

# KORELASI

Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi

Volume 2, 2021 | hlm.1267-1283

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME

Mahira<sup>1\*</sup>, Prasetyo Hadi<sup>2</sup>, Heni Nastiti<sup>3</sup>

mahira69@upnvj.ac.id, prasetyohadi@upnvj.ac.id, heni@upnvj.ac.id

\*Penulis Korespondensi

### Abstrak

Saat ini perkembangan internet meningkat setiap tahunnya, hal ini menjadikan besarnya peluang bagi perusahaan jasa penyedia layanan internet. Salah satunya adalah PT. Telkom Akses (PTTA) dengan produknya yaitu Indihome, namun saat ini terjadi masalah pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga rumusan masalah yang ditetapkan yaitu apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan populasi dari penelitian ini yaitu pengguna Indihome di wilayah tanjung priok, Jakarta Utara dengan sampel sebesar 50 pelanggan yang pernah atau sedang menggunakan Indihome dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS 3.0 Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

### Abstract

*Currently, the development of the internet is increasing every year, this makes a big opportunity for internet service providers. One of them is PT. Telkom Akses (PTTA) with its product, namely Indihome, but currently there are problems with the quality of the product and the quality of service provided. So that the formulation of the problem set is whether product quality and service quality affect Indihome customer satisfaction. This study aims to prove and analyze the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Indihome. This study uses quantitative data types with the population of this study, namely Indihome users in the Tanjung Priok area, North Jakarta with a sample of 50 customers who have used or are currently using Indihome with a purposive sampling method. The analysis technique used in this research is Partial Least Square (PLS) with software. SmartPLS 3.0 The results obtained from this study are (1) Product Quality has a significant effect on customer satisfaction (2) service quality has a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan digital seperti saat ini, kebutuhan masyarakat akan suatu produk semakin beragam, tidak hanya berupa barang, namun kebutuhan akan produk jasa (Utami dkk, 2019). Perkembangan jasa begitu pesat serta memegang peranan penting dalam perekonomian. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan jasa yaitu perubahan demografis, globalisasi, dan kemajuan pada teknologi. Misalnya, pada bidang telekomunikasi seperti internet, saat ini internet memegang peranan yang begitu penting bagi kehidupan masyarakat (Tjiptono & Diana, 2016 hlm. 195). Karena, internet berguna untuk memudahkan manusia dalam mencari beragam informasi. Seiring dengan pentingnya internet pada era globalisasi saat ini, sejalan pula dengan tingkat pengguna internet di Indonesia yang meningkat dari tahun ke tahun.

Selain itu, saat ini peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia juga dipengaruhi oleh adanya penerapan PSBB akibat wabah Covid-19. Kondisi pandemi telah mengubah gaya hidup di masyarakat, yang dimana saat ini masyarakat harus menyesuaikan diri dengan diberlakukannya protokol kesehatan. Sehingga, 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.

Tentunya hal ini menjadi peluang yang besar bagi perusahaan telekomunikasi dalam menawarkan jasa Internet, salah satunya adalah PT.Telkom Indonesia yang merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi di Indonesia, ia memiliki berapa anak perusahaan, salah satunya adalah PT.Telkom Akses (PTTA) yang bergerak di bidang penyedia layanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan dengan produknya yaitu Indihome. Saat ini, jaringan Indihome tersebar diseluruh wilayah di Indonesia. Indihome menarik pelanggannya dengan menawarkan berbagai keunggulan dan manfaat produk yang dimiliki, seperti pada layanan Indihome, jaringan internet yang digunakan adalah teknologi fiber optik yang lebih stabil dan lebih cepat ketika pelanggan mengakses internet. Keunggulan lain yang dimiliki Indihome ialah dapat mengirimkan data hingga 300Mbps, dan tahan lama dalam kondisi atau cuaca apapun. Selain itu, Indihome juga memberikan beragam pilihan kecepatan dan pilihan paket yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggannya. (Indihome, n.d.).

PT.Telkom Akses (PTTA) memiliki komitmen untuk dapat menghadirkan pelayanan koneksi Internet yang berkualitas dan juga menjamin kepuasan kepada seluruh pelanggannya (Anonymous, 2017). Menurut Tjiptono (2018 hlm.17) didalam pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan faktor utama untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan, karena tujuan sebuah perusahaan dapat tercapai apabila pelanggan merasa puas terhadap suatu produk atau jasa. Namun, berdasarkan ulasan (CNN Indonesia,2020) menjelaskan bahwa banyaknya pelanggan yang memberikan keluhan melalui media sosial *twitter* karena ketidakpuasan pelanggan terhadap jaringan Indihome yang bermasalah pada saat menjalankan kegiatan *work from home* ditengah pandemi covid-19. Indihome menjadi *trending topic* di *twitter* yang disebabkan oleh beberapa pengguna Indihome yang menyatakan keluhan mereka Karena buruknya kualitas jaringan sehingga tidak dapat mengakses internet kemudian, terdapat beberapa keluhan pelanggan terkait dengan pelayanan Indihome yang dikatakan kurang memuaskan, pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan *customer service* Indihome, karena lamanya respon yang diberikan dan kurang memberikan solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan (Ucu, 2020).

Selain itu pernyataan lainnya berasal dari laman mediakonsumen.com yang menjelaskan bahwa beberapa pelanggan indihome khususnya pelanggan yang berada di wilayah Tanjung

Priok Jakarta Utara memberikan keluhan terkait dengan pelayanan yang diberikan pihak Indihome. Pelayanan yang diberikan dirasa kurang layak, karena ketika terjadi masalah pada jaringan internet indihome, respon dari pihak *customer service* Indihome yang lambat, bahkan pelanggan harus menunggu beberapa hari untuk dapat diperbaiki. kemudian keluhan lain juga terkait jaringan internet indihome yang kurang stabil, sehingga menghambat aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan (Sondakh, 2020). Sehingga, dengan adanya beberapa penjelasan tersebut maka terindikasi adanya masalah kepuasan pelanggan pada Indihome.

Berdasarkan hal yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?. Serta tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menganalisis kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Indihome.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Penelitian terdahulu***

Penelitian yang dilakukan oleh Caroline dkk (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan Tingkat Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BCA *Finance* kantor pusat Pondok Indah Jakarta Selatan”.kemudian penelitian yang dilakukan oleh Tjiptaningsih & Aryani (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada restoran *fast food* Pizza Hut di Jakarta Selatan)”. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Putri & Widodo (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome pada Wilayah Antapani Kota Bandung”. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Lesmana & Ratnasari (2019) dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa”. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Fatimah (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan *Domino’s Pizza* Pamulang Barat”. Selanjutnya penelitian dari Agusta (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Kasus Masyarakat RW 006 Kelurahan Bambu Apus)”. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Mumek dkk (2020) dengan judul berjudul “Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Garuda *Airlines* Kelas Ekonomi Rute Manado-Jakarta”. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rishi Kant & Deepak Jaiswal (2017) yang berjudul “*The Impact of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction an Empirical Study on Public Sector Banks in India*”. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Cung & Rizki (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Customer Value* terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Indihome PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk di Jakarta”. Selanjutnya penelitian Kasturi dkk (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan,dan Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan”. Kemudian penelitian dari Aulijaa FR dkk (2019) dengan judul “Pengaruh bauran promosi, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT.Telkom Indonesia”. Dan yang terakhir penelitian yang dilakukan oleh Armanto (2018) dengan judul “Pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome *Triple Play*”.

### ***Pemasaran***

Menurut Tjiptono & Diana (2016, hlm.5) menyatakan bahwa “Pemasaran mempunyai tujuan yang beragam, diantaranya adalah mewujudkan kesejahteraan perusahaan dan pelanggan, mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi serta memperoleh manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.” Kemudian diikuti juga dengan pernyataannya bahwa “pemasaran berkaitan dengan sebuah usaha memuaskan kebutuhan pelanggan.”

Menurut WY. Stanton dalam Oentoro (2012, hlm.1) Pemasaran merupakan sebuah sistem yang saling terkait satu sama lain, dan bertujuan untuk melakukan perencanaan, membuat penentuan untuk harga, hingga kegiatan promosi dan pendistribusian produk baik berupa barang maupun jasa yang dapat memberi kepuasan bagi pelanggan. Menurut Fandy tjiptono & Diana (2018, hlm.16) Didalam pemasaran terdapat konsep pokok yang terdiri dari kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan menjadi hal utama yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis.

### ***Perilaku Konsumen***

Menurut Wibowo dan Moh Fausi (2017, hlm.43) Perilaku Konsumen adalah sebuah tindakan, kegiatan, dan proses psikologis pelanggan pada saat ingin melakukan pembelian, penggunaan, serta menghabiskan produk barang atau jasa tersebut. Menurut Tjiptono & Diana (2016, hlm.14) perilaku konsumen merupakan keberhasilan suatu bisnis dapat didapat ketika pelaku bisnis bisa memahami perilaku konsumen beserta dengan keinginan dan kebutuhannya.

### ***Kepuasan Pelanggan***

Menurut Richard L. Oliver dalam Tjiptono & Diana (2018, hlm.16), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dikatakan sebagai sebuah respon emosional seseorang yang mencakup beberapa aspek seperti ekspektasi terhadap produk, pengalaman penggunaan, dan seterusnya, respon tersebut terjadi pada waktu tertentu seperti pada saat setelah produk digunakan, pengalaman akumulatif, atau setelah produk jasa tersebut dipilih (Tjiptono & Chandra, 2012 hlm.59). Menurut Tjiptono (2014,hlm.368) kepuasan pelanggan dibagi menjadi 2 indikator, antara lain : Bersedia untuk memberikan rekomendasi, dan penggunaan berkelanjutan.

### ***Kualitas Produk***

Menurut Tjiptono & Chandra (2017, hlm.231) menjelaskan bahwa produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh pelanggan.

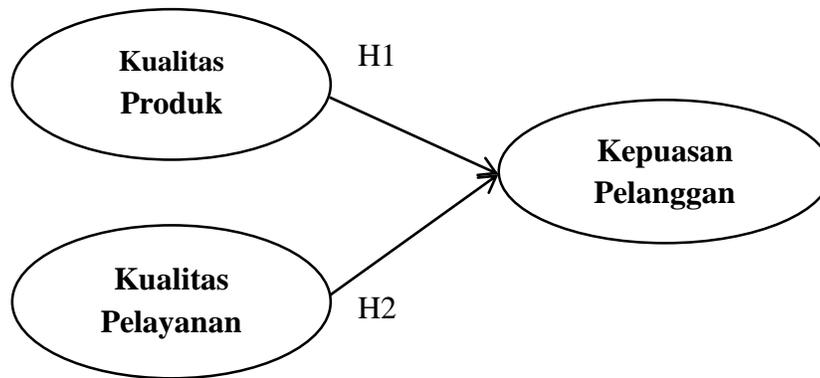
Kualitas produk adalah kemampuan pada suatu produk yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, bahkan dapat melebihi harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016). Apabila produk jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, namun apabila produk jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama dengan apa yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas (Tjiptono & Diana, 2018). Menurut Haris & Welsa (2018) juga menyatakan bahwa kualitas Produk memiliki beberapa indikator diantaranya adalah: Reliabilitas (*Reliability*), Daya tahan (*Durability*) dan kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*).

### ***Kualitas Pelayanan***

Menurut Kasmir (2017,hlm.47) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Suryani (2017, hlm.91) Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Menurut Sangadji & Sopiah (2013) Indikator Kualitas pelayanan dibagi menjadi 5 (lima) diantaranya : Keandalan, Responsibilitas, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik.

### ***Model penelitian Empiris***

Gambar 1. Model Penelitian Empiris



Sumber : data diolah (2021)

### ***Hipotesis***

- H1 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk Indihome.
- H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk Indihome.

## **METODE PENELITIAN**

### ***Penentuan Populasi dan Sampel***

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014,hlm.84) menjelaskan bahwa, *Nonprobability sampling* adalah suatu teknik dalam pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama untuk setiap unsur atau anggota populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel. Menurut Ferdinand (2014, hlm.179) mengatakan bahwa, *Purposive sampling* merupakan jenis pengambilan sampel dimana peneliti sudah mengetahui informasi yang diperlukan dapat didapatkan dari satu kelompok tertentu yang dirasa mampu memberikan informasi yang diinginkan dan telah memenuhi kriteria yang diinginkan oleh peneliti.

Ukuran sampel ditentukan berdasarkan gagasan *Roscoe* dalam Ferdinand (2014,hlm.173) yang menjelaskan bahwa jumlah sampelnya dapat ditentukan dengan cara jumlah variabel independen (X) dikalikan dengan 25. Sehingga variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Berdasarkan ketentuan tersebut, disimpulkan bahwa besar jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah : 2 variabel independen x 25 = 50 sampel. Maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 sampel.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibuat melalui *google form* kepada responden yang pernah atau sedang menggunakan Indihome di wilayah Tanjung priok, Jakarta Utara.

### ***Teknik Analisis Data***

Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan nilai *loading factor* dan analisis inferensial dengan menggunakan bantuan *software smartPLS 3.0*

### ***Analisis deskriptif***

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan *output* pada PLS yang didasarkan pada nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* bertujuan untuk menentukan kelayakan suatu indikator dengan variabel latennya atau untuk menyatakan korelasi antara suatu indikator terhadap variabel latennya (Santosa, 2018). Berikut ini adalah tabel interpretasi nilai *loading factor* menurut (Hair dkk, 2010) :

Tabel 1. Interpretasi Nilai *Loading Factor*

<b>Loading Factor</b>	<b>Interpretasi</b>
0,00 – 0,20	Sangat Rendah
0,21 - 0,40	Rendah
0,41 - 0,70	Tinggi
0,71 - 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : Hair dkk. (2010)

### ***Uji Instrumen***

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan suatu uji untuk mengukur valid atau tidaknya suatu intrumen yang akan digunakan. Berikut ini menurut Ghazali (2014,hlm.39) uji validitas yang dilakukan untuk indikator dari variabel yang bersifat reflektif dan formatif, sebagai berikut :

##### **a. Uji Validitas Model Reflektif**

dilakukan dengan menganalisis *convergent validity*, dan *discriminant validity*. Uji *convergent validity*, *loading factor* dan juga AVE dinyatakan cukup dengan ketentuan apabila nilainya sebesar 0,50 sampai 0,60. Kemudian, pada uji *discriminant validity*,

terdapat saran apabila nilai akar AVE harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2014 hlm.39).

b. Uji Validitas Model Formatif

dilakukan dengan menganalisis nilai *cross loading* yaitu apabila nilai konstruk yang lebih besar dari 0,50 dinyatakan valid. Kemudian, dapat dianalisis juga menggunakan nilai VIF dengan skor <5 (kurang dari 5), maka konstruk dinyatakan valid atau dapat dipertimbangkan untuk analisis berikutnya.

**2. Uji Reliabilitas**

Menurut Ferdinand (2014,hlm.218) reliabilitas merupakan suatu instrumen pengukuran yang terpercaya atau *reliable* dan menunjukkan hasil yang sama pada saat dilakukan pengukuran. Uji reliabilitas pada model indikator atau dimensi reflektif dan formatif yaitu, sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas Reflektif

Uji reliabilitas pada model indikator reflektif menggunakan 2 (dua) kriteria yakni *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Kemudian konstruk dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* diatas 0,70. Berikut ini adalah kriteria reliabilitas yang didasarkan pada nilai *alpha* yaitu:

Tabel 2. Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai *Alpha*

<i>Alpha</i>	<i>Tingkat Reliabilitas</i>
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 – 0,40	Agak Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 0,100	Sangat Reliabel

Sumber : Ghozali (2014 hlm.52)

b. Uji Reliabilitas Formatif

Uji reliabilitas pada model indikator formatif dilakukan menggunakan nilai rata-rata *Outer Weight*. Apabila nilai rata-rata *Outer weight* >0,70 maka indikator atau dimensi pada variabel tersebut dikatakan memiliki reliabilitas yang baik.

***Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)***

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin baik variabel-variabel independen dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk dapat memprediksi variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2016 hlm.95).

***Uji T (Uji Parsial)***

Perhitungan uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel secara individual terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Tabel 3. Hasil *Loading Factor* Responden pada Variabel Kepuasan Pelanggan

<b>Indikator Kepuasan Pelanggan</b>	<b>Butir Pernyataan</b>	<b><i>Loading Factor</i></b>	<b>Rata-rata <i>Loading factor</i> per Indikator</b>
Bersedia Merekomendasikan produk pada orang lain	<b>KP1</b>	<b>0,874</b>	0,873
	KP2	0,872	
Penggunaan Berkelanjutan	KP3	0,836	0,820
	<b>KP4</b>	<b>0,804</b>	
<b>Jumlah</b>			<b>0,847</b>

Sumber : Hasil Output PLS 3.0 (2020)

Nilai *loading factor* tertinggi terdapat pada butir KP1 termasuk dalam kategori sangat tinggi, kemudian pada nilai *loading factor* terendah pada variabel kepuasan pelanggan terdapat pada butir KP4 termasuk dalam kategori sangat tinggi dan rata-rata 0,847 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Tabel 4. Hasil *Loading Faktor* Responden Pada Variabel Kualitas Produk

<b>Indikator Kualitas Produk</b>	<b>Butir Pernyataan</b>	<b><i>Loading Factor</i></b>	<b>Rata-rata <i>Loading Factor</i> per Indikator</b>
Reliabilitas	<b>KPK1</b>	<b>0,382</b>	0,556
	KPK2	0,729	
Kesesuaian dengan Spesifikasi	KPK3	0,797	0,836
	<b>KPK4</b>	<b>0,874</b>	
Daya Tahan	KPK5	0,794	0,739
	KPK6	0,684	
<b>Jumlah</b>			<b>0,710</b>

Sumber: (Hasil Output PLS 3.0, 2020)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai total rata-rata *loading factor* sebesar 0,710. Dimana pada tabel interpretasi termasuk kedalam kategori sangat tinggi. nilai *loading factor* tertinggi terdapat pada butir KPK4 termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Kemudian, pada nilai *loading factor* terendah terdapat pada butir pernyataan KPK1 termasuk kedalam kategori rendah.

Tabel 5. Hasil Loading Faktor Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan

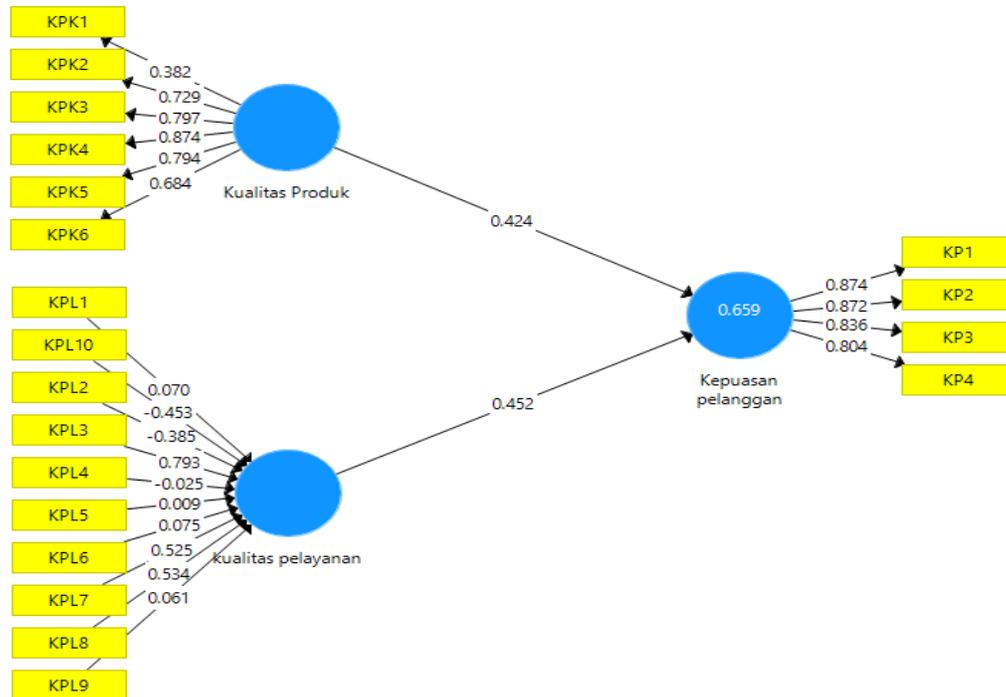
Indikator Kualitas Pelayanan	Butir Pernyataan	Loading Factor	Rata-rata Loading Factor per Indikator
Daya Tanggap	KPL1	0,697	0,673
	KPL2	0,648	
Empati	<b>KPL3</b>	<b>0,830</b>	0,751
	KPL4	0,672	
Jaminan	KPL5	0,568	0,529
	KPL6	0,490	
Keandalan	KPL7	0,658	0,672
	KPL8	0,686	
Produk Fisik	KPL9	0,454	0,472
	<b>KPL10</b>	<b>0,489</b>	
<b>Jumlah</b>			<b>0,619</b>

Sumber : (Hasil Output PLS 3.0, 2020)

Berdasarkan pada tabel diatas, rata-rata nilai *loading factor* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,619 yang termasuk kedalam kategori tinggi. Nilai *loading factor* tertinggi pada variabel kualitas pelayanan terdapat pada butir KPL4 termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Kemudian, nilai *loading factor* terendah terdapat pada butir KPL10 termasuk kedalam kategori tinggi.

**Model Pengukuran (Outer Model)**

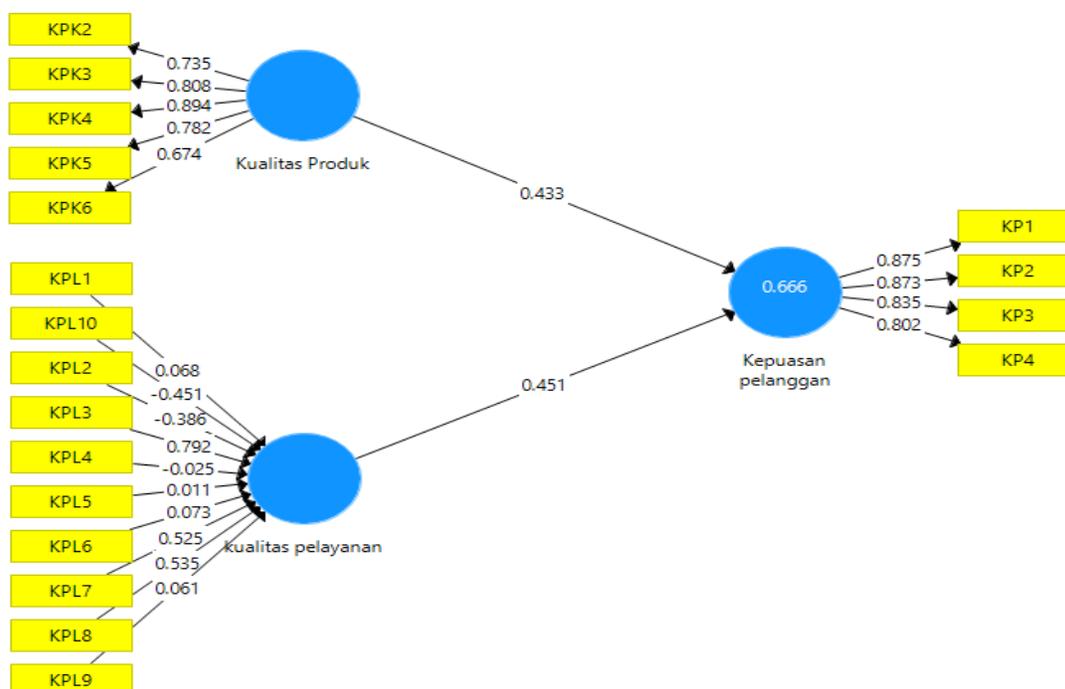
Gambar 2. Model Penelitian



Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Menurut Ghozali (2014, hlm.39) Suatu indikator dapat dianggap valid apabila memiliki nilai korelasi diatas 0,7. Namun, pada riset tahap pengembangan skala loading 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima. Sedangkan pada gambar diatas, variabel kualitas produk dikatakan tidak valid, karena terdapat nilai 0,382 pada butir KPK1 sehingga harus dihilangkan dan tidak dapat dihadirkan dalam analisis pengujian data berikutnya.

Gambar 3. Model Penelitian Setelah Re-Estimasi



Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Berdasarkan hasil perhitungan ulang yang ditunjukkan pada gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pada setiap indikator telah memenuhi syarat dan dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan seluruh nilai korelasi memiliki nilai *loading factor* >0,50. Sehingga dapat dinyatakan bahwa pengukuran outer model telah berhasil dan dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

**Uji Validitas**

**1. Uji Validitas Model Reflektif**

a. Uji Validitas Konvergen

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Konvergen melalui Nilai *Loading Factor*

Indikator	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Produk (X1)
KP1	0,875	
KP2	0,873	
KP3	0,835	

<b>KP4</b>	<b>0,802</b>
KPK2	0,735
KPK3	0,808
<b>KPK4</b>	<b>0,894</b>
KPK5	0,782
<b>KPK6</b>	<b>0,674</b>

Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai loading faktor secara keseluruhan memiliki nilai  $>0,50$  pada setiap indikator pernyataan. Maka dapat disimpulkan bawa instrument pernyataan pada indikator yang digunakan dalam pada penelitian ini telah valid dan memenuhi persyaratan uji validitas konvergen (*Convergent Validity*).

b. Uji Validitas Diskriminan

Tabel 7. *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kualitas Produk (X1)	0,612
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,717

Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai AVE diatas 0,50 untuk seluruh variabel yang bersifat reflektif. Sehingga dapat dikatakan valid dan memenuhi syarat uji validitas diskriminan (*Discriminant Validity*).

**2. Uji Validitas Model Formatif**

Berikut ini adalah hasil output outer VIF menggunakan *software smartPLS 3.0* untuk variabel kualitas produk :

Tabel 8. Nilai Outer VIF dari Variabel Kualitas Pelayanan

<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>VIF</b>
KPL1	2,859
KPL2	3,699
KPL3	4,568
KPL4	3,153
KPL5	1,880
KPL6	2,575
KPL 7	2,761
KPL8	1,858
KPL9	1,771
KPL10	3,789

Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF pada seluruh butir pernyataan dalam variabel Kualitas pelayanan dari KPL1 hingga KPL10 memperoleh nilai <5. Sehingga, seluruh instrument atau butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dikatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

**1. Uji Reliabilitas Model Reflektif**

Tabel 9. Uji Reliabilitas

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kualitas Produk	0,865	0,811
Kepuasan Pelanggan	0,910	0,868

Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Berdasarkan pada hasil reliabilitas, hasil output *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* mendapatkan hasil >0,7. sehingga, Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel telah dikatakan reliabel dan dapat memenuhi kriteria.

**2. Uji Reliabilitas Model Formatif**

Tabel 10. Nilai *Outer Weight*

	<i>Outer Weights</i>
Kualitas Pelayanan	0,880

Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Berdasarkan pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *outer weight* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,880. Maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan telah reliabel dan instrument pernyataan yang digunakan dapat dimengerti dengan baik oleh seluruh responden.

**Model Struktural (Inner Model)**

**Uji R Square**

Tabel 11. Nilai R Square

	<i>R Square</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,666

Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Berdasarkan pada tabel berikut, dapat diketahui bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,666. Dengan demikian hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan Indihome di wilayah tanjung priok Jakarta utara yaitu sebesar 66,6%.

**Uji T Statistik**

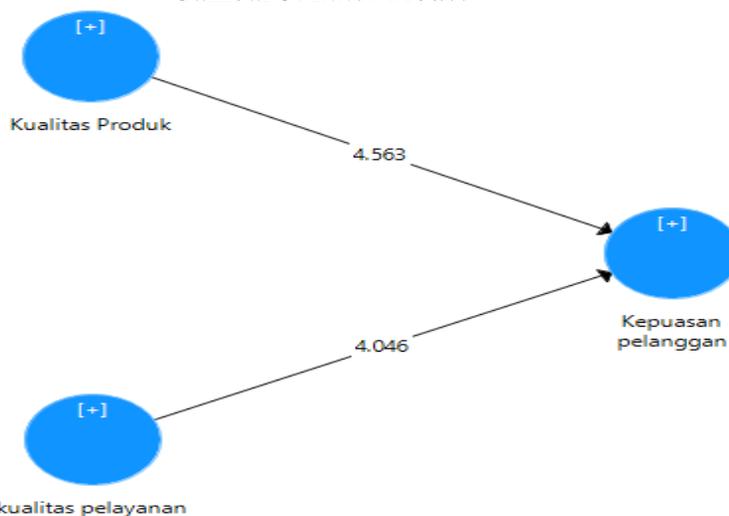
Berdasarkan pada hasil pengolahan data untuk uji signifikansi (Uji T) diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 12. Uji T Statistik

				Original Sample (O)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
Kualitas Produk	->	Kepuasan Pelanggan		0,433	4,563	0,000
Kualitas Pelayanan	->	Kepuasan Pelanggan		0,451	4,046	0,000

Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

Gambar 5. Inner Model



Sumber : Hasil output PLS 3.0 (2020)

**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan, sehingga variabel kualitas produk memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kemudian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel kualitas produk meliputi reliabilitas, kesesuaian dengan spesifikasi, dan daya tahan memiliki kontribusi yang besar untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Yang mana dapat dilihat dari hasil penelitian, bahwa produk yang diberikan Indihome memiliki kualitas yang baik. Dan dari hasil pengolahan data uji t statistik tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lesmana & Ratnasari,2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, selain itu, hasil dari penelitian (Cung & Rizki,2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian yang dilakukan (Cung & Rizki, 2019), dan (Kasturi et al., 2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan***

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan, sehingga variabel kualitas pelayanan memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, responsibilitas, jaminan, empati dan bukti fisik kontribusi yang besar untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Yang mana dapat dilihat dari hasil jawaban responden, bahwa kualitas layanan Indihome seperti cepatnya respon yang diberikan karyawan sesuai dengan harapan pelanggan. Dan dari hasil pengolahan data uji t statistik tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Caroline dkk (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk Indihome berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lalu penelitian yang dilakukan oleh Tjiptaningsih & Aryani (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Putri & Arry (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan penelitian yang dilakukan oleh Lesmana & Ratnasari (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dilanjutkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cung & Rizki (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Aulijaaf dkk (2019) dan Armanto (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **SIMPULAN**

Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome, yang dapat diartikan bahwa kualitas pada produk Indihome yang meliputi reliabilitas, daya tahan, dan kesesuaian dengan spesifikasi berpengaruh dan signifikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Kemudian, Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan Indihome yang meliputi keandalan, responsibilitas, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agusta, F. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan JNE (Studi Kasus Masyarakat Rw.06 Kelurahan Bambu Apus). 17–27.
- APJII. (2017). Hasil Survei Penetrasi Pengguna Internet. Retrieved from

- <https://apjii.or.id/survei2017>
- APJII. (2018). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Apjii*, 6. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2018>
- Armanto, I. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1282. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p06>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Aulijafr, A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia, Jakarta Timur. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol*, 3(1), 71–79.
- Caroline, R. jessica, Simarmata, P., & Murtatik, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BCA Finance Kantor Pusat Pondok Indah Jakarta Selatan. 4(1), 67–82.
- CNN Indonesia. (2020, April). Netizen Cibir Jaringan IndiHome Sering Lambat Kala WFH Corona.
- Cung, kevin candra, & Rizki, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Indihome PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Di Jakarta.
- Damayanti, E. (2020, April). Apa Kabar Mahasiswa Dengan Kuliah Daringnya ? Retrieved from <https://muda.kompas.id/baca/2020/04/17/apa-kabar-mahasiswa-dengan-kuliah-daringnya/>
- Fandi Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Fatimah, S. K. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Domino's Pizza Pamulang Barat. 1–20.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen)* (5th ed.). Agf Books.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). 2(2).
- Haryanto, A. T. (2019, May 16). Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial. Retrieved from <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>
- Haryanto, A. T. (2020). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. *Detikinet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Herianto Ari wibowo dan Moh Fausi, SH., M. (2017). *Pelayanan Konsumen*. Parama Publishing.
- Indihome.co.id. (n.d.). *Indihome*. Retrieved from <https://www.indihome.co.id/>
- Indihome. (n.d.). Internet Indihome. Retrieved from <https://www.indihome.co.id/internet>
- Indihome. (2020). Pengguna Indihome di Wilayah Jakarta Utara tahun 2020. Jakarta.

- Info Perusahaan BUMN dan Swasta. (2017). Bumn-Swasta.Web.Id. Retrieved from <http://www.bumn-swasta.web.id/2017/03/pt-telkom-akses.html>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasturi, D., Suharyati, S., & Nastiti, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *PERWIRA-Jurnal ...*, 2, 155–175.
- Kompas.com. (2020). Data Covid-19 Di Indonesia. Retrieved from <https://www.kompas.com/covid-19>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th ed.). Boston: Pearson.
- KumparanTECH. (2020, November 10). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020 Capai 196,7 Juta, Naik karena WFH. Retrieved from <https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL/full>
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Mumek, L., Tampi, J. R. E., & Tamengkel, L. F. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Garuda Indonesia Airlines Kelas Ekonomi Rute Manado-Jakarta. *Productivity*, 1(4), 306–311. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/30036>
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Novianty, D. (2020). Riset Ini Ungkap Kualitas Layanan Fixed Broadband IndiHome Selama Pandemi. *Suara.Com*. Retrieved from <https://www.suara.com/teknologi/2020/10/12/133814/riset-ini-ungkap-kualitas-layanan-fixed-broadband-indihome-selama-pandemi>
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang.
- Pengguna Internet Kala WFH Corona Meningkatkan 40 Persen di RI. (2020). *CNN Indonesia*.
- Putri, M. N., & Arry, W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Wilayah Antapani Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(3).
- Rangkuti, F. (2017). *Customer care excellence meningkatkan kinerja perusahaan melalui Layanan prima*. Jakarta: Gramedia.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. CV Budi Utama.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rode Sondakh, P. (2020, October 5). Pelayanan Indihome dan Teknisi Wilayah Jakarta Utara Sangat Tidak Layak.
- Rusyidi. (2017). *Customer Excellent*. Gosyen.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (W. Nikoemus, Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Andi Publisher.
- Sarjono, H. dan J. W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyanto. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (A. Cristian, Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Suryani. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia.
- TimdetikInet. (2020, August). Negara Down, Indihome Puncaki Trending Topic Twitter. *Detikinet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5131317/negara-down-indihome-puncaki-trending-topic-twitter>
- Tjiptaningsih, D. S., & Aryani, L. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Pada Restoran Fast Food Pizza Hut Di Jakarta Selatan ). *Online Journal & Proceeding Universitas Jendral Soedirman*, 4(1), 202–215.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4* (IV; Andang, Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2018). *Pelanggan puas? Tak cukup*. Yogyakarta: Andi.
- Ucu, K. R. (2020). Pelanggan Keluhkan Layanan Internet Indihome. *Republika.Id*. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/qi0u3r282/ampun-internet-indihome-bikin-naik-darah>
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2, 170–178.