

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Indihome Di PT. Telkom Akses Regional Operation Center 2

Herni Herinda Syalawati¹, Bertadi Nurseno²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia

Email: herindaherni@gmail.com, bertadinurseno876@gmail.com,

Abstract.

This research aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction. This research uses associative quantitative data with the population of this research, namely IndiHome customers in region 2 which includes the Banten, Bekasi, Bogor, West Jakarta, Central Jakarta, South Jakarta, East Jakarta, North Jakarta and Tangerang areas. The sampling technique in this study used nonprobability sampling using accidental sampling technique, so that the number of respondents was 100 respondents. This research method uses multiple linear regression with the SPSS application version 29.0.2.0 (20). The results of this research show that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Overall, product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

Cronicle of Article:Received (11,10,2025); Revised (15,10,2025); and Published (28,10,2025)

©2025 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Herni Herinda Syalawati adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, *Corresponding Author*: herindaherni@gmail.com, bertadinurseno876@gmail.com,

How to cite this article : Syalawati Herinda H, Nurseno B .“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Indihome Di PT. Telkom Akses Regional Operation Center 2”. *Adbispreneur*, 5 (5),pp. 361 - 366 Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Seorang kosumen atau pelanggan dikatakan puas apabila ia senang dan mempunyai perilaku yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin sebuah produk atau jasa. Bagaimana cara membentuk kepuasan pelanggan, tentunya harus dimulai dengan memberikan kualitas produk dan layanan yang unggul atau superior, sehingga pelanggan merasa puas dengan pengalaman dalam memakai produk atau jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai pada pelanggan. Begitupun dengan kualitas pelayanan, Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk terus menerus selalu meningkatkan pelayanan, kualitas produk, dan harga yang terjangkau kepada konsumen agar tetap exist dan unggul dibanding para *competitornya*. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk mempercayakan kualitas produk dan pelayanan kepada PT Telkom Akses, yang merupakan anak perusahaan yang khusus menangani operasional, produk, dan layanan indihome. Seiring perkembangan yang terjadi pada teknologi informasi dan komunikasi muncul lah perusahaan-perusahaan baru yang berbasis telekomunikasi dan menjadi pesaing bagi PT Telkom Akses. Oleh karena persaingan yang semakin meningkat maka PT Telkom Akses pun terus menciptakan berbagai produk yang baru agar dapat semakin memudahkan dan memuaskan konsumen yang loyal kepada Indihome.

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Internet Fixed Broadband Tahun 2023



Sumber : APJII Tahun 2023

Jika dibandingkan dengan kompetitor, pada tahun 2023 Indihome unggul dan mendominasi pasar fixed broadband di Indonesia dengan jumlah pelanggan menyentuh angka 8 Juta pelanggan.

Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Indihome Tahun 2024

TERITORY	JUMLAH PELANGGAN
BANTEN	115.315
BEKASI	262.628
BOGOR	257.591
JAKBAR	207.235
JAKPUS	102.045
JAKSEL	204.514
JAKTIM	257.629
JAKUT	188.748
TANGERANG	269.546
TOTAL	1.865.251

Sumber : Laporan Perusahaan

Gambar 1.3 Total Gangguan Indihome Bulan April 2024



Sumber : Laporan Perusahaan

Ada sebanyak 1.865.251 pelanggan sedang menggunakan Indihome pada tahun 2024 di Regional 2 yang meliputi wilayah Banten, Bekasi, Bogor, Jakarta Barat, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Utara, dan Tangerang. Pada bulan April 2024 Indihome menerima laporan gangguan sekitar 2,3% dari jumlah pelanggan. Biasanya laporan tersebut tidak hanya adanya keluhan pada sisi layanannya, tetapi ada juga pelanggan yang lapor karena ingin menambah fitur pada layanannya.

Dalam dunia digital, kecepatan dan stabilitas koneksi internet serta respon dan dukungan pelanggan merupakan bentuk dari kualitas produk dan kualitas pelayanan, hal tersebut yang menjadi faktor utama dalam kepuasan pelanggan. Berikut merupakan ulasan yang akan mengevaluasi bagaimana IndiHome bisa memenuhi harapan pelanggan dalam kualitas produk dan kualitas pelayanan:

Gambar 1.4 Ulasan Pelanggan Indihome



Sumber : Sosial Media X dan Instagram

Berdasarkan ulasan di atas menggambarkan bahwa pelanggan tidak merasa puas terhadap layanan IndiHome yang mencakup masalah koneksi internet yang sering terganggu terutama pada saat-saat dibutuhkan pelanggan untuk keperluan bekerja ataupun hiburan. Pada ulasan di atas juga pelanggan mengungkapkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang kurang responsif dengan ketidaktepatan jadwal kedatangan teknisi untuk melakukan perbaikan. Hal ini menimbulkan kekecewaan dari pelanggan karena pelanggan mendapatkan layanan yang tidak bagus dan merasa diabaikan dalam penyelesaian kendala.

LITERATUR REVIUW

Kajian Pustaka

1. Administrasi Bisnis

Menurut Siagian (2010) “administrasi bisnis merupakan keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang atau jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut di tangan konsumen”.

2. Kualitas Produk

Menurut Sunarto (2006:73) mengemukakan bahwa “kualitas produk berarti kualitas kerja atau kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, perusahaan memilih tingkat fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran dan tingkat produk pesaing”.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Rusydi (2017:39), berpendapat “Bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaing.”

4. Kepuasan Pelanggan

Mahira et al (2021), “Kepuasan pelanggan di sebut sebagai ungkapan emosional seseorang terhadap produk berdasarkan aspek ekspektasi terhadap produk berupa pengalaman akumulatif, atau setelah produk jasa tersebut dipilih.”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Menurut Sugiyono (2015:11) menyebutkan “Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.”

Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling, yang menurut Sugiyono (2015:122) “nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Teknik spesifik yang digunakan adalah accidental sampling, yang menurut Notoatmodjo (2010) “Accidental Sample atau sampel kebetulan yaitu pengambilan sampel secara aksidental (accidental) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Ghozali (2018:19), “Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi”.

Gambar 4.4

Uji Hasil Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X1	100	10	50	39,08	8,144
X2	100	10	50	40,19	8,079
Y	100	10	50	39,86	7,698
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Hasil Penelitian Diolah Menggunakan SPSS 29.0.2.0 (20)

Berdasarkan Tabel 4.4, seluruh data penelitian dianggap normal dan layak diolah karena semua variabel memiliki nilai rata-rata (mean) yang lebih besar dari nilai standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi luas, namun ada kemungkinan kesalahan dalam pengumpulan dan pengolahan data, sehingga analisis lebih lanjut diperlukan untuk memastikan keakuratan dan keandalan data. Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai rata-rata 39,08 dan standar deviasi 8,144; variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai rata-rata 40,19 dan standar deviasi 8,079; serta variabel kepuasan pelanggan (Y)

memiliki nilai rata-rata 39,86 dan standar deviasi 7,698. Dengan demikian, semua variabel menunjukkan data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi.

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk ketiga variabel dinyatakan valid karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0.195). Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai R_{hitung} berkisar antara 0,801 hingga 0,914; variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai R_{hitung} berkisar antara 0,838 hingga 0,921; variabel kepuasan pelanggan (X3) memiliki nilai R_{hitung} berkisar antara 0,811 hingga 0,933. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada ketiga variabel tersebut valid untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,814 berarti 81,4% dari variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 18,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terlibat dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengujian pada uji T, hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Berdasarkan hasil pengujian pada uji T, hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Berdasarkan hasil pengujian pada uji F dan koefisien determinasi, hasil penelitian menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Maka, dari ketiga hipotesis yang diajukan oleh peneliti didapatkan hasil bahwa hipotesis dapat diterima.

SARAN

Peneliti menyadari bahwa pengetahuan serta pengalaman peneliti baik secara teori maupun secara praktisi masih terbatas. Tetapi, peneliti ingin mengajukan saran untuk peneliti selanjutnya dan untuk perusahaan supaya bisa diimplementasikan untuk menjadi acuan apa saja yang menjadi faktor dan pengaruh kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain untuk memberikan gambaran yang lebih luas lagi tentang apa saja yang menjadi faktor kepuasan pelanggan selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, dan peneliti selanjutnya bisa menambahkan lagi ukuran sampel yang lebih banyak untuk meningkatkan reliabilitas dan validitas dari hasil penelitian.
2. Bagi perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produk, misalnya peningkatan stabilitas jaringan untuk mengurangi gangguan pada layanan dan melakukan upgrade pada peralatan untuk menambah performa kinerja produk yang optimal. Dan, perusahaan harus meningkatkan juga kualitas pelayanan, misalnya dengan keahlian karyawan dalam memahami tentang produk dan layanan ditawarkan kepada pelanggan dan karyawan harus mempunyai respon yang baik bagi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. VOL. 12 (1) 2020, 32-39, 32-29.
- Afnina, Y. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan . VOL 9, NO 1 JANUARI

2018, 21-30.

- Anggy Giri Prawiyogi, T. L. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar . Volume 5 Nomor 1 Tahun 2021 , 446-452..
- Anxian N. L. C. Ferre, A. L. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (PADA PENGGUNA PRODUK INDIHOME PT.TELKOM AKSES KOTAMOBAGU). Vol. 11 No. 02 Mei 2023, 190-204 .
- Basrah Saidani, S. A. (2012). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI PADA RANCH MARKET . Vol. 3, No. 1, 2012 , 1-22.
- Dayanti, E. N. (2014). PEMANFAATAN MEDIA MOCK-UP TENTANG ENERGI LISTRIK UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR DALAM MATA PELAJARAN IPA PADA SISWA KELAS VI SDN GELAM II CANDI SIDOARJO . Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan, 1-7.
- Iis Maulidah, J. W. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO JEMBER. Volume 13 Nomor 1 (2019), 26-29.
- Indra Surya Permana, R. S. (2017). PENGARUH FAKTOR MOTIVASI INTRINSIK DAN EKSTRINSIK TERHADAP KINERJA PERAWAT DI RSUD 45 KABUPATEN KUNINGAN . ISSN: 2302-7169 Vol. 6 No. 1 Januari – Juni 2017, 130-147.
- Indri Kartini Tampanguma, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado . Vol. 3 No. 1, 2022 | e-ISSN. 2723-0112 , 7-12.
- Inka Janita Sembiring, S. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang) . Vol. 15 No. 1 Oktober 2014, 1-10.
- Mahira, P. H. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME . Volume 2, 2021 | hlm.1267- 1283 , 1267-183.
- Malik Ibrahim, S. M. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. Vol.4, No.1 Februari 2019, 175 - 182 .
- Setiawan, A. (2019). FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DALAM MENGGUNAKAN INFORMASI AKUNTANSI. Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis (JTTB), 93-103.
- Sumarna, J. J. (2024). Perkembangan Nilai Tukar Petani (NTP) Jawa Barat dan Korelasinya dengan Tenaga Kerja, Inflasi, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Sektor Pertanian Jawa Barat. Jurnal Ilmiah Pertanian, 129-133.