses informasi, serta efektivitas penanganan masalah teknis. Apabila ekspektasi pelanggan tidak terpenuhi, potensi perpindahan ke operator lain akan semakin besar mengingat rendahnya hambatan beralih (*switching cost*) dalam industri telekomunikasi seluler.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dinamika persaingan industri telekomunikasi seluler di Indonesia selama periode 2020–2024, berikut disajikan data pangsa pasar operator seluler pada Tabel 1.

Tabel 1. Pangsa Pasar Operator Seluler Indonesia 2020–2024 (%)

Tahun	Telkomsel	Indosat Ooredoo	XL Axiata	Smartfren
2020	66,4%	15,61%	15,97%	5,78%
2021	48,1%	17,2%	15,8%	8,2%
2022	44,5%	29,0%	15,6%	9,3%
2023	40,27%	33,4%	21,0%	5,32%
2024	46,0%	28,0%	16,0%	10,0%

Sumber: Data diolah dari berbagai sumber (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1, Telkomsel tetap menjadi pemimpin pasar meskipun mengalami penurunan pangsa pasar yang cukup signifikan dari 66,4% pada tahun 2020 menjadi 40,27% pada tahun 2023, sebelum kembali mengalami pemulihan ke angka 46% pada tahun 2024. Penurunan ini mencerminkan semakin ketatnya persaingan antar operator, seiring meningkatnya preferensi konsumen terhadap paket data yang lebih terjangkau dan layanan digital yang lebih inovatif.

Indosat Ooredoo menunjukkan pertumbuhan yang paling menonjol sepanjang periode 2020–2023, dengan lonjakan pangsa pasar dari 15,61% menjadi 33,4%. Capaian ini tidak terlepas dari dua faktor utama: pertama, strategi penetapan harga paket data yang kompetitif; dan kedua, dampak positif dari merger dengan Hutchison 3 Indonesia yang secara signifikan memperluas basis pelanggan dan infrastruktur jaringan perusahaan. Meskipun pada tahun 2024 terjadi sedikit koreksi ke angka 28%, tren pertumbuhan jangka menengah Indosat tetap menunjukkan posisi yang lebih kuat dibandingkan periode awal pengamatan.

Kondisi persaingan yang semakin intensif ini mengindikasikan bahwa kualitas produk dan pelayanan menjadi faktor strategis dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Keputusan pelanggan dalam memilih operator tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor harga, tetapi juga oleh pengalaman penggunaan layanan secara menyeluruh, mencakup kualitas sinyal yang konsisten, kemudahan akses pembelian paket, kejelasan informasi produk, serta kecepatan penanganan keluhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar, guna memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor penentu kepuasan di wilayah dengan karakteristik infrastruktur yang berbeda dari perkotaan besar.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara numerik, pengolahan data menggunakan metode statistik, serta pengujian hipotesis secara objektif dan terstruktur. Penelitian ini bersifat kausal-komparatif, bertujuan mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Lokasi penelitian ditetapkan di Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan, yang dipilih karena mewakili daerah dengan tantangan infrastruktur telekomunikasi dan ketidakmerataan akses internet. Penelitian dilaksanakan pada periode Januari 2025 hingga Februari 2026.

2.1. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aktif kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar, yang mencakup pelajar, mahasiswa, serta masyarakat umum yang aktif menggunakan layanan telekomunikasi untuk menunjang aktivitas komunikasi, pendidikan, pekerjaan, dan hiburan sehari-hari. Mengingat jumlah populasi pengguna kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar tidak dapat diketahui secara pasti karena bersifat dinamis dan berubah dari waktu ke waktu, maka penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Margin of Error (MoE) berdasarkan formula Lemeshow sebagai berikut:

$$N = Z^2 / 4(d^2)$$

Keterangan: N = jumlah sampel; Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96); d = margin of error (0,10). Dengan memasukkan nilai tersebut ke dalam formula, diperoleh $N = (1,96)^2 / 4(0,10)^2 = 3,8416 / 0,04 = 96,04$, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 94 responden setelah mempertimbangkan kelayakan pengumpulan data di lapangan.

Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria berikut: (1) merupakan pengguna aktif kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar; (2) telah menggunakan kartu IM3 minimal tiga bulan; dan (3) berusia minimal 17 tahun serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Responden diambil dari berbagai sub-lokasi yang mencakup pusat kota, kawasan pedesaan, dan area komersial untuk memperoleh data yang representatif dan mencerminkan variasi kondisi layanan telekomunikasi di seluruh wilayah Kabupaten Takalar.

2.2. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang menggunakan skala Likert lima tingkat (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju). Kuesioner disebarakan secara kombinasi, yaitu melalui metode daring (online) menggunakan platform Google Forms dan secara luring (offline) dengan penyebaran langsung kepada responden di lokasi penelitian. Kuesioner mencakup tiga kelompok variabel sebagai berikut:

Pertama, kualitas produk (X1) diukur melalui 15 pernyataan yang mencakup indikator kinerja jaringan, keandalan sinyal, variasi dan kelengkapan paket data, kualitas layanan internet, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Kedua, kualitas pelayanan (X2) diukur melalui 12 pernyataan yang mencakup kejelasan informasi produk, daya tangkap (responsivitas) petugas, keramahan dan kesopanan staf layanan, serta kemudahan akses layanan pelanggan. Ketiga, kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui 9 pernyataan yang mencerminkan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan, kesesuaian layanan dengan harapan, serta kesediaan merekomendasikan layanan IM3 kepada pihak lain.

Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi yang mencakup laporan tahunan Indosat Ooredoo, dokumen resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika, publikasi jurnal ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kepuasan pelanggan dan kualitas layanan telekomunikasi.

2.3. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan model persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, di mana Y adalah kepuasan pelanggan, X_1 adalah kualitas produk, X_2 adalah kualitas pelayanan, a adalah konstanta, b_1 dan b_2 adalah koefisien regresi, dan e adalah error term. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik yang meliputi:

Uji normalitas menggunakan Normal P-P Plot untuk memastikan data residual berdistribusi normal. Uji multikolinieritas menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan kriteria nilai $VIF < 10$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ sebagai indikasi tidak adanya multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot untuk memastikan tidak terjadi pola yang sistematis pada residual model regresi.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui tiga cara: (1) uji t (parsial) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen; (2) uji F (simultan) untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen; dan (3) koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur proporsi variasi kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh model.

2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teoritis dan kajian penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Perdana IM3 Di Kabupaten Takalar.

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9083>

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

H2: Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Perdana IM3 Di Kabupaten Takalar.

H3: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Perdana IM3 Di Kabupaten Takalar.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Takalar merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang terletak di bagian barat daya Pulau Sulawesi. Secara geografis, Kabupaten Takalar berbatasan langsung dengan Kota Makassar di sebelah utara, Kabupaten Gowa di sebelah timur, serta Laut Flores di sebelah barat dan selatan. Dengan luas wilayah sekitar 566,51 km², Kabupaten Takalar terdiri atas sembilan kecamatan yang mencakup kawasan perkotaan, pesisir, dan pedesaan dengan karakteristik infrastruktur telekomunikasi yang bervariasi.

Indosat Ooredoo (IM3) merupakan operator telekomunikasi seluler yang beroperasi di bawah naungan PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk, perusahaan hasil merger antara PT Indosat Tbk dan PT Hutchison CP Telecommunications Indonesia (Tri) pada tahun 2022. Pasca-merger, Indosat Ooredoo Hutchison menjadi operator seluler terbesar kedua di Indonesia berdasarkan jumlah pelanggan, dengan basis pelanggan yang tersebar luas di seluruh nusantara, termasuk wilayah Sulawesi Selatan. Kartu perdana IM3 menawarkan berbagai pilihan paket data yang kompetitif, mulai dari paket harian, mingguan, hingga bulanan, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen pengguna.

Di Kabupaten Takalar, kartu IM3 banyak digunakan oleh kalangan pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum sebagai layanan telekomunikasi utama maupun pendamping. Hal ini didorong oleh faktor harga paket data yang relatif terjangkau dibandingkan operator lain, menjadikan IM3 sebagai pilihan ekonomis bagi masyarakat dengan daya beli menengah ke bawah. Namun demikian, sejumlah pengguna di beberapa wilayah Kabupaten Takalar masih mengeluhkan ketidakstabilan sinyal dan kecepatan internet yang tidak konsisten, terutama di kawasan pedesaan yang infrastruktur menara telekomunikasinya belum merata.

3.2. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 94 responden pengguna aktif kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar. Data karakteristik responden dikumpulkan untuk memberikan gambaran demografis yang komprehensif mengenai profil pengguna IM3 di wilayah penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan mendominasi dengan proporsi 58,5% (55 orang), sementara responden laki-laki sebesar 41,5% (39 orang). Distribusi ini mencerminkan kecenderungan perempuan yang lebih aktif berpartisipasi dalam survei, sekaligus mengindikasikan bahwa layanan telekomunikasi IM3 digunakan secara merata oleh kedua jenis kelamin.

Dari sisi usia, kelompok responden berusia 20–25 tahun mendominasi dengan proporsi 43,6% (41 orang), diikuti kelompok di bawah 20 tahun sebesar 29,8% (28 orang), kelompok 26–30 tahun sebesar 17,0% (16 orang), dan kelompok di atas 30 tahun sebesar 9,6% (9 orang). Dominasi kelompok usia muda (di bawah 25 tahun) mencapai 73,4% dari total responden, mencerminkan bahwa segmen pengguna IM3 di Kabupaten Takalar didominasi oleh generasi muda yang aktif menggunakan layanan data untuk berbagai keperluan digital.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	39	41,5
	Perempuan	55	58,5
Usia	< 20 tahun	28	29,8
	20–25 tahun	41	43,6
	26–30 tahun	16	17,0
	> 30 tahun	9	9,6

Sumber: Data primer diolah (2026)

3.3. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi jawaban responden pada setiap variabel penelitian disajikan berdasarkan rerata skor dari kuesioner yang telah diisi oleh 94 responden. Variabel kualitas produk (X1) mendapatkan penilaian yang sangat tinggi dengan rata-rata skor berkisar antara 4,51 hingga 4,65 dari skala maksimal 5,00. Skor tertinggi terdapat pada indikator keandalan sinyal dan kualitas layanan internet (masing-masing 4,64), sedangkan skor terendah pada indikator kesesuaian harga (4,51). Secara keseluruhan, penilaian responden terhadap kualitas produk IM3 berada dalam kategori sangat baik.

Variabel kualitas pelayanan (X2) memperoleh rata-rata skor yang lebih tinggi dibandingkan kualitas produk, dengan kisaran antara 4,85 hingga 4,95. Skor tertinggi terdapat pada indikator kejelasan informasi (4,94) dan keramahan petugas (4,93). Tingginya penilaian pada variabel kualitas pelayanan mengindikasikan bahwa responden memiliki persepsi yang sangat positif terhadap aspek-aspek pelayanan yang diterima, meskipun hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel ini tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki rata-rata skor antara 4,55 hingga 4,79. Skor tertinggi terdapat pada indikator kepuasan pengguna secara keseluruhan (4,70), diikuti kesesuaian layanan dengan harapan (4,62) dan kesediaan merekomendasikan (4,59). Data ini menunjukkan bahwa secara umum pelanggan IM3 di Kabupaten Takalar berada dalam kondisi puas terhadap layanan yang mereka terima.

Tabel 3. Rekapitulasi Penilaian Responden Pada Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Rata-rata Skor	Kategori
Kualitas Produk (X1)	Kinerja Jaringan	4,58	Sangat Baik
	Keandalan Sinyal	4,64	Sangat Baik
	Variasi Paket Data	4,60	Sangat Baik
	Kualitas Layanan Internet	4,64	Sangat Baik
	Kesesuaian Harga	4,51	Sangat Baik
Kualitas Pelayanan (X2)	Kejelasan Informasi	4,94	Sangat Baik
	Daya Tangkap (Responsivitas)	4,86	Sangat Baik
	Keramahan Petugas	4,93	Sangat Baik
	Kemudahan Akses Pelayanan	4,86	Sangat Baik
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pengguna	4,70	Sangat Puas
	Kesesuaian dengan Harapan	4,62	Sangat Puas
	Kesediaan Merekomendasikan	4,59	Sangat Puas

Sumber: Data primer diolah (2026)

3.4. Uji Kualitas Data (Validitas Dan Reliabilitas)

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel. Nilai r tabel untuk n = 94 responden pada taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,202. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika r hitung > r tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel penelitian menghasilkan nilai r hitung yang

lebih besar dari r tabel (0,202), kecuali satu item pada variabel kualitas pelayanan (X2.4) yang memiliki nilai korelasi sebesar -0,015 (< 0,202) sehingga dinyatakan tidak valid dan dikeluarkan dari analisis lebih lanjut.

Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai minimal 0,60 sebagai batas kelayakan instrumen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas tersebut: kualitas produk ($\alpha = 0,707$), kualitas pelayanan ($\alpha = 0,842$), dan kepuasan pelanggan ($\alpha = 0,737$). Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengambilan keputusan analisis.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Item Valid	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	15	15	0,707	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	12	11	0,842	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	9	9	0,737	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2026)

3.5. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi persyaratan statistik yang diperlukan.

Uji normalitas menggunakan Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar mengikuti arah garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Pola penyebaran ini mengindikasikan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam analisis regresi linier berganda terpenuhi.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Hasil pengujian menunjukkan nilai Tolerance untuk variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) masing-masing sebesar 0,993, yang jauh di atas ambang batas 0,10. Nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk kedua variabel adalah sebesar 1,007, yang jauh di bawah batas maksimum 10. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot antara nilai prediksi (ZPRED) dan nilai residual terstandarisasi (SRESID). Hasil pengujian menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu di atas maupun di bawah garis nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Ketiga uji asumsi klasik ini mengkonfirmasi bahwa model regresi yang dibangun memenuhi persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,993	1,007	Tidak Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,993	1,007	Tidak Multikolinieritas

Sumber: Output SPSS diolah (2026)

3.6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,484 + 0,621X_1 - 0,148X_2 + e$$

Interpretasi persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut. Konstanta sebesar 2,484 berarti bahwa apabila variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) bernilai nol atau tidak ada, maka kepuasan pelanggan berada pada nilai 2,484. Koefisien regresi kualitas produk ($b_1 = 0,621$) bersifat positif, artinya setiap peningkatan

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9083>

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

satu satuan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,621 satuan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap konstan. Koefisien regresi kualitas pelayanan ($b_2 = -0,148$) bersifat negatif, artinya setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan justru berkorelasi dengan penurunan kepuasan pelanggan sebesar 0,148 satuan, meskipun pengaruh ini tidak signifikan secara statistik.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	2,484	0,733	-	3,387	0,001
Kualitas Produk (X1)	0,621	0,113	0,500	5,497	0,000
Kualitas Pelayanan (X2)	-0,148	0,114	-0,118	-1,300	0,197

Dep. Var: Kepuasan Pelanggan | $R = 0,504$ | $R^2 = 0,254$ | $Adjusted R^2 = 0,237$ | $Std. Error = 0,285$

Tabel 7. Hasil Uji F (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	Sig.
Regression	2,508	2	1,254	15,454	0,000
Residual	7,385	91	0,081	-	-
Total	9,893	93	-	-	-

Sumber: Output SPSS diolah (2026)

3.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Pertama (H1): Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,497 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, H1 diterima. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk IM3, yang mencakup kinerja jaringan, keandalan sinyal, variasi paket data, dan kesesuaian harga, merupakan faktor determinan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kabupaten Takalar. Koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,500 menunjukkan bahwa kontribusi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sangat dominan dibandingkan variabel lainnya dalam model.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2): Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar -1,300 dengan nilai signifikansi 0,197 yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, H2 ditolak. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna IM3 di Kabupaten Takalar. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun responden memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap aspek pelayanan, hal tersebut tidak secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan secara keseluruhan.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3): Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 15,454 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H3 diterima. Model regresi yang dibangun secara keseluruhan mampu menjelaskan hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan secara signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,254 menunjukkan bahwa 25,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model ini.

Tabel 8. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	t/F hitung	Sig.	Keputusan
H1	Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	5,497	0,000	Diterima
H2	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	-1,300	0,197	Ditolak

Sumber: Output SPSS diolah (2026)

3.8. Pembahasan

3.8.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kualitas produk merupakan faktor penentu utama kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar. Dengan koefisien regresi sebesar 0,621 dan nilai *t* hitung 5,497 (*sig.* = 0,000), pengaruh kualitas produk terbukti positif dan sangat signifikan. Kualitas jaringan yang konsisten, kecepatan internet yang memadai, serta variasi paket data yang terjangkau menjadi faktor paling berpengaruh dalam membentuk persepsi kepuasan pelanggan IM3 di wilayah ini.

Pelanggan di Kabupaten Takalar, baik di kawasan perkotaan maupun pedesaan, semakin bergantung pada layanan data untuk menunjang aktivitas sehari-hari, mulai dari komunikasi melalui media sosial, pembelajaran daring, transaksi e-commerce, hingga kebutuhan hiburan digital. Ketergantungan ini menjadikan aspek teknis produk, khususnya kualitas dan konsistensi jaringan, sebagai prioritas utama yang menentukan kepuasan pengguna. Ketika jaringan IM3 mampu memberikan koneksi yang stabil dan cepat, pelanggan merasa bahwa nilai yang mereka bayarkan sepadan dengan manfaat yang diterima, sehingga timbul rasa puas.

Hasil ini sejalan dengan temuan Sugiat (2023) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome PT Telkom Kandatel Garut. Demikian pula dengan Ariyanto et al. (2022) yang mengkonfirmasi pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna paket data Indosat Ooredoo. Alvian (2020) dalam penelitiannya terhadap pengguna IM3 di Batam juga menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Konsistensi temuan dari berbagai konteks penelitian ini memperkuat argumen bahwa kualitas produk merupakan faktor fundamental dalam strategi pemasaran telekomunikasi.

Dari perspektif manajemen pemasaran, temuan ini memberikan implikasi strategis yang penting bagi Indosat Ooredoo. Perusahaan perlu memprioritaskan investasi pada peningkatan infrastruktur jaringan di Kabupaten Takalar, khususnya untuk memperluas cakupan sinyal 4G di area-area yang masih mengalami blank spot. Selain itu, pengembangan inovasi paket data yang lebih variatif dan sesuai dengan kebutuhan serta daya beli masyarakat setempat perlu menjadi bagian integral dari strategi produk perusahaan.

3.8.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil yang menarik dan berbeda dari ekspektasi awal adalah ditemukannya pengaruh negatif dan tidak signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ($b_2 = -0,148$; *sig.* = 0,197). Meskipun responden memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap semua indikator kualitas pelayanan (rata-rata skor 4,85–4,95), hal tersebut tidak berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Terdapat beberapa penjelasan yang dapat dikemukakan untuk memahami fenomena ini. Pertama, sebagian besar pelanggan IM3 di Kabupaten Takalar berinteraksi dengan layanan secara mandiri melalui platform digital, khususnya aplikasi myIM3 yang dapat diunduh melalui smartphone. Aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk secara langsung membeli paket data, memantau penggunaan kuota, melakukan top up, hingga mengakses layanan pelanggan tanpa harus berinteraksi langsung dengan petugas. Kondisi ini menyebabkan intensitas interaksi personal antara pelanggan dan staf layanan menjadi sangat rendah, sehingga kualitas pelayanan personal tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan.

Kedua, terdapat kemungkinan terjadinya expectation gap yang tidak terdeteksi melalui pengukuran kuesioner. Meskipun responden memberikan nilai tinggi pada kuesioner terkait kualitas pelayanan, pengalaman aktual mereka ketika membutuhkan bantuan pelayanan—terutama dalam situasi gangguan jaringan atau masalah teknis—mungkin tidak selalu memuaskan. Ketiga, pelanggan di wilayah seperti Kabupaten Takalar kemungkinan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas teknis produk dibandingkan aspek non-teknis pelayanan, mengingat keterbatasan infrastruktur yang lebih sering dialami di daerah.

Temuan ini berbeda dari studi Lake et al. (2024) yang menemukan pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Indonesia, serta Mahardika dan Gupta (2018) yang mengkonfirmasi pengaruh signifikan kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan pengguna kartu Indosat Ooredoo di Gianyar. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh perbedaan konteks wilayah, karakteristik demografi responden, serta pola

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9083>

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

interaksi antara pelanggan dengan perusahaan. Studi-studi tersebut dilakukan di wilayah perkotaan dengan infrastruktur layanan yang lebih lengkap, di mana pelanggan memiliki lebih banyak titik kontak dengan petugas layanan secara langsung.

3.8.3. Pengaruh Simultan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan

Meskipun secara parsial kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan, secara simultan kedua variabel independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F = 15,454$; $sig. = 0,000$). Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tetap relevan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Nilai R^2 sebesar 0,254 (25,4%) menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun mampu menjelaskan seperempat dari total variasi kepuasan pelanggan. Sisanya sebesar 74,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup persepsi nilai (*perceived value*), citra merek (*brand image*), kemudahan registrasi dan pengisian ulang, promosi dan penawaran khusus, serta pengalaman pengguna melalui platform digital.

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,237 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel dan ukuran sampel, model masih mampu menjelaskan 23,7% variasi kepuasan pelanggan. Nilai ini mengkonfirmasi bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan, meskipun tidak mencakup seluruh faktor penentu kepuasan, tetap merupakan komponen penting yang perlu dikelola secara strategis oleh Indosat Ooredoo.

3.9. Implikasi Manajerial

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat direkomendasikan kepada Indosat Ooredoo dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di Kabupaten Takalar dan wilayah serupa.

Pertama, mengingat kualitas produk merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Indosat Ooredoo perlu memprioritaskan investasi pada peningkatan infrastruktur jaringan di Kabupaten Takalar. Program pembangunan dan peningkatan kapasitas menara BTS (*Base Transceiver Station*) perlu dipercepat, terutama di kecamatan-kecamatan yang masih memiliki cakupan sinyal terbatas. Target jangka menengah sebaiknya difokuskan pada perluasan cakupan jaringan 4G ke seluruh wilayah Kabupaten Takalar, dengan mempersiapkan infrastruktur untuk transisi menuju jaringan 5G di masa depan.

Kedua, inovasi paket data yang lebih beragam dan terjangkau perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen pengguna di Kabupaten Takalar. Paket data khusus untuk pelajar dan mahasiswa dengan harga lebih terjangkau namun kapasitas yang memadai dapat menjadi strategi yang efektif mengingat dominasi kelompok usia muda (di bawah 25 tahun) di kalangan pengguna IM3 di wilayah ini.

Ketiga, meskipun kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini, bukan berarti aspek pelayanan dapat diabaikan. Indosat Ooredoo perlu mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas layanan digital melalui aplikasi myIM3, memastikan bahwa pengalaman pengguna melalui platform digital menjadi lebih intuitif, responsif, dan mampu menyelesaikan masalah pelanggan secara efisien. Peningkatan fitur layanan mandiri (*self-service*) melalui chatbot berbasis AI dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kecepatan respons terhadap keluhan tanpa memerlukan interaksi langsung dengan petugas.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan utama mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana IM3 di Kabupaten Takalar. Pertama, kualitas produk kartu perdana IM3 terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kabupaten Takalar ($t = 5,497$; $sig. = 0,000$). Temuan ini mengkonfirmasi bahwa peningkatan kualitas jaringan, keandalan sinyal, variasi paket data, dan kesesuaian harga secara langsung dan signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan faktor dominan dengan koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,500, menjadikannya variabel yang paling berpengaruh dalam model penelitian ini. Kedua, kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna IM3 di Kabupaten Takalar ($t = -1,300$; $sig. = 0,197$). Hasil ini mengindikasikan bahwa dalam konteks wilayah kabupaten dengan karakteristik penggunaan layanan digital yang dominan mandiri, faktor teknis produk jauh lebih berpengaruh dibandingkan aspek non-teknis pelayanan dalam membentuk kepuasan pengguna IM3. Penilaian tinggi responden terhadap kualitas pelayanan tidak berkorelasi secara linear dengan peningkatan kepuasan, yang kemungkinan disebabkan oleh *expectation gap* dan rendahnya intensitas interaksi langsung dengan petugas layanan. Ketiga, secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F = 15,454$; $sig. = 0,000$) dengan kontribusi

sebesar 25,4% berdasarkan nilai R². Sisanya 74,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti citra merek, persepsi harga, kemudahan akses layanan, dan pengalaman pengguna digital. Penelitian lanjutan disarankan untuk menambahkan variabel citra merek, persepsi nilai, loyalitas pelanggan, dan kualitas pengalaman digital (digital experience quality) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor penentu kepuasan pengguna layanan telekomunikasi di daerah. Selain itu, perluasan wilayah penelitian ke beberapa kabupaten/kota di Sulawesi Selatan dengan karakteristik infrastruktur yang beragam dapat memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai dinamika kepuasan pelanggan di tingkat regional.

Referensi

- Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pemakai paket data internet Indosat Ooredoo. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 668–678.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Despa, A.-R., et al. (2025). Recommendations for improving the service quality of mobile telecommunications. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 19(1), 4505–4518.
- Fatimah, S. (2024). The effect of internet service quality on customer satisfaction at PT. Telkom Indonesia Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(1).
- Firdaus, M., & Hidayat, A. (2021). Analisis kualitas layanan operator telekomunikasi di wilayah pedesaan Indonesia. *Jurnal Telekomunikasi dan Informatika*, 8(2), 112–125.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lake, Y., Saputra, F., & Taena, E. T. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telekomunikasi PT. Telkom Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi*, 3(2), 1–9.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). World Scientific Publishing.
- Mahardika, D. K., & Gupta, I. G. B. W. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan pengguna kartu Indosat Ooredoo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 4(1), 25–32.
- Oliver, R. L. (2022). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (3rd ed.). Routledge.
- Prasetyo, B., & Anggraeni, L. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan operator seluler di kalangan pengguna urban Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 45–58.
- Putra, D. R., & Suryani, T. (2021). Ketimpangan kualitas layanan telekomunikasi antara daerah perkotaan dan pedesaan di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(3), 201–215.
- Ramadhan, F., & Kusuma, H. (2022). Dampak akses internet terhadap produktivitas pelaku usaha mikro di wilayah pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(1), 78–94.
- Ramli, R. A. L. P., Anggraini, D., & Susanti, E. N. (2022). The effect of service quality, product quality, location, and brand image on customer satisfaction at PT Indosat Ooredoo Tbk Batam Regional. *Bening Journal*, 9(2).
- Santoso, B., & Rahayu, S. (2022). Perkembangan pengguna internet dan dampaknya terhadap industri telekomunikasi Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(1), 33–47.
- Subijanto, S. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan customer value terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Sosial (JEBS)*.
- Sugiat, J. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome PT Telkom Kandatel Garut. *Mirai: Jurnal Penelitian Manajemen dan Bisnis*.
- Syahrir, S. (2021). Pengaruh kualitas layanan operator telekomunikasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *AKMB: Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 8(1).
- Timilsina, N., & Wagle, S. (2025). Service quality and customer satisfaction: An empirical investigation of telecom users in Chitwan. *BMC Journal of Scientific Research*, 8(1).
- Yustiani, Y., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Indihome. *Jurnal KREATIF*, 1(2), 110–119.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Alvian, A. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu IM3 Ooredoo di Batam. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 89–103.