

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Indihome terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Telkom Witel Magelang

Ira Irmawati
Universitas Tidar

Budi Rahardjo
Universitas Tidar

Korespondensi penulis: irmawatiirra@email.com

Abstract

The development of the times has an influence on increasing human needs in various aspects, one of which is human needs in the field of technology. The development of information and communication technology encourages industrial companies to fulfill customer needs, so that companies are superior to competitors and dominate the market. The purpose of this study was to analyze the effect of product quality and service quality on customer satisfaction for IndiHome PT.Telkom Witel Magelang products. The quantitative method used in this study utilized primary data from questionnaires which were distributed to respondents who were consumers of IndiHome products at PT. Telkom Witel Magelang. The sample used is 100 respondents based on purposive sampling method. Methods of data analysis, namely descriptive statistics, coefficient of determination, correlation coefficient, significant F test, and significant t test. The results showed that product quality and service quality partially or simultaneously affect customer satisfaction. The results have implications for PT. Telkom Witel Magelang's efforts to improve product quality and service quality for the products offered.

Keywords: *product quality, service quality, and customer satisfaction*

Abstrak

Perkembangan zaman memberikan pengaruh terhadap peningkatan kebutuhan manusia dalam berbagai aspek, salah satunya kebutuhan manusia pada bidang teknologi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong perusahaan industri pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan, agar perusahaan lebih unggul dengan pesaing dan menguasai pasar. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk IndiHome PT.Telkom Witel Magelang. Kuantitatif metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan data primer dari kuesioner yang dibagikan kepada responden konsumen produk IndiHome PT.Telkom Witel Magelang. Sampel yang digunakan adalah 100 responden berdasarkan purposive sampling metode. Metode analisis data yaitu statistik deskriptif, koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji signifikan F, dan uji signifikan t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya berimplikasi pada upaya PT.Telkom Witel Magelang meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan bagi produk yang ditawarkan.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan

LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman memberikan pengaruh pada peningkatan kebutuhan manusia dalam berbagai aspek, salah satunya kebutuhan manusia dibidang teknologi informasi dan komunikasi dimana kini mengalami kemajuan cukup kompleks yang menimpa kebutuhan komunikasi antar pribadi pada berbagai tingkatan masyarakat. (Putri et al., 2021) Kemudahan dan kekuatan koneksi yang ada saat ini mendorong seluruh lapisan masyarakat untuk berinteraksi secara sistematis, cepat, mudah, dan murah serta mampu untuk terhubung kapan pun dan dimana pun yang mereka inginkan (Diki et al., 2020)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong perusahaan industri dalam upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan harapan dan keinginannya supaya perusahaan mampu lebih unggul dengan pesaing dan mampu untuk menguasai pasar (Ibrahim & Thawil, 2019). Kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat erat kaitanya dengan kepuasan pelanggan. Perananya dapat mendorong pelanggan untuk membentuk hubungan yang kuat dengan perusahaan. secara hubungan jangka panjang dapat memberikan pemahaman yang akurat sesuai harapan dan kebutuhan pelanggan. (Lesmana, 2017) Sehingga perusahaan dapat memaksimalkan guna meningkatkan kepuasan pelangganya. Kepuasan pelanggan pada pemilihan produk berdasarkan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dibagikan perusahaan melalui produk atau jasanya (Triana et al., 2017)

Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia, PT Telkom Indonesia (Persero). Pemegang saham perusahaan Telkom mayoritas adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52,09% dan sisanya sebesar 47,91% saham dikuasai oleh publik. Telkom merupakan perusahaan yang bertransformasi menjadi digital telecommunication company, operasional dan penerapan strategi bisnis perusahaan berorientasi pada pelanggan (customer oriented). Untuk menghadapi perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat, transformasi ini mampu menghantarkan perusahaan menjadi organisasi yang lebih ramping (lean) dan lincah (agile) dalam beradaptasi. Dan dalam menciptakan customer experience yang berkualitas, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dengan adanya organisasi baru ini. (Wibowo & Hirawati, 2022)

PT Telkom berkomitmen memberikan pelayanan jasa koneksi internet yang berkualitas dan mampu menghadirkan kepuasan terhadap seluruh pelanggannya (Mahira et al., 2021) sedangkan peningkatan kualitas produk dilakukan dengan menerapkan sistem penanganan gangguan (sistem assurance), seeluruh pengaduan gangguan dapat dihimpun oleh bagian pengaduan melalui aplikasi CX (Customer Experion) dan disampaikan pada bagian helpdesk Telkom atau teknisi lapangan. Pengaduan gangguan pelanggan dapat dilakukan melalui call center Telkom 147, website My Telkom maupun media social perusahaan.((Diki et al., 2020). Namun tingginya aduan gangguan terhadap buruknya kualitas jaringan yang menyebabkan kesulitan dalam mengakses jaringan dan keluhan pelanggan terhadap penanganan gangguan yang kurang memuaskan karena respon yang kurang tanggap terhadap gangguan dan kurang memberikan solusi terhadap masalah yang mereka hadapi (Mahira et al., 2021).

Berdasarkan penyampaian uraian masalah tersebut, menarik penulis untuk meneliti kualitas pelayanan dan kualitas produk Indihome terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Indonesia Witel Magelang dengan pencapaian tujuan yaitu memberikan informasi dan umpan balik (respon) dari masyarakat terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk indihome, dan loyalitas pelanggan

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Pelayanan ialah upaya tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam membujuk kosumen dalam proses penawaran produk agar terjadi transaksi (Literat & Indonesia, 2020)

Kualitas pelayanan merupakan bentuk perilaku dan tindakan perusahaan atau pelaku usaha dalam upaya memperoleh kepuasan palanggannya, menurut Kasmir (2017,hlm.47), sedangkan menurut Suryani (2017, hlm.91) kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi keinginan pelanggan terhadap barang atau jasa . indikator kualitas pelayanan menurut Sangji dan Sopiah (2013) terbagi menjadi 5 (lima) : Keandalan, Responsibility, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik.

Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pangsa pasar, kepuasan pelanggan, pembelian ulang, dan profitabilitas (Literat & Indonesia, 2020)

Kualitas produk ialah kemampuan dari produk dalam mempresentasikan fungsinya yaitu daya tahan, (durabilitas), keandalan (reabilitas), ketepatan dan kemudahan Menurut Kotler dan Armstrong (2012). Sedangkan menurut (Mahira et al., 2021) kualitas pelanggan merupakan representasi terhadap kemampuan suatu produk yang berupa barang atau jasa dalam memenuhi harapan dan keinginan pelanggan (Kukuh Familiar, 2015).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka menurut Kotler dan Keller (2012). Kepuasan pelanggan di sebut sebagai ungkapan emosional seseorang terhadap produk berdasarkan aspek ekspektasi terhadap produk berupa pengalaman akumulatif, atau setelah produk jasa tersebut dipilih (Mahira et al., 2021) Menurut Tjiptono (2014, hlm.368) kepuasan pelanggan dibagi menjadi 2 indikator, antara lain : Bersedia untuk memberikan rekomendasi, dan penggunaan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan sample

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif yang merupakan penelitian hubungan antara hubungan dua variabel atau lebih. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan produk jasa IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Magelang. Jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti. sehingga untuk mengambil jumlah sampel ditetapkan metode *nonprobability sampling* dengan teknik sampling melalui *purposive sampling*. Mengacu pada penjelasan (Sugiyono, 2018) dalam (Nainggolan, 2020) *purposive sampling* merupakan sampel yang mempunyai pertimbangan tertentu. Pertimbangan pada pengujian ini antara lain :

Pengguna produk layanan IndiHome Telkom berdomisili di Magelang

Telah menggunakan produk layanan IndiHome Telkom Witel Magelang minimal 6 bulan
Penentuan sampel apabila tidak diketahui banyaknya populasi maka dengan menggunakan *Unknown Population* sebagaimana berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(\mu)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$n = 9,64$ dibulatkan menjadi 96.

Kesimpulan di atas yaitu didapatkan sejumlah 96 responden. Guna mengatasi tidak terisinya kuesioner, maka peneliti menetapkan sampel sebesar 100 responden. Bersumber data primer kuesioner online melalui perantara google form kepada responden yang menjadi sampel dan disebarakan melalui jejaring sosial untuk menjangkau responden lebih cepat. Menurut Sugiyono 2017 dalam (Ningtyas, 2014), teknik atau metode pengumpulan data berdasarkan penyebaran pertanyaan angket dengan skala likert 1-5. Analisa data menggunakan statistik deskriptif, koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji signifikan F, dan uji signifikan t. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibuat melalui google form kepada responden pelanggan IndiHome Telkom witel magelang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji simultan dan uji parsial (Tabel 1) didapatkan hasil, yaitu: tabel 1. Uji Analisis Koefisien

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.668	.660	.41473
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Mengacu tabel 1 pada Analisa koefisien nilai adjusted R Square yaitu 0,660. Hasil tersebut bisa diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 66% dengan sisanya 34% dipengaruhi variabel lainnya selain variabel yang diteliti.

4.2 Uji Parsial Mengacu Tabel. 2 pada analisa regresi, hasil menunjukkan bahwa t hitung variabel kualitas produk (X1) sebesar $6.397 > 2,052$ serta signifikan 0,000. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kualitas produk berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom witel Magelang. Hasil juga menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar $6.397 > 3,097$ serta signifikansi 0,000. Berdasarkan kondisi tersebut, maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuuasan pelanggan karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan kata lain variabel kualitas pelayanan (X2) terbukti berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom witel Magelang.

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.050	.353		-.142	.887		
Kualitas Pelayanan	.448	.108	.352	4.147	.000	.575	1.740
Kualitas Produk	.539	.084	.543	6.397	.000	.575	1.740

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

4.3 Uji Simultan (Uji F) Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT.Telkom Witel Magelang bisa dilihat melalui tabel berikut ini: Tabel 3. Hasil uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.741	2	13.870	80.644	.000 ^b
	Residual	13.760	80	.172		
	Total	41.501	82			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : Data primer diolah (2022)

Mengacu data tersebut maka kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian menggunakan nilai Fhitung 80.644 > Ftabel 3,35 dan signifikan 0,000 < 0,05.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian diatas bisa disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terbukti memberikan pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom witel Magelang. Dengan demikian, semakin berkualitas produk serta pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom witel Magelang terhadap konsumen, akan semakin meningkat kepuasan pelanggannya terhadap produk IndiHome PT. Telkom witel Magelang . Hasil penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai acuan untuk peneliti berikutnya dengan menambah variabel-variabel lainnya ke dalam model penelitian. Contohnya menambahkan variabel harga, promosi, dan citra merek.

DAFTAR REFERENSI

- Diki, Darna, N., & Suhendy, R. M. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Suatu Studi pada PT Telkom Kandatel Banjar). *Business Management and Enterpremeirship Journal*, 2(September), 152–168.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Kukuh Familiar, I. M. (2015). Management Analysis Journal Pelanggan, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.
- Lesmana, R. (2017). *PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut ini data penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa Tahun 2013 dibawah ini : Data Jumlah penjualan Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2013- 2017 Jenis Keluhan / Complaint Tahun Ketepata. 2(2)*, 115–129.
- Literate, S., & Indonesia, J. I. (2020). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 1(2), 274–282.

- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Nainggolan, R. (2020). Pengaruh Product dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kukki Deli Dengan Pemasaran Online Sebagai Variabel Mediasi. *Management and Sustainable Development Journal*, 2(2), 87–98. <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i2.189>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/jocep.v15i1.226>
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D ' Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)*. 26(01), 105–122.
- Wibowo, H. A., & Hirawati, H. (2022). Analisis Kinerja Tenaga Penjualan Berdasarkan Gender Pada Pt. Telkom Indonesia Witel Magelang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 61–72. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i2.117>