PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PADA PT TELKOM AKSES WITEL JAKARTA BARAT

Sherly Rachmawati[1], Irwan Raharja[2]

[1,2]*Universitas Bina Sarana Informatika*
E-mail : sherlyrachmawati123@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat. PT Telkom Akses is a subsidiary of PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, established in 2012, which operates in the development and management of telecommunications network infrastructure. This study employed a quantitative research method, with data collected through questionnaires distributed to IndiHome customers of PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat. The data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 25 through a series of statistical tests, including validity testing, reliability testing, classical assumption testing, partial testing (t-test), simultaneous testing (F-test), coefficient of determination testing, and multiple linear regression analysis. The results indicate that product quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.001 < 0.05, while service quality also has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 < 0.05. Simultaneously, product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 < 0.05. The Adjusted R Square value of 76.9% indicates that product quality and service quality explain 76.9% of customer satisfaction, while the remaining 23.1% is influenced by other factors not examined in this study.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat. PT Telkom Akses merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk yang didirikan pada tahun 2012 dan bergerak di bidang pembangunan serta pengelolaan infrastruktur jaringan telekomunikasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan IndiHome PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat. Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan serangkaian uji statistik meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji parsial (t), uji simultan (F), uji koefisien determinasi, dan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05, dan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. *Nilai Adjusted R Square* sebesar 76,9% menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 76,9%, sedangkan sisanya sebesar 23,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.*

PENDAHULUAN

Pentingnya pemasaran tidak dapat dilebih-lebihkan bagi organisasi di dunia persaingan korporasi yang ketat saat ini. (Rodiah et al., 2024) menyatakan bahwa "mengelola semua aktivitas yang terkait dengan pemasaran produk atau jasa bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta secara efektif mencapai tujuan organisasi." Maka itu strategi dalam mengelola pemasaran di era digital menjadi kunci utama dalam mendorong efisiensi operasional dan keberlangsungan bisnis jangka panjang meningkatkan daya saing perusahaan. (Wahyudi et al., (2024).Tujuan kepuasan pelanggan meliputi membangun kepercayaan, mendorong bisnis berulang, meningkatkan promosi dari mulut ke mulut yang baik, dan mempromosikan hubungan yang ramah antara bisnis dan pelanggan mereka (Irmawati & Rahardjo, .2023) menyatakan bahwa "kepuasan konsumen sangat terkait dengan penilaian emosional yang muncul setelah menerima layanan.".

Kualitas Produk juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Yulistria,.2023) “Kualitas produk merupakan *fokus* utama perusahaan dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing”. Menurut (Indra, 2022) “Sedangkan parameter kualitas suatuproduk adalah seberapa mampu pelanggan merasakan kepuasan, tidak hanya itu produkbisaberarti memiliki fungsi bagaimana produsen dapat menpertahankan pandangan penilaian pelanggan tentang produknya”. Oleh karena itu, kunci untuk pelanggan yang bahagia adalah produk berkualitas tinggi. Pelanggan lebih puas ketika produknya berkualitas lebih tinggi.

Kualitas Pelayanan menjadi faktor krusial yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menjaga interaksi langsung dengan pelanggan ritel. Kualitas pelayanan ini mencakup seluruh titik sentuh (*touchpoints*) antara perusahaan dengan pelanggan akhir, mulai dari petugas teknisi lapangan hingga layanan konsumen (*customer service*). Menurut (Tjiptono 2022), "Kualitas layanan adalah upaya perusahaan untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan." Karena memberikan layanan prima menghasilkan pengalaman yang menyenangkan dan mendorong loyalitas pelanggan, kualitas layanan sangat penting untuk menghasilkan kebahagiaan pelanggan.

PT Telkom Akses merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan telekomunikasi yang beroperasi di wilayah Jakarta Barat dengan fokus pada layanan B2C (*Business to Consumer*). Dalam operasionalnya, PT Telkom Akses dituntut untuk memberikan kualitas produk dan pelayanan yang optimal kepada pelanggan ritel. Pada kondisi tertentu, seperti meningkatnya permintaan pemasangan layanan baru, perbaikan jaringan, maupun penanganan gangguan, karyawan dihadapkan pada tuntutan penyelesaian pekerjaan dalam waktu yang terbatas. Hal tersebut berdampak pada kualitas layanan *B2C* (*Business to Consumer*) yang diberikan kepada pelanggan, sehingga turut memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima.

Berdasarkan data operasional *internal* perusahaan PT Telkom Akses telah menerapkan sistem pemantauan teknis yang sangat mendetail. Hal ini terlihat dari pencatatan data BA Rekon dan status pekerjaan seperti "*QE*", *"PERMANEN*, ", *OK*", dan "*DONE UPLOAD*" yang menunjukkan bahwa secara administratif, setiap perbaikan dan instalasi material telah terdokumentasi dengan baik sesuai standar operasional perusahaan.

Berikut hasil data pra-riset internal dan fenomena yang diamati selama tahun 2025 untuk menjadi dasar penenelitian ini.

Tabel 1. Persentase Kepuasan Pelanggan Indihome

Periode	Rata-Rata Kepuasan	Status Masalah
Januari - Juni 2025	78,3%	Kondisi awal stabil
Juli - Desember 2025	75,3%	Penurunan performa
Target tahun 2026	>85.0%	Di perlukan perbaikan strategis

Adanya kesenjangan antara target perusahaan dengan realitas rata-rata kepuasan tahun 2025 yang hanya sebesar 78,3%, serta penurunan hingga 75,3% di akhir tahun, menunjukkan urgensi evaluasi mendalam. Penurunan konsisten sebesar 3% ini membuktikan adanya masalah serius pada stabilitas jaringan (Kualitas Produk) dan respon teknisi (Kualitas Pelayanan). Peneliti ini menguji sejauh mana pengaruh kualitas produk dan pelayanan teknis berkontribusi terhadap persepsi pelanggan. Hal ini krusial dilakukan agar perusahaan memiliki landasan strategis untuk mencapai target kepuasan di atas 85,0% pada tahun 2026.

Riset yang dilaksanakan (Devita Agustina et al., 2025) “menemukan bahwa “kualitas produk berimplikasi positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan”. Sedangkan riset yang dilaksanakan oleh (Nizam et al., 2025). menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan kepada kepuasan pelanggan”. Riset yang dilaksanakan oleh (Farhan et al 2025)“menyebutkan kualitas pelayanan berimplikasi positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan”. Sedangkan riset yang dilaksanakan oleh (Nugroho et al., 2025) “mengemukakan bahwa “kegagalan kualitas pelayanan dalam penanganan keluhan memberikan dampak negatif kepada kepuasan pelanggan”. Riset yang dilaksanakan oleh (Andika Rismawan & Dwi Cahyono, 2025) “menemukan bahwa strategi pemasaran digital memiliki pengaruh positif kepada kepuasan pelanggan”. Sedangkan riset yang dilaksanakan oleh (Yanti 2024) “menyebutkan kualitas pelayanan berimplikasi positif namun tidak signifikan kepada kepuasan pelanggan”.

Berdasarkan uraian di atas, adanya perbedaan hasil dalam sejumlah penelitian terdahulu menimbulkan research gap atau inkonsistensi penelitian. Hal ini menjadi motivasi utama bagi penulis untuk melakukan kajian lebih dalam guna melihat konsistensi variabel-variabel tersebut pada konteks layanan telekomunikasi pada PT Telkom Akses. Maka itu, diperlukan riset yang lebih mendalam untuk menguji dan membuktikan pengaruhnya kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada kepuasan pelanggan pada perusahaan tersebut, sehingga hasil penelitian dapat menjadi dasar pengambilan keputusan manajemen dalam mencapai target kepuasan pelanggan pada tahun 2026 secara lebih tepat dan terarah. Maka itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Telkom Akses".**

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan IndiHome PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 75 responden, Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan serangkaian uji statistik meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji parsial (t), uji simultan (F), uji koefisien determinasi, dan uji regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, kualitas produk dan kualitas pelayanan digunakan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan pelanggan digunakan sebagai variabel dependen pada pelanggan ritel IndiHome PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat. Statistik deskriptif ini menggambarkan karakter sampel yang digunakan dalam penelitian. Distribusi statistik deskriptif masing – masing variabel dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif

Desckriptive Statistics					
	N	*Minimum*	*Maximum*	*Mean*	*Std. Deviation*
Kualitas Produk	75	8.00	25.00	20.4267	3.03214
Kualitas Pelayanan	75	7.00	25.00	20.4267	3.34168
Kepuasan Pelanggan	75	9.00	25.00	20.4533	3.54238
Valid N (*listwise*)	75				

Berdasarkan Hasil Uji Deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

1. Variabel Kualitas Produk (X1), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 8,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 25,00. Nilai rata-rata (Mean) Kualitas Produk sebesar 20,4267 dan Standar Deviasi data Kualitas Produk adalah 3,03214.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 7,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 25,00. Nilai rata-rata (Mean) Kualitas Pelayanan sebesar 20,4267 dan Standar Deviasi data Kualitas Pelayanan adalah 3,34168.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 9,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 25,00. Nilai rata-rata (Mean) Kepuasan Pelanggan sebesar 20,4533 dan Standar Deviasi data Kepuasan Pelanggan adalah 3,54238

Uji Validitas

Dengan membandingkan nilai r yang dihitung dengan r tabel, uji validitas diterapkan. Data dianggap valid jika nilai r hitung melebihi nilai pada tabel r, dan tidak valid jika nilai r hitung berada di bawah nilai pada tabel r. Nilai r tabel diperoleh dari rumus Df = n-2 = 75-2 = 73

Keterangan:

Df = *degree of freedom*
n = Jumlah sampel, sebanyak 75
responden r tabel 75 = 0,227

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X1)

Variabel	Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Kualitas produk	X1.1	0,856	0,227	VALID
	X1.2	0,769		VALID
	X1.3	0,695		VALID
	X1.4	0,731		VALID

Variabel	Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
	X1.5	0,709		VALID

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Nilai r hitung pada setiap pernyataan lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,227, sehingga seluruh indikator pada variabel Kualitas Produk (X1) dinyatakan valid, sebagaimana terlihat pada Tabel 3.2. Nilai r hitung tertinggi terdapat pada pernyataan X1.1 sebesar 0,856, sedangkan nilai r hitung terendah terdapat pada pernyataan X1.3 sebesar 0,695. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kualitas Produk layak dan sah digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel 4. Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel	Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Kualitas pelayanan	X2.1	0,859	0,227	VALID
	X2.2	0,763		VALID
	X2.3	0,822		VALID
	X2.4	0,881		VALID
	X2.5	0,741		VALID

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Nilai r hitung setiap butir pernyataan lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,227, sehingga seluruh indikator pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid, sebagaimana terlihat pada Tabel 4.10. Nilai r hitung tertinggi terdapat pada pernyataan Y.3 sebesar 0,890, sedangkan nilai r hitung terendah terdapat pada pernyataan Y.2 sebesar 0,802. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan layak dan sah digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel 5. Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Kualitas pelayanan	Y.1	0,813	0,227	VALID
	Y.2	0,802		VALID
	Y.3	0,890		VALID
	Y.4	0,846		VALID
	Y.5	0,863		VALID

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Nilai r hitung pada setiap pernyataan lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,227, sehingga seluruh indikator pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid, sebagaimana terlihat pada Tabel 4.11. Nilai r hitung tertinggi terdapat pada pernyataan Y.3 sebesar 0,890, sedangkan nilai r hitung terendah terdapat pada pernyataan Y.2 sebesar 0,802. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan layak dan sah digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat keandalan pertanyaan pada kuesioner. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60, sedangkan nilai < 0,60 menunjukkan instrumen belum reliabel.

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	*Alpha*	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,807	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,871	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,898	0,60	Reliabel

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Tabel IV.12 menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,807, Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,871, dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,898. Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian ini bersifat konsisten dan stabil. Dengan demikian, seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov adalah uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan pengujian ini adalah untuk memverifikasi apakah data benar-benar mengikuti distribusi normal. Berlandaskan kriteria pengujian, data dianggap berdistribusi teratur jika nilainya lebih besar dari 0,05. Sebaliknya data dikatakan tidak normal apabila nilainya kurang dari 0,05.

1. Metode Non Grafik

Berikut adalah hasil uji Normalitas Mrotode Non Grafik yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 7. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

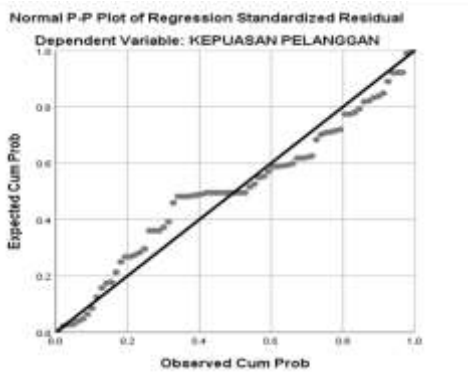
Monte Carlo. Sig (2- tailed)	Alpha	Keterangan
0,095	0,05	Normal

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Berdasarkan Tabel IV.13 hasil uji Normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dengan pendekatan simulasi bahwa nilai Monte Carlo.Sig (2- tailed) sebesar 0,095 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 tidak dapat ditolak yang berarti data berdistribusi normal.

2. Metode Grafik

Berikut adalah hasil Uji Normalitas Mrotode Grafik yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Hail Uji Normalitas P - Plot

Sumber: Hasil pengolahan statistik dengan program SPSS (2026)

Berdasarkan Gambar IV.1 hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik Normal P-P Plot di atas, dapat diketahui bahwa titik-titik residual tersebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengkaji benarkah adanya hubugan diantara variabel bebas di konsep regresi. Konsep regresi yang benar adalah ketika tidak ada hubungan antara variabel bebas. kalau angka Tolerance > 0,10 lalu VIF < 10, jadi tidak adanya multikolinearitas dalam konsep regresi.

Tabel 8. Uji Multikolineritas

Coefficients

Model		*Collinearity Statistics*	
		Tolerance	*VIF*
1	(*Constant*)		
	Kualitas Produk	.282	3.546
	Kualitas Pelayanan	.282	3.546

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Hasil toleransi variabel Kualitas produk (X1) dan variabel kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,282 dan nilai VIF kedua variabel sebesar 3.546. Bisa diambil kesimpulan kalau variable X1 dan X2 tidakterjadi multikolinearitas dikarenakan nilai variabel sama sama memiliki nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10.

Uji Heteroskedastisitas

Konsep regresi tanpa heteroskedastisitas adalah konsep yang tepat. Tes Glejser digunakan dalam tes ini. Regresi variabel bebas terhadap bilangan sisa absolut adalah dengan cara dilakukannya uji Glejser. Heteroskedastisitas tidak ada jika residu absolutnya lebih besar dari 0,05 dan angka signifikansinya berada dalam rentang variabel independen. Berikut adalah hasil uji Heteroskedastisitas SPSS versi 25 yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients

Model		*Unstandardized*		*Standardized*	t	Sig.
		B	Std. *Error*	Beta		
1	(*Constant*)	3.902	.912		4.278	.000
	Kualitas Produk	-.019	.083	-.048	-232	.817
	Kualitas Pelayanan	-.115	.075	-.318	-.1.536	.129

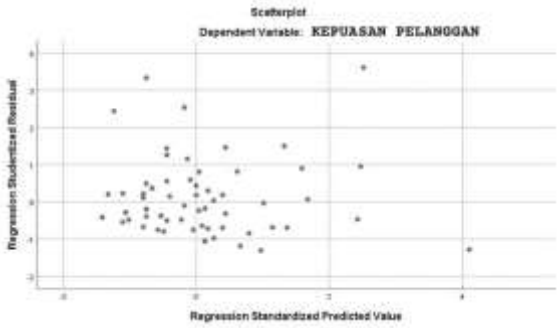
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model penelitian ini tidak terdapat gejala

heteroskedastisitas. Dengan demikian, model penelitian dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk menganalisis variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Berikut adalah hasil Gambar Grafik uji Heteroskedastisitas SPSS versi 25 yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Selain menggunakan Uji Glejser, uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan mengamati grafik scatterplot di mana Y = SRESID dan X = ZPRED. Berdasarkan Gambar 4.2 yang ditampilkan, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di sekitar angka 0 (nol) pada sumbu Y, baik di atas maupun di bawah angka nol tersebut. Hal ini menegaskan bahwa model penelitian ini bersifat homoskedastisitas dan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan kata lain, model regresi ini layak dan cocok digunakan dalam analisis variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Uji Linearitas (*Data Time Series*)

Tabel 10. Uji Linearitas (*Data Time Series*)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas Produk	Between (Combined)	731.682	12	60.974	19.199	.000
Kualitas Pelayanan	Groups Linearity	681.603	1	681.603	214.619	.000
Kepuasan Pelanggan	Deviation from Linearity	50.079	11	4.553	1.434	.181
Valid N (listwise)	Within Groups	196.904	62	3.176		
	Total	928.587	74			

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Berdasarkan tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai Signifikansi (Sig.) Deviation from Linearity sebesar 0,181. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 (0,181> 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, asumsi linearitas telah terpenuhi.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mencapai tujuan penelitian yakni menilai kontribusi variabel X dan Y. Angka-angka dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	**-.202**	1.357		-.149	.882
	Kualitas Produk	**.445**	.123	.381	3.622	.001
	Kualitas Pelayanan	**.566**	.112	.534	5.070	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Baris pertama pada tabel analisis data menunjukkan nilai konstanta regresi, sedangkan baris kedua dan ketiga menunjukkan nilai variabel independen. Berdasarkan hasil tersebut, persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = -0{,}202 + 0{,}445\ (x1) + 0{,}556\ (x2) + e$$

1. Nilai konstanta sebesar -0,202 mengindikasikan kalau Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai 0,000, jadi nilai Kepuasan Pelanggan (Y) akan mempunyai nilai -0,202.
2. Koefisien X1 sebesar 0,445 mengindikasikan kalau Kualitas Produk (X1) dinaikkan sebesar satu, jadi angka Kepuasan Pelanggan (Y) pasti meningkat sebesar 0,445.
3. Koefisien X2 sebesar 0,566 menunjukkan bahwa jika nilai Kualitas Pelayanan (X2) dinaikkan senilai satu, jadi nilai Kepuasan Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,566.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Menurut Rahmawati *et al* (2020:30) uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) signifikan mempengaruhi variabel terikat. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel sehingga sering disebut uji t. Untuk menentukan signifikansi pengaruh parsial antara variabel independen dan dependen, uji t digunakan dalam penelitian ini. Nilai t tabel ditentukan berdasarkan signifikansi (α) = 0,05 dengan df (n-k-1).

Rumus t tabel = α/2; n-k-1 Keterangan:

n = jumlah data
k = jumlah variabel independen
jadi t tabel = 0,05/2 ; 75-2-1
= 0,025 ; 72 = 1,99338

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.202	1.357		**-.149**	.882
	Kualitas Produk	.445	.123	.381	**3.622**	.001
	Kualitas Pelayanan	.566	.112	.534	**5.070**	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Pengaruh Kualitas produk (X1) Terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 3,622 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,99338. Nilai thitung > ttabel (3,622 > 1,99338) dan nilai Sig 0,001 < 0,05. Dengan demikian, H01 ditolak dan H1 diterima, yang artinya secara parsial kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Indihome pada PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat.

Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Selanjutnya berdasarkan Tabel 4.17 dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 5,070 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,99338. Nilai thitung > ttabel (5,070 > 1,99338) dan nilai Sig 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H02 ditolak dan H2 diterima, yang artinya secara parsial kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Indihome pada PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat.

Uji F (Simultan)

Apabila angka signifikansi F kurang dari 0,05 maka variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat; jika angka signifikansi F lebih besar dari 0,05 maka pengaruh variabel independen dianggap tidak signifikan.

Tabel 12. Hasil Uji Simultan

ANOVA[a]

Model		*Sum of Squares*	df	*Mean Square*	**F**	Sig.
1	*Regression*	719.677	2	359.839	**124.017**	.000[b]
	Residual	208.909	72	2.902		
	Total	928.587	74			

a. *Dependent Variable*: KEPUASAN PELANGGAN

b. *Predictors: (Constant),* KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Tabel 12 maka dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 124,017, sedangkan nilai F tabel sebesar 12. Nilai fhitung > ftabel (124,017 > 3,12) dan nilai Sig 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima artinya secara simultan kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Indihome pada PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

Model Summary[b]

Model	R	R *Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.880[a]	**.775**	**.769**	1.703

a. *Predictors: ((Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK*

b. *Dependent Variable:* TOTAL_Y

Sumber: Data output SPSS 25 diolah penulis, 2026

Tabel 3.12 diperoleh nilai *R Square* sebesar sebesar 0,775 atau 77,5%, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan atau bersama-sama memengaruhi variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,769 atau 76,9%, hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sedangkan sisanya 23,1% didapat dari (100% - 76,9% = 23,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Akses Witel Jakarta barat, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara Parsial, Variabel Kualitas Produk (X1) Memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) di PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat di lihat dari nilai t hitung untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 3,622 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,99338. Nilai thitung > ttabel (3,622 > 1,99338) dan nilai Sig 0,001 < 0,05. Dengan demikian, H01 ditolak dan H1 diterima. Setelah itu dilakukan uji koefisien determinasi dan hasilnya menunjukkan dengan adanya kenaikan yakni 76,9%, per periode bulan Januari - Mei tahun 2026. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh kualitas produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 76,9%, dengan sisahnya sebesar 23,1%..
2. Secara Parsial, Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) di PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat di lihat dari nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 5,070 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,99338. Nilai thitung > ttabel (5,070 > 1,99338) dan nilai Sig 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H02 ditolak dan H2 diterima. Setelah itu dilakukan uji koefisien determinasi dan hasilnya menunjukkan dengan adanya kenaikan yakni 76,9%, per periode bulan Januari - Mei tahun 2026. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh kualitas produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 76,9%, dengan sisahnya sebesar 23,1%..
3. Secara simultan, variabel *independent* Kualitas produk (X1) & Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan pelanggan (Y) di PT Telkom Akses Witel Jakarta Barat di lihat nilai F hitung sebesar 124,017, sedangkan nilai F tabel sebesar 3,12. Nilai fhitung > ftabel (124,017 > 3,12) dan nilai Sig 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima. Setelah itu dilakukan uji koefisien determinasi dan hasilnya menunjukkan dengan adanya kenaikan yakni 76,9%, per periode bulan Januari - Mei tahun 2026. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh kualitas produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 76,9%, dengan sisahnya sebesar 23,1%.

DAFTAR PUSTAKA

Andika Rismawan, A., & Dwi Cahyono, T. (2025). *Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Pada Platform Shopee*.

Devita Agustina, Machin, M., & Evan Andrianto Ammaridho. (2025). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi pada PT Jaringan Fiber Nusantara Jombang. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, *4*(4), 737–751. https://doi.org/10.55123/mamen.v4i4.6291

Dukalang, H. H. (2020). FINANCIAL PERFORMANCE ANALYSIS FOR RETURN ON ASSETS WITH A MULTIPLE LINIER REGRESSION APPROACH. *Euler : Jurnal Ilmiah Matematika, Sains Dan Teknologi*, *8*(2), 42–50. https://doi.org/10.34312/euler.v8i2.10405

Fandy Tjiptono, A. D. (2022). *MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN* (Anastasia Diana, Ed.). https://doi.org/https://books.google.co.id/books?id=_H6REAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=twopage&q&f=false

Farhan, F., Dwi Astuti, V., Hazmin, G., & Manajemen, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Pelanggan di Klinik Kecantikan MS Glow Yogyakarta: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *9*(1). http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemicaWebsite:https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica

Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. In *Syntax Admiration* (Vol. 5, Number 12).

Homepage, J., & Gloria, G. (2026). Journal of Innovative and Creativity PENGARUH PENGUNGKIT DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA INDUSTRI FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2022-2024). In *Journal of Innovative and Creativity* (Vol. 6, Number 1).

Indra. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *1*(2), 246–255. https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589

Irmawati, I., & Rahardjo, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Indihome terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Telkom Witel Magelang. *JREA)*, *1*(1).

Kualitas, P., Terhadap, P., Konsumen, K., Online, T., Di, B., Radly, J., Fairuz, I., Ardiyansah, F., Rifky, I., & Nur, M. (2025). *Media Ekonomi dan Bisnis*. *2*, 154–162. http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/meb

kualitas pelayanan. (2020). *Jurnal Perspektif – Universitas Bina Sarana Informatika*. https://ejournal.bsi.ac.id/index.php/perspektif/article/download/7549/3853

Mahasiswa, J. I., Selatan, N., Kasih, E., Mahasiswa, L., Manajemen, P., Ekonomi, F., Universitas, B., & Raya, N. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KADOZ DI UD. BRAVE DESA HILIORODUA KECAMATAN LAHUSA*. Retrieved https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JIM

Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). PENENTUAN UKURAN SAMPEL MENGGUNAKAN RUMUS BERNOULLI DAN SLOVIN: KONSEP DAN

APLIKASINYA. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, *16*(1), 73–84.

Melissa Yapanto, L., Muzfirah, S., Neny Rasnyanti Aras, Mp. M., & Nurhikmah Sibua, Ms. (n.d.). *ANALISIS DATA STATISTIK METODE DAN TEKNIK (STATISTICAL DATA ANALYSIS: METHODS AND TECHNIQUES)*.

Oleh, D. (2110). *AN AL IS IS K U AL I T AS P RO DUK DAN PRO M O S I TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PRODUK PARFUM MINISO DI MEDAN MAL Hastitin Noverlina Telaumbanua*.

Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Ardiansyah, P., Jailani, Ms., Negeri, S., Provinsi Jambi, B., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (n.d.). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. Retrieved http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan

Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-dan-Harga-Terhadap-Kepuasan-Pelanggan-Pada-PT.-Bumi-Daya-Plaza-Cabang-Sudirman-Jakarta-Pusat. (n.d.).

Penulis, I., Ndoluanak, Y., Sarifah, I., Margono, G., & Artikel, I. (2024). *Sulawesi Tenggara Educational Journal Validitas dan Reliabilitas Instrumen Literasi Digital Mahasiswa dengan Confirmatory Factor Analysis*. *4*(3). http://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/sedujhttp://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/seduj

Pranitasari, D., & Prawira, S. A. (2020). *ANALISA KEPUASAN PENUMPANG DISABILITAS DI KERETA REL LISTRIK JAKARTA* (Vol. 8, Number 2). Online.

Pratama, B. Y., Hastasari, R., & Saputra, W. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Tangerang. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, *2*(1), 279–286. https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i1.282

Purbohastuti, A. W. (2021). EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET. *Jurnal Sains Manajemen*, *7*(1).

Putri Adinda Pratiwi, Fahima Mashalani, Maulia Hafizhah, Azra Batrisyia Sabrina, Nur Hapsi Harahap, & Deasy Yunita Siregar. (2023). Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, *2*(1), 133–149. https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.877

Resti Yulistria, R. R. E. P. H. I. H. S. S. A. (2023). pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Kualitas Produk Menjadi Salah Satu Faktor Penting Dalam Mencapai Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk Merupakan Keunggulan Suatu Produk Yang Mencerminkan Kemampuannya Dalam Memenuhi Kebutuhan Atau Spesifikasi Yang Diharapkan Oleh Konsumen.* https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/swabumi/article/view/13980

S Siringoringo, I. N., H Jan, A. B., Karuntu, M. M., Nurindah Sari Siringoringo, I., Bin Hasan Jan, A., Mourah Karuntu, M., & Ekonomi dan BisnisJurusanManajemen, F. (2023). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA HOTEL BIZ BOULEVARD KOTA MANADO DENGAN METODE SERVQUAL ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT HOTEL BIZ BOULEVARD MANADO CITY WITH SERVQUAL METHOD*. *11*(4), 1199–1210.

Safitri, W., Adrie Manafe, L., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, S., Kunci, K., Sosial, M., Produk, K., & Pembelial, K. (n.d.). *Pengaruh Periklanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlet*.

Salahudin et al., (2024). (n.d.). *Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual Pada PT. Sinergi Adhikarya Semesta*.

Setiawan. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP

KEPUASAN PELANGGAN PADA PT BINTANG BORNEO JAYA. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT BINTANG BORNEO JAYA*.

Siantry et al. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BUMI DAYA. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BUMI DAYA*. Retrieved April 22, 2026, from https://repository.bsi.ac.id/repo/67314/PENGARUH-KUALITAS-PELAYANAN-DAN-HARGA-TERHADAP-KEPUASAN-PELANGGAN-PADA-PT.-BUMI-DAYA-PLAZA-CABANG-SUDIRMAN-JAKARTA-PUSAT

Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, *12*(1), 84–93. https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978

Strategi Pemberian Kepuasan Pelanggan Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Tamu Hotel Bumi Wiyata Depok. (n.d.).

Subjek, B., & Penelitian, D. O. (n.d.). *Gambar III. 1 Flowchart Alur Penelitian*.

Sugeng Lubar Prastowo, ST. , MM. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Teknik Pengolahan Data Program SPSS. (2021). (n.p.): PT Jamus Baladewa Nusantara.* https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Dilengkapi/spQDEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Suherman, M. M. (2026). HUBUNGAN ANTARA AKTIVITAS ANAK USIA DINI PADA PENGGUNAAN MEDIA PEMBELAJARAN MENJAHIT DENGAN KEMAMPUAN MOTORIK HALUS (Penelitian Kuantitatif di Kelompok A RA Al-Mukhlisin Lengkong Kabupaten Bandung). *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, *3*(8).

Syafa Wani, A., Annisa Yasmin, F., Rizky, S., & Yunita Siregar, D. (n.d.). *Penggunaan Teknik Observasi Fisik dan Observasi Intelektual Untuk Memahami Karakteristik Siswa di Sekolah Menengah Pertama*.

Utomo, P., Asvio, N., & Prayogi, F. (2024). Metode Penelitian Tindakan Kelas (PTK): Panduan Praktis untuk Guru dan Mahasiswa di Institusi Pendidikan. *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, *1*(4), 19. https://doi.org/10.47134/ptk.v1i4.821

Wahyu, A., & Kemenkes Surakarta Jurusan Fisioterapi, P. (n.d.). *Item number 3 (Thoraks value 301), Item number 4 (Lumbar value 489) Item number 5 (Pelvic 334)* (Number 2).

Wahyudi, E. J., Friyanto, F., Borahima, B., & Sudarjo, S. (2024*). Systematic Literature Review: The Role Of Product Quality And Digital Promotion On Purchasing Decisions. JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, *9*(1), 28. https://doi.org/10.32503/jmk.v9i1.5189

Philip T. Kotler, K. L. K. A. C. (2021). *Marketing Management, 16th Edition*. https://learning.oreilly.com/library/view/-/9780135323199/?_gl=1*7zfb73*_ga*ODM2MDMzNTM5LjE3NzY4NDk5MDg.*_ga_092EL089CH*czE3NzY4NDk5MDckbzEkZzEkdDE3NzY4NTAxNDIkajMwJGwwJGgw

Yanti, R. (n.d.). *Media Ekonomi dan Bisnis PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI SALON JHONNY ANDREAN CABANG LOTTE MART FATMAWATI*. Retrieved http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/abditeknika