

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 9, September 2024, P. 325-335
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 E-ISSN: 2986-6340
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13821948>

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Wifi Biznet di Kota Palembang

Wilsen Effendy¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas, Palembang

Abstrak

Tujuan penelitian ini berkaitan dengan fenomena pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna wifi biznet dengan menggunakan metode kuantitatif yang bersifat kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna wifi biznet di kota Palembang. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampel dimana yang memiliki kriteria pengisian kuesioner dengan kriteria berdomisili di kota Palembang dan menggunakan wifi biznet. Analisis regresi berganda menggunakan spss yang digunakan dalam penelitian ini sebagai alat untuk melakukan pengolahan dan pengujian data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

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

Abstract

The purpose of this study is related to the phenomenon of the influence of service quality and product quality on customer satisfaction of Biznet wifi users using quantitative methods that are causality. The population in this study is Biznet wifi users in Palembang. The sample set in this study uses the purposive sample method where those who have criteria for filling out questionnaires with the criteria of being domiciled in the city of Palembang and using wifi biznet. Multiple regression analysis uses spss used in this study as a tool to process and test data. The results of this study show that service quality and product quality affect customer satisfaction.

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

Article Info

Received date: 05 September 2024

Revised date: 10 September 2024

Accepted date: 18 September 2024

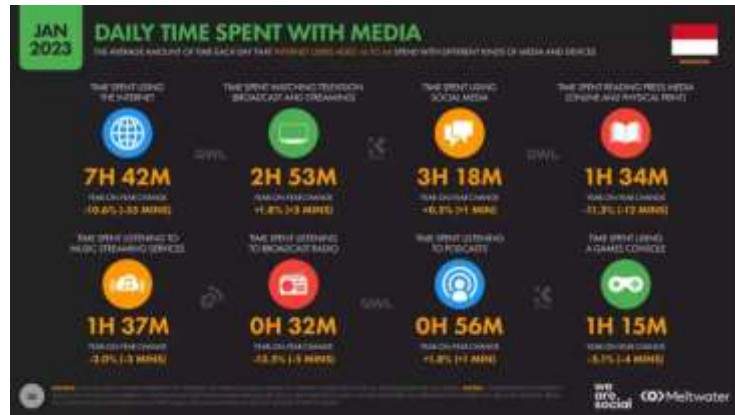
PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan teknologi yang sangat cepat dan semua orang menggunakan teknologi untuk mendapatkan data dan informasi secara cepat dan instan. Maka dari itu teknologi internet sangat berguna pada era sekarang dengan memberi manfaat untuk mengakses informasi secara instan. Itulah sebabnya internet memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, karena itu jasa layanan internet sangat berkembang pesat dengan menyediakan layanan internet yang cepat dan tanpa batas. Dan pengguna internet mengalami peningkatan yang sangat pesat dan menjadi peluang bagi perusahaan penyedia layanan internet.



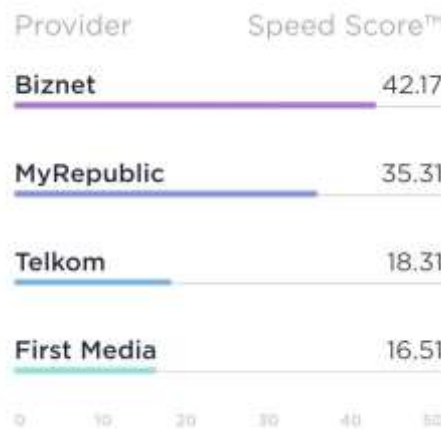
Gambar 1 jumlah penduduk yang menggunakan internet

Dengan peningkatan jumlah pemakai internet, maka ini dapat menjadi peluang bagi Perusahaan-Perusahaan yang menyediakan jasa layanan internet tanpa batas. Tetapi besar juga tuntutan pengguna jasa layanan internet kepada perusahaan untuk memberikan fasilitas terbaik perusahaan kepada pelanggan pengguna layanan wifi seperti tingkat kecepatan dan kecepatan pelayanan dari Perusahaan penyedia jasa layanan internet tanpa batas.



Gambar 2 jumlah waktu yang dihabiskan pengguna internet per januari 2023

PT. Supra Primatama Nusantara merupakan perusahaan penyedia internet yang dikenal dengan nama Biznet Network yang menawarkan beberapa layanan seperti layanan internet, pusat data, komputasi awan dan IPTV. Saat ini jaringan Biznet tersebar di seluruh Indonesia dan Biznet menarik pelanggannya dengan menawarkan banyak keunggulan Biznet seperti Internet hingga 300 Mbps dan penawaran promosi dengan harga lebih murah dibandingkan penyedia layanan lainnya..



Gambar 3 jumlah pengguna layanan internet

Pada saat ini, biznet networks menduduki posisi pertama provider dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia diatas myrepublic dan indihome. Dan biznet networks berkomitmen untuk menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk menjamin kepuasan kepada seluruh pelanggan pengguna internet biznet.

LANDASAN TEORI

Grand theory

Grand theory yang dipakai dalam penelitian ini adalah costumer satisfaction model (kano), Yang menjelaskan bahwa memenuhi produk dan layanan atau melebihi harapan konsumen mempengaruhi kepuasan pelanggan. Klasifikasi produk dan layanan kedalam 3 kategori yaitu :

- a. Dasar
- b. Kinerja
- c. kejutan

Kualitas pelayanan

Kualitas layanan adalah penilaian yang dimediasi konsumen terhadap layanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen (Kotler, 2019)

Ada 5 factor tingkat pelayanan yaitu :

- a. Reliability : Kapasitas jasa yang diberikan kepada konsumen secara akurat dan meyakinkan
- b. Responsivnes : kemampuan membantu konsumen dan cepat memberikan pelayanan
- c. Assurance : kemampuan karyawan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan dari konsumen
- d. Emphaty : Bagaimana cara karyawan untuk memberikan perhatiannya kepada konsumen secara individu
- e. Tangible : bagaimana pelayanan fasilitas dan kenyamanan yang akan diterima oleh pelanggan

Kualitas produk

Kualitas produk merupakan sesuatu yang dipasarkan untuk memperoleh perhatian konsumen serta memenuhi keinginan dan keperluan konsumen (Kotler dan Amstrong , 2016:97)

Unsur-Unsur kualitas produk menurut (Martinich dalam badri, 2011:63) :

- a. Performance : kualitas produk menggambarkan keadaan produk secara nyata
- b. Range : keistimewaan dalam produk yang membuat ketertarikan konsumen
- c. Reability dan durability : berapa lama produk dapat digunakan sampai diperlukan perbaikan
- d. Mainantibility dan serviceability : kemudahan dalam menggunakan produk dan perbaikan suatu produk
- e. Sensory : ketertarikan konsumen terhadap penampilan produk

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah kesan yang diberikan pelanggan saat membandingkan produk sesuai dengan harapannya (Kotler, 2017).

Menurut (Kotler dan Keller 2016:140) ada 3 indikator kepuasan pelanggan :

- a. Kesesuaian harapan : harapan pelanggan tentang produk dan pelayanan yang diberikan
- b. Niat mengunjungi kembali: kemampuan pelanggan untuk mengunjungi lagi atau membeli produk serupa beberapa kali
- c. Kesiediaan untuk merekomendasikan: Pelanggan merekomendasikan produk yang telah digunakan orang lain untuk produk dan layanan yang memuaskan.

Penelitian terdahulu**Tabel 1. Kajian Terdahulu**

NO	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Research gap
1	Nugroho Novemy Triyandi (2014)	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jadi ketika Speedy Telkom meningkatkan kualitas layanan ,otomatis kepuasan dan loyalitas pelanggan akan meningkat	Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel karena variabel dalam penelitian ini hanya sedikit dapat menjelaskan
2	Mahira, dkk (2021)	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan indihome	Peneliti menyarankan untuk mengganti indikator reabilitas karena tingkat rata-rata loading factornya terendah
3	Lubna Zagladi, Syahputra (2022)	kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada icconet bandung	Peneliti menyarankan untuk menambahkan faktor lainnya untuk memperkuat hasil penelitian.
4	Purnama, dkk (2019)	Hasil penelitian tidak menunjukkan pengaruh persepsi harga mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis menyatakan persepsi harga mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan	Berdasarkan penelitian ini, terdapat perbedaan hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya.

	pelanggan di Wifi Corner tidak terbukti	
--	---	--

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menyoasar populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2018) dengan menganalisis data yang dihasilkan dari hasil penelitian.

Populasi dan Sampel

Semua konsumen yang pernah menggunakan layanan internet biznet dikota Palembang yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan mengambil beberapa data konsumen dalam menentukan jumlah sampel penelitian sesuai kriteria yang diinginkan (Sugiyono 2018:138).

Jenis dan sumber data

Jenis data penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan dari responden dan segera diteruskan ke penampung data. Informasi yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari hasil survei yang dibagikan kepada pengguna Biznet di kota Palembang.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner. Kuesioner akan disebarakan kepada pengguna Biznet WiFi di kota Palembang. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan nilai 1 sampai 5, dimana responden tidak mengalami kesulitan dalam membedakan item satu per satu dan tidak mengalami kesulitan dalam memproses informasi. Nilai 1 sampai 5 artinya sangat tidak setuju hingga sangat setuju

Teknik analisa data

a. Uji kelayakan instrument

a.) Uji validitas

Validitas suatu kuesioner dapat ditentukan dengan menggunakan uji validitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi bivariat antara skor masing-masing indikator dengan skor konstruk. Untuk menguji valid atau tidaknya item-item instrumen dilakukan uji validitas dengan menggunakan analisis korelasi Pearson (Ghozali, 2016).

b.) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan nilai yang menunjukkan keandalan suatu alat ukur dalam mengukur fenomena yang sama. Uji reliabilitas untuk mengetahui keakuratan hasil pengukuran variabel dilakukan dengan mengukur nilai instrumen dan dianggap reliabel jika nilai Cronbach alpha melebihi 0,6 (Ghozali, 2016).

b. Uji asumsi klasik

a.) Uji normalitas

Dengan membandingkan nilai tingkat signifikansi dengan nilai probabilitas dan memeriksa apakah residual pada persamaan regresi berdistribusi normal menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan dianggap normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

b.) Uji multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah data menunjukkan adanya hubungan antar variabel independen maka dilakukan uji multikolinearitas (Ghozali, 2016). Disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 begitu pula sebaliknya.

c.) Uji heteroskedastisitas

Agar mengetahui apakah terdapat perbedaan model regresi antara sisa pengamatan yang satu dan lainnya (Ghozali, 2016). Uji ini menentukan apakah terdapat heteroskedastisitas pada data penelitian tersebut. Dan model regresi tidak memiliki heteroskedastisitas pada signifikansi > 0.05

c. Regresi linear

Agar memperjelas hubungan antar variabel, atau bahkan lebih jauh lagi untuk mengukur hubungan antara Y dan X maka digunakanlah analisis regresi berganda. Tujuan dari analisis regresi garis berganda berikut:

Kepuasan Pelanggan = $a + b_1$. Kualitas pelayanan + b_2 . Kualitas produk + e

Keterangan:

- a = konstanta dari persamaan regresi
 b1 = Koefisien regresi pertama
 b2 = Koefisien regresi kedua
 e = Standar error

Teknik pengujian hipotesis

a. Pengujian kelayakan model

1. Uji F (ANOVA)

Nilai probabilitas yang signifikan adalah $<5\%$ maka variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat

2. Koefisien determinasi

R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Jika nilainya mendekati 1 maka variabel x dan y akan berpengaruh.

b. Pengujian hipotesis

1. Uji T

Uji t yang kedua (Ghozali 2016:171) dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 (5%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Studi ini ditujukan kepada pelanggan wifi biznet. Data yang digunakan dan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan peneliti. Jumlah pertanyaan dalam kuesioner ini sebanyak 24 pertanyaan dan disebar melalui google form secara online melalui media sosial biznet Palembang dan menyebarkan secara offline atau langsung kepada responden yang termasuk kriteria pengisian kuesioner seperti teman dan keluarga yang menggunakan wifi biznet. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan layanan berdampak pada kepuasan pengguna wifi biznet di kota Palembang. Berikut adalah hasil pengumpulan kuesioner yang dinyatakan layak untuk dilakukan analisis.

Tabel 1. Hasil kuesioner yang disebar

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	55
Kuesioner yang kembali	55
Kuesioner yang layak/memenuhi syarat	55

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Statistik Deskriptif

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

	Variabel Kualitas Pelayanan					Rata-Rata	Rata-Rata Variabel
	Jawaban						
	ST	TS	N	S	SS		
KP1	0	1	0	34	20	4	4
KP2	0	0	1	2	52	5	
KP3	0	1	1	22	21	5	
KP4	0	1	1	7	46	5	
KP5	0	2	5	25	23	4	
KP6	0	1	0	26	28	4	
KP7	0	0	4	21	30	4	
KP8	0	0	1	29	25	4	
KP9	0	0	0	32	23	4	

KP1	0	9	13	21	12	4	
0							

Sumber : data primer yang diolah,2023

Berdasarkan table 4.2 rata-rata pertanyaan kuesioner variabel kualitas pelayanan yang terbesar adalah pertanyaan KP2,KP3 dan KP4 yaitu “karyawan biznet memberikan penjelasan yang jelas tentang paket-paket produk yang ditawarkan”, “biznet merespon setiap keluhan dari pelanggan”. “karyawan biznet mengkomunikasikan segala kendala /perbaikan/perubahan yang dilakukan biznet”. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui bahwa pertanyaan KP2,KP3,KP4 mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Variabel Kualitas Produk

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk

	Variabel Kualitas Produk					Rata-Rata	Rata-Rata Variabel
	Jawaban						
	STS	TS	N	S	SS		
KPR1	0	0	1	4	50	4,890909	4,731818182
KPR2	0	0	2	11	42	4,727273	
KPR3	0	0	2	11	42	4,727273	
KPR4	0	0	0	20	35	4,618182	
KPR5	0	0	2	6	47	4,818182	
KPR6	0	0	0	16	39	4,745455	
KPR7	0	0	2	18	35	4,6	
KPR8	0	1	1	10	43	4,727273	

Berdasarkan table 4.3 rata-rata pertanyaan variabel kualitas produk yang terbesar adalah pertanyaan KPR1 yaitu “saya merasa menggunakan internet biznet sedikit sekali mengalami hambatan dalam penggunaannya” sebesar 4,89. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju hambatan dalam penggunaan internet mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

	Variabel Kepuasan Pelanggan					Rata-Rata	Rata-Rata Variabel
	Jawaban						
	STS	TS	N	S	SS		
KPE1	0	0	1	32	22	4,563636	4,612121212
KPE2	0	0	1	6	48	4,854545	
KPE3	0	0	1	5	49	4,872727	
KPE4	0	0	1	12	42	4,763636	
KPE5	2	5	4	28	16	3,927273	
KPE6	0	1	1	41	12	4,690909	

Sumber : data primer yang diolah,2023

Profil Responden

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan waktu penggunaan

Waktu penggunaan	Jumlah	Presentase
4-6 bulan	6	10,9%
7-11 bulan	6	10,9%
1 tahun	4	7,3%
>1 tahun	39	70,9%

Berdasarkan table 5 jumlah waktu penggunaan responden dari hasil penyebaran kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 55 responden. Dapat dilihat bahwa waktu penggunaan wifi biznet dengan waktu penggunaan 4-6 bulan sebanyak 6 responden dengan presentase 10,9%, waktu

penggunaan 7-11 bulan sebanyak 6 responden dengan presentase 10,9%, waktu penggunaan satu tahun untuk empat orang, dengan presentase 7,3%, dan waktu penggunaan lebih dari satu tahun untuk 39 orang, dengan presentase 70,9%.

Uji kelayakan instrument

a. Uji validitas

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

TKP Pearson Correlation	.752**	.328*	.635*	.525*	.740*	.759*	.759*	.701*	.677*	.659**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

Kesimpulan : Berdasarkan table 4.6 seluruh item pertanyaan pada variable kualitas pelayanan semuanya valid (dikarenakan nilai signifikansi pearson correlation dibawah 0,05).

Tabel 7. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

TKPR Pearson Correlation	.615**	.802**	.719**	.475**	.683**	.347**	.656**	.737**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

Kesimpulan : Berdasarkan table 7 seluruh item pertanyaan pada variable kualitas produk semuanya valid (dikarenakan nilai signifikansi pearson correlation dibawah 0,05).

Tabel 8. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

TKPE Pearson Correlation	.671**	.400**	.403**	.599**	.788**	.737**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.003	.002	.000	.000	.000	
N	55	55	55	55	55	55	55

Kesimpulan : Berdasarkan table 4.8 seluruh item pertanyaan pada variable kepuasan pelanggan semuanya valid (dikarenakan nilai signifikansi pearson correlation dibawah 0,05).

b. Uji reliabilitas

Tabel 9. Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	10

Kesimpulan: Berdasarkan tabel 4.9, dilihat bahwa semua item pertanyaan pada variabel Kualitas pelayanan sudah reliabel (dikarenakan nilai cronbach alpha diatas 0,6)

Tabel 10 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	8

Kesimpulan: Berdasarkan tabel 4.10, dilihat bahwa semua item pertanyaan pada variabel Kualitas produk sudah reliabel (dikarenakan nilai cronbach alpha diatas 0,6). Selain itu pada variabel Kepuasan pelanggan sudah reliabel (dikarenakan nilai cronbach alpha diatas 0,6)

Uji Kelayakan Data**a. Uji Normalitas****Tabel 12****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	55
Test Statistic	.095
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Kesimpulan : Berdasarkan table 4.12, terlihat bahwa residual eror dalam penelitian ini terdistribusi normal (dikarenakan nilai signifikansi ks diatas 0,05).

b. Uji Multikolinearitas**Tabel 13 Uji Multikolinearitas**

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TKP	.498	2.007
	TKPR	.498	2.007

a. Dependent Variable: TKPE

Kesimpulan: Berdasarkan table 13, bahwa model penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas (dikarenakan nilai VIF dibawah 10 dan nilai tolerance diatas 0,1).

c. Uji Heteroskedastisitas**Tabel 14. Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients ^a
		Sig.
Model		
1	(Constant)	.010
	TKP	.162
	TKPR	.629

Kesimpulan : Berdasarkan table 14, bahwa model penelitian terdapat gejala heteroskedastisitas (dikarenakan nilai signifikansi variable independent diatas 0,05)

Uji Kelayakan Model**Tabel 15. Uji Kelayakan Model Penelitian**

Model Summary ^b			
Model	Adjusted R Square	Sig. Change	F
1	.620	.000	

Kesimpulan: Dari Tabel 15 terlihat nilai sig f lebih kecil dari 0,05 yang berarti model penelitian layak (variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen), sehingga besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,620 yang berarti variabel tersebut mampu menjelaskan 62% variabel Y, sisanya sebesar 38% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Teknik pengujian hipotesis

Tabel 16. Uji Hipotesis Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Sig.
	B	Std. Error	t	
(Constant)	3.655	2.779	1.315	.194
TKP	.252	.063	3.972	.000
TKPR	.340	.104	3.274	.002

Kesimpulan: Berdasarkan table 16, terlihat bahwa nilai signifikansi t dari variable independent (kualitas pelayanan dan kualitas produk) semuanya dibawah 0,05. Yang menunjukkan bahwa H1 dan H2 dalam penelitian ini diterima.

PEMBAHASAN

1. H1 Diterima : kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna wifi biznet dikota Palembang

Ternyata kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan teori kepuasan pelanggan model Kano, kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga sesuai dengan temuan Mahira dkk. (2021) dengan penelitian berjudul “Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. H2 Diterima : kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna wifi biznet dikota Palembang

Terlihat bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan teori kepuasan pelanggan model Kano, kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian Zagladi dkk. (2022) dengan penelitian berjudul “Dampak Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Iconnet Bandung” yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

IMPLIKASI

Implikasi Praktis

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Biznet dapat meningkatkan layanan dan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan dan produk yang diberikan, sehingga pelanggan dapat puas dengan layanan dan kualitas produk yang diterimanya.

Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti berharap agar penelitian ini dapat dilanjutkan dan menjadi referensi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya yang menggunakan variable serupa sehingga dapat berguna untuk dimasa yang akan datang.

SIMPULAN

Berdasarkan analisa dan hasil pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna wifi biznet dikota Palembang
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna wifi biznet dikota Palembang

KETERBATASAN

1. Penelitian ini memfokuskan pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan
2. Sampel penelitian ini hanya berjumlah 55 sampel saja

SARAN

Peneliti selanjutnya dapat mengganti produk Biznet dengan produk lain dan menambahkan lebih banyak variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan penelitian sebelumnya, dan peneliti dapat menambahkan jumlah sampel yang lebih besar pada penelitian ini.

REFERENSI

- Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 668–678.
- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132–144.
- Edi, H., & Anugrah, P. A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Effendi, T., Maharani, S., & Permanasari, L. (2023). Pentingnya kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan indihome banjarmasin. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 23(1), 15–23.
- Engelka, L., & Kartika, L. N. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen wifi indihome di daerah Istimewa yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 103–114.
- Erlangga, J., & Armstrong, G. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Widarman, A., & Risakotta, T. K. (2023). *Produk dan Merek*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fuadi, S., & Wijayanti, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Indihome pada PT. Telkom Metro. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 144–157.
- Haryeni, H., Agus, T., & Yendra, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Tri. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 1(3), 18–27.
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43–63.
- Ilham, Y., & Dirgantara, I. M. B. (2020). Analisis pengaruh kualitas jaringan, kualitas layanan, kualitas informasi, keamanan dan privasi pada penyedia layanan internet terhadap kepuasan pelanggan dan dampak pada niat pembelian ulang. *Diponegoro Journal of Management*, 9(4).
- Khoirunnisa, A. A., & Wijayanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 672–680.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*, edisi ke-15e. Penerbit: Pearson.
- Kusuma, A. A. N. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen di naughty nuri's warung seminyak: The effect of service and product quality on consumer satisfaction at naughty nuri's warung seminyak. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(8), 2103–2118.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26–29.
- Nugroho, N. T. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survey pada pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta). *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(02), 115570.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rahayu, S. R., Latief, F., & Asbara, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Layanan Indihome Di Makassar. *Nobel Management Review*, 2(3), 370–380.
- Rahayu, Y. M., Budiyo, R., & Rachmawati, M. (2020). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas

- pelayanan, dan customer value terhadap kepuasan pelanggan indihome di pt telkom semarang. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 20–29.
- Rahmawati, A. N., & Susilowati, L. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik (JSEP)*, 2(3).
- Syahmi, M. R. F., Colia, R. S., & Warman, E. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan Pelanggan. *Prosiding SENAPENMAS*, 1219–1230.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.
- Utami, A. A., & Gunadi, W. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Indihome Fiber Di Daerah Lubang Buaya Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Widodo, J., & Zulianto, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 166–170.
- Zagladi, L., & Syahputra, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Iconnet Bandung. *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 89–105.
- Zahrah, F. N., Indrawati, I., & Djatmiko, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 4(3).