

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indihome

^{1*)}Yohanda Yustiani dan ²⁾Dedy Mulyadi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Binaniaga Indonesia

¹Yohanday24@gmail.com

*corresponding author

Received: Juli 2025, Accepted: Agustus 2025, Published: September 2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Indihome. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidentally sampling*, dimana penulis akan menjadikan pelanggan Indihome selama tahun 2021 sebagai sampel penelitian, dengan sampel sebesar 386 sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan *assosiatif* yang bersifat kausal. Hasil uji yang didapat yaitu pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,131 yang artinya kontribusi kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 13,1% atau variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 13,1% sementara untuk sisanya sebesar 86,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sistem jaringan internet mulai memberikan manfaat yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat, terlebih saat menghadapi kondisi saat ini, dimana seluruh dunia dihadapkan pada pandemi *Coronavirus Disease 2019* atau Covid-19, dimana adanya virus Covid-19 membuat pemerintah memberlakukan jaga jarak (*physical distancing*), hal tersebut menyebabkan seluruh aktivitas dilakukan melalui online atau menggunakan internet. Perusahaan-perusahaan di Indonesia menerapkan pemberlakuan sistem kerja WFH (*Work from Home*) dan sistem pembelajaran secara daring atau online, masyarakat juga dihimbau untuk melakukan *social distancing* guna mengurangi penyebaran virus. Aktivitas yang dilakukan secara online menyebabkan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Teknologi internet yang berkembang menjadi peluang bisnis bagi perusahaan teknologi informasi, dimana perusahaan teknologi informasi membuat suatu produk yang dapat menjangkau wilayah yang luas untuk menggunakan internet baik melalui *smartphone*, maupun teknologi lainnya yang dikenal dengan internet *fixed broadband*.

Berdasarkan katadata, sebanyak 87% pelanggan jaringan internet tetap pita lebar (*fixed broadband*) di Indonesia memakai layanan IndiHome. Layanan dari PT. Telkom Indonesia, Tbk. itu pun mendominasi pasar internet *fixed broadband* di tanah air. IndiHome tercatat telah memiliki 8 juta pelanggan sepanjang 2020. Jumlah itu bertambah sekitar 1 juta pelanggan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dalam memenuhi kepuasan pelanggan penyedia internet perlu mengkomunikasikan produk yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui kualitas produk dan memiliki niat membeli manfaat atas produk dan pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu, perlunya perusahaan memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan serta kualitas pelayanan. Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan yang sudah dipaparkan (1) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor? (2) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor? Dan (3) bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor?

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Sangadji (2013:189) menyatakan bahwa kualitas merupakan produk yang mampu mencapai tingkat kualitas yang sesuai dengan fungsi penggunaannya. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:329), terdapat enam elemen kualitas produk dan hal ini dijadikan sebagai indikator kualitas produk diantaranya yaitu:

1. Kinerja
Kinerja berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Reliabilitas
Reliabilitas merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi.
3. Fitur
Fitur merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk, misalnya fitur *kendala jauh (remote control)* pada televisi.
4. Keawetan (*durability*)
Merupakan dimensi kualitas produk yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu.
5. Konsistensi
Menunjukkan seberapa jauh produk bisa memenuhi standar atau spesifik tertentu.

6. Desain

Merupakan aspek emosional untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga desain kemasan ataupun bentuk produk akan turut mempengaruhi persepsi kualitas produk tersebut.

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pemahaman ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek akhir yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan (Tjiptono, 2014:282). Menurut Tjiptono (2014:282) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

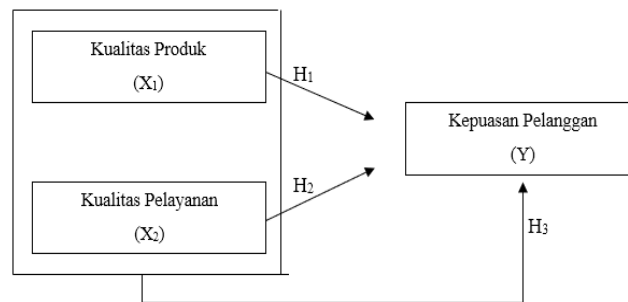
1. *Reliabilitas* (keandalan): kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
2. *Responsivitas* (daya tanggap): suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
3. *Assurance* (jaminan): mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
4. *Emphaty* (empati): meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal.
5. *Tangible* (bukti fisik): meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk (Tjiptono, 2012:311). Menurut Tjiptono (2012:311) yang berpendapat kepuasan pelanggan di perusahaan terbagi ke dalam tiga Indikator yaitu :

1. Kesesuaian harapan: merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali: merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan: merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman dan keluarga.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H3: Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode Penelitian pada penelitian ini yaitu menggunakan Metode penelitian Kuantitatif, Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan asosiatif yang bersifat kausal.

Populasi, Sampel dan Pengumpulan Data

Populasi menurut Sugiyono (2011:80) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna IndiHome di Kota Bogor yang selama tahun 2021, yaitu 10.870. Berdasarkan data yang diperoleh penulis jumlah populasi

dalam penelitian ini adalah sebanyak 10.870 orang yang merupakan jumlah pengguna IndiHome selama bulan Januari-Desember 2021. Teknik sampel yang digunakan adalah *accidentally sampling*, dimana penulis akan menjadikan pelanggan Indihome selama tahun 2021 sebagai sampel penelitian. Peneliti menentukan besarnya sampel menggunakan rumus slovin. Berdasarkan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh sampel sebesar 386 responden. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan kuesioner dan studi kepustakaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji kebenaran hipotesis pada penelitian ini, dalam penelitian ini teknik analisa data bertujuan untuk mengelompokkan, mentabulasikan, dan menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti lalu mengujinya agar menghasilkan kesimpulan yang pasti. Sehingga diperoleh bagaimana pengaruh antara variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dilengkapi dengan pengujian uji F secara simultan, dan uji t secara parsial.

Uji Validitas

Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item pertanyaan atau pernyataan dengan skor total, selanjutnya interpretasi dan koefisien korelasi yang dihasilkan lalu dibandingkan dengan r_{tabel} . Instrumen dianggap valid jika hasil yang diperoleh:

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dapat diterima (valid).
2. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tidak diterima (tidak valid).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks untuk mengetahui sejauh mana alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten atau tetap apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Semakin kecil kesalahan pengukuran, maka dapat disimpulkan semakin reliabel alat pengukur. Besar kecilnya kesalahan pengukuran dapat diketahui dengan indeks korelasi. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan adalah metode Cronbach Alpha menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan dalam model tidak mengandung multikolinieritas dan homoskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan hanya pada analisis regresi linear berganda..

Analisis Deskriptif

Analisa statistik deskriptif merupakan analisis yang berguna untuk melakukan analisa terhadap data dengan cara menggambarkan (deskripsi) data yang telah dikumpulkan dan tidak bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono,2014:206). Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terkait variabel yang tertuang dalam kuisisioner penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal (Sugiyono 2015:275). Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Analisis Korelasi

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui kuat atau lemahnya tingkat hubungan antara variabel dalam penelitian. Pada penelitian ini, pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan pelanggan (Y). Nilai korelasi berada pada rentang 1 sampai -1 dimana semakin mendekati 1 maka hubungan semakin kuat, namun jika nilainya mendekati 0 maka hubungannya semakin lemah.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan sebaiknya diterima (signifikan) atau ditolak oleh peneliti . Rumusan hipotesis sebagai berikut :

Uji Parsial (Uji t)

Menentukan hipotesis masing-masing kelompok:

H_0 = Variabel independen secara parsial atau individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 = Variabel independen secara parsial atau individu memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Membandingkan nilai thitung dengan ttabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (H_0 diterima).
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (H_0 ditolak).

Uji Simultan (Uji f)

Menurut Ghozali (2016:96) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama– sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut : Uji F dapat dilihat dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel, jika Fhitung > Ftabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

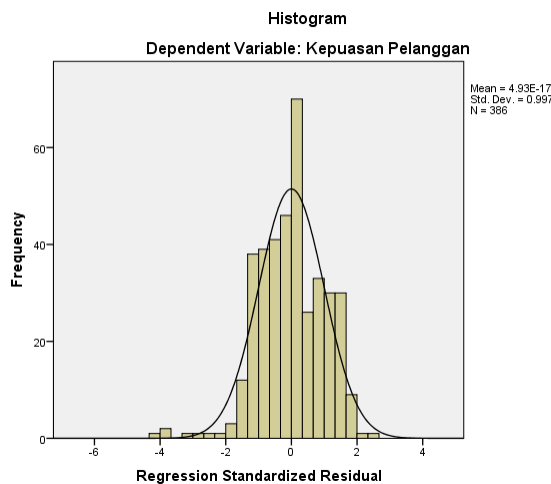
Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara nol dan satu.). Menghitung koefisien determinasi diperlukan untuk mengetahui tingkat pengaruh secara bersama-sama dari pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

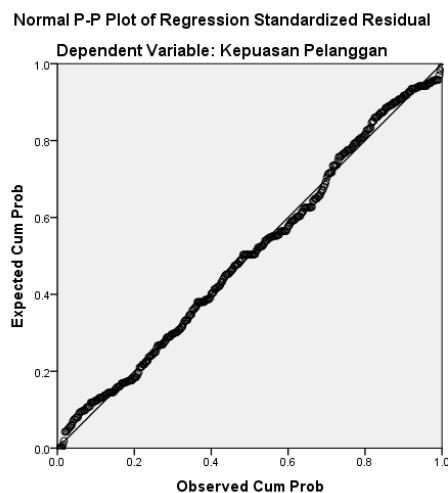
Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat normal probability plot.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Histogram

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 13 grafik histogram membentuk lengkungan tepat di tengah-tengah sehingga dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 3. Probability Plot

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 14, grafik normal probality plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 386 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.18633805 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .036 |
| | Positive | .036 |
| | Negative | -.036 |
| Test Statistic | | .036 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |
| d. This is a lower bound of the true significance. | | |

Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan data tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai standar deviasi adalah 2,38908115. Perbedaan nilai eksrim positif yang terjadi dari residu sebesar 0,070, sedangkan perbedaan negatif sebesar -0,100. Nilai signifikansi atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,266 yang dimana jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal, dengan demikian persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dari tabel coefisients yaitu jika nilai variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka dapat dikatakan data terbebas dari multikolinieritas. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

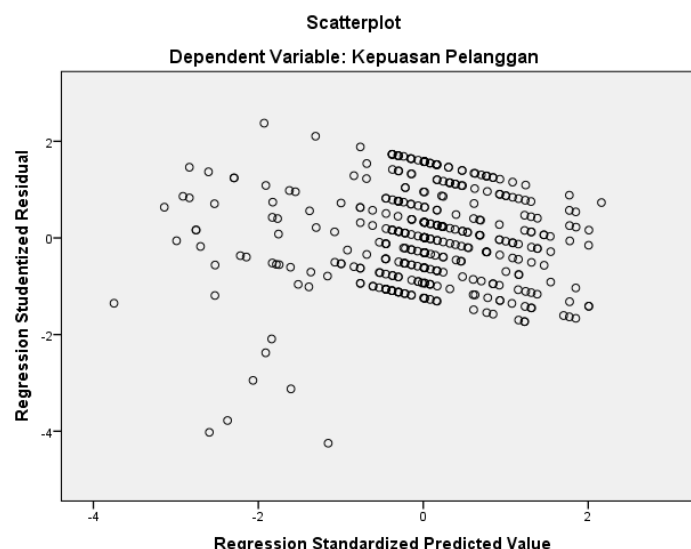
| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 22.779 | 2.496 | | 9.125 | .000 | | |
| | Kualitas Produk | .193 | .026 | .349 | 7.313 | .000 | .992 | 1.008 |
| | Kualitas Pelayanan | .098 | .031 | .151 | 3.172 | .002 | .992 | 1.008 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | | | | | |

Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel 14, diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan yaitu 0,992 lebih besar dari 0,1. Sementara, nilai VIF variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan yaitu 1,008 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola scatterplot model. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas:



Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

Gambar 4. Scatterplot

Penentuan heterokedastisitas tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
2. Titik-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian untuk mengetahui adanya hubungan yang linear antara variabel bebas atau variabel independen dengan variabel terikat atau variabel dependen. Penentuan uji linearitas adalah dengan melihat nilai signifikansi deviation from linearity kemudian dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi deviation from linearity $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau variabel independen dengan variabel terikat atau variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi deviation from linearity $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau variabel independen dengan variabel terikat atau variabel dependen. Berikut adalah hasil uji linearitas:

Uji linearitas variabel kualitas produk (X1) dengan kepuasan pelanggan

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y

| ANOVA Table | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Kepuasan Pelanggan * Kualitas Produk | Between Groups | (Combined) | 1067.397 | 27 | 39.533 | 4.099 | .000 |
| | | Linearity | 508.753 | 1 | 508.753 | 52.749 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 558.645 | 26 | 21.486 | 2.228 | .058 |
| | Within Groups | | 3452.854 | 358 | 9.645 | | |
| | Total | | 4520.251 | 386 | | | |

Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3, diketahui hasil pengujian linearitas variabel kualitas produk (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikansi deviation from linearity $0,058 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas produk (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) terdapat hubungan yang linear.

Uji linearitas variabel kualitas produk (X2) dengan kepuasan pelanggan

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y

| ANOVA Table | | | | | | | |
|---|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan | Between Groups | (Combined) | 413.210 | 24 | 17.217 | 1.513 | .059 |
| | | Linearity | 65.568 | 1 | 65.568 | 5.763 | .017 |
| | | Deviation from Linearity | 347.642 | 23 | 15.115 | 1.329 | .144 |
| | Within Groups | | 4107.041 | 361 | 11.377 | | |
| | Total | | 4520.251 | 386 | | | |

Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel 15, diketahui hasil pengujian linearitas variabel kualitas pelayanan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikansi deviation from linearity 0,144 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) terdapat hubungan yang linear.

Analisis Korelasi

Uji analisis korelasi digunakan untuk menunjukkan keeratan suatu hubungan antara 2 variabel atau lebih. Nilai korelasi berkisar 0 – 1 atau 0 – (-1), jika nilai mendekati 1 ataupun -1 dapat dikatakan hubungan semakin erat.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi

| Model Summary ^b | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .368 ^a | .135 | .131 | 3.19465 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | |

Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel 17, diketahui nilai korelasi sebesar 0,368 termasuk hubungan yang lemah, artinya derajat hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang searah dengan tingkat korelasi yang lemah.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independent secara simultan.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 22.779 | 2.496 | | 9.125 | .000 | | |
| | Kualitas Produk | .193 | .026 | .349 | 7.313 | .000 | .992 | 1.008 |
| | Kualitas Pelayanan | .098 | .031 | .151 | 3.172 | .002 | .992 | 1.008 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | | | | | |

Berdasarkan hasil pengolahan data pada SPSS, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 22,779 + 0,193 X_1 + 0,098 X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 22,779 berarti bahwa kualitas produk (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 22,779. Nilai 0,326 merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk. Nilai b1 = 0,193 artinya setiap peningkatan 1 satuan dari variabel kualitas produk maka kepuasan pelanggan akan bertambah 0,193 dan variabel lainnya konstan kepuasan pelanggan.

Nilai 0,142 merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan. Nilai $b_2 = 0,098$ artinya setiap peningkatan 1 satuan dari variabel kualitas pelayanan akan bertambah 0,098 dan variabel lainnya konstan. e yaitu eror term atau faktor pengganggu yaitu pengganti semua variabel yang dihilangkan dari model regresi, namun secara kolektif mempengaruhi variabel terikat.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau masing-masing variabel bebas (budaya organisasi dan lingkungan kerja) terhadap variabel terikat (komitmen organisasi). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 22.779 | 2.496 | | 9.125 | .000 | | |
| | Kualitas Produk | .193 | .026 | .349 | 7.313 | .000 | .992 | 1.008 |
| | Kualitas Pelayanan | .098 | .031 | .151 | 3.172 | .002 | .992 | 1.008 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

1. Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 24, untuk mengetahui besarnya t tabel peneliti menggunakan rumus t tabel ($\frac{\alpha}{2}; n-k-1$) dimana α merupakan tingkat signifikansi yang digunakan, n adalah banyaknya data, k adalah banyaknya variabel dalam penelitian, dan 1 adalah konstanta, maka didapat t tabel sebesar $(0,05/2; 396-2-1) = 1,967$. Hasil uji t menunjukkan t hitung sebesar 6,979. Sehingga t hitung untuk variabel kualitas produk (X_1) adalah $7,313 > 1,967$ dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian hipotesis pertama diterima dan dapat diartikan kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan Indihome (Y).

2. Hipotesis 2

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 25, untuk mengetahui besarnya t tabel peneliti menggunakan rumus t tabel ($\frac{\alpha}{2}; n-k-1$) dimana α merupakan tingkat signifikansi yang digunakan, n adalah banyaknya data, k adalah banyaknya variabel dalam penelitian, dan 1 adalah konstanta, maka didapat t tabel sebesar $(0,05/2; 396-2-1) = 1,967$. Hasil uji t menunjukkan t hitung sebesar 2,377. Sehingga t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah $3,172 > 1,967$ dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian hipotesis pertama diterima dan dapat diartikan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan Indihome (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent (budaya organisasi dan lingkungan kerja) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (komitmen organisasi).

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|----------------|----------|-------------|---------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | |
| 1 | Regression | 611.442 | 2 | 305.721 | 29.956 | .000 ^b |
| | Residual | 3908.809 | 384 | 10.206 | | |
| | Total | 4520.251 | 386 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 26 diketahui besarnya nilai F hitung adalah 15,850 dengan signifikansi 0,000. Selanjutnya F hitung dibandingkan dengan F tabel sebesar 3,06 diperoleh hasil $29,956 > 2.49$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian hipotesis diterima dan dapat diartikan bahwa kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan indihome (Y).

Koefisien Determinansi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel budaya organisasi dan lingkungan kerja. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai adjusted R square.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinansi

| Model Summary ^b | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .368 ^a | .135 | .131 | 3.19465 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | |

Sumber: Data primer penelitian diolah, 2022

Untuk mengetahui nilai koefisien determinansi (R^2) dilakukan dengan melihat nilai adjust R Square pada tabel hasil pengolahan SPSS 20. Berdasarkan tabel 27 diketahui nilai adjust R Square sebesar 0,131. Artinya kontribusi variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 13,1%. Sisanya sebesar ($100\% - 13,1\% = 86,9\%$) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (uji parsial) dimana t hitung yang diperoleh lebih besar dari t tabel yaitu $7,313 > 1,967$ dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome. Pengaruh yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan didukung dengan penelitian dari Muhammad Rezha Pahlawan, Abdul Rahman Laba, Erlina pada jurnal yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Makasar dimana pada jurnal tersebut menyatakan bahwa hasil uji t (uji parsial) dari Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (uji parsial) dimana t hitung yang diperoleh lebih besar dari t tabel yaitu $3,127 > 1,967$ dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome. Pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan didukung dengan penelitian dari Rora Rosmaya Sari, Luis Marnisah dan Fakhry Zamzam pada jurnal yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra merek Bank terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 Studi Kasus di PT Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang" dimana pada jurnal tersebut menyatakan Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan citra bank yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f dimana f hitung yang diperoleh lebih besar dari f tabel yaitu diperoleh hasil $29,956 > 2.49$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Pengaruh yang positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan didukung dengan penelitian dari Ratih Andalusi dan Ahmad Maulana Irfanudin dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Pembiayaan (Leasing) Studi Kasus PT. BCA Finance Kantor Pusat Pondok Indah" hasil menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh kedua variabel bebas yakni kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome adalah lemah dengan nilai koefisien determinansi (R^2) sebesar 13,1% sehingga kontribusi variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Hal ini dapat menjadi dasar pertimbangan untuk meninjau kembali aktivitas kualitas produk dan kualitas pelayanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan oleh peneliti pada Bab IV mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome, maka diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome .

3. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh,

Bagi IndiHome Bogor

1. Kualitas Produk:
 - bisa menawarkan paket khusus pelajar/mahasiswa
 - memberikan *gimmick/bundling* paket yang menarik
 - pelanggan bisa custom/setting warna saat membuka website IndiHome agar lebih menarik
2. Kualitas Pelayanan membuat brosur agar konsumen bisa lebih memahami secara tertulis
3. Kualitas pelanggan melakukan perbaikan dan maintenance terhadap jaringan IndiHome secara berkala

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan lebih luas lagi penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil adjusted R Square yang dilakukan pada penelitian ini masih rendah yaitu 13,1% oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat menambah variabel yang sesuai dengan penelitian terdahulu seperti brand trust, brand image serta harga.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengganti objek penelitian pada bidang lain, atau bidang yang sama namun berbeda perusahaan.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengganti atau menambah variabel lain.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengubah seluruh variabel sesuai dengan penelitian terdahulu yang lebih relevan
5. Diharapkan pula peneliti selanjutnya dapat memberikan kebaharuan dalam hal penggunaan referensi text book, jurnal atau artikel lain yang berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, Reza. (2022). Perusahaan Telekomunikasi dengan Aduan Konsumen Terbanyak. Diambil dari : <https://www.databoks.katadata.co.id/>. diakses pada 15 Januari 2021.
- Cindy, Dimas. 2021. "IndiHome Mendominasi Pasar Internet Fixed Broadband di Indonesia". Diambil dari : <https://www.databoks.katadata.co.id/>. diakses pada 1 Januari 2021.
- Fandi, T. (2014). Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah.(2013). Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2011). metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d .bandung alfabeta
- Sugiyono.(2015). Metode Penelitian manajemen. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: CV Alfabeta.