JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)
Vol. XI No. 3 Edisi Oktober 2026
p-ISSN 2502-3780 | e-ISSN 2621-881X
Diterbitkan oleh LITBANG PEMAS, Universitas Islam Lamongan
Akses Terbuka: https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indihome di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara

Resha Cintami Azzahra[1], Nurzalinar Joesah[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia[1,2]
***Penulis korespondensi: resazahra28@gmail.com, nurzalinar.njh@bsi.ac.id**

Informasi Artikel

Riwayat artikel:
Diterima: 19 September 2026
Direvisi: 24 September 2026
Disetujui: 28 September 2026

Kata kunci:
Kualitas Produk; Harga; Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet berkualitas sehingga persaingan antar penyedia layanan internet di Indonesia semakin kompetitif. Meskipun IndiHome masih menjadi penyedia layanan internet berbasis fixed broadband dengan jumlah pelanggan terbesar, perusahaan tetap menghadapi berbagai tantangan, seperti kualitas jaringan yang belum stabil, persaingan harga, serta meningkatnya ekspektasi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *Nonprobability Sampling*, khususnya *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner *Skala Likert* yang disebarkan kepada 150 pelanggan aktif IndiHome di Kecamatan Tanjung Priok yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 27 yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 65,3%, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sedangkan 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Karya ini dilisensikan berdasarkan Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet yang berkualitas. Berdasarkan APJII (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% [1] . Peningkatan tersebut menunjukkan semakin tingginya ketergantungan masyarakat terhadap internet untuk mendukung aktivitas pekerjaan, pendidikan, komunikasi, dan hiburan. Kondisi ini turut mendorong pertumbuhan industri layanan internet rumah dan meningkatkan persaingan antarpenyedia jasa internet di Indonesia.

Salah satu penyedia layanan internet rumah yang memiliki pangsa pasar besar adalah IndiHome yang kini dikelola oleh PT Telkomsel setelah integrasi bisnis IndiHome dengan Telkomsel pada tahun 2023. Berdasarkan APJII (2023), IndiHome memiliki pangsa sebesar 54,21% pada layanan *fixed broadband* nasional [2]. Meskipun memiliki posisi yang kuat, IndiHome tetap menghadapi persaingan dari penyedia lain seperti Biznet, MyRepublic, dan First Media yang menawarkan layanan internet

berbasis fiber optik dengan kecepatan dan harga yang kompetitif. Kondisi tersebut menuntut IndiHome untuk mempertahankan kualitas produk serta menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang diterima pelanggan [3].

Permasalahan kualitas produk dan harga menjadi aspek penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Gangguan layanan IndiHome secara nasional yang terjadi pada 22 Januari 2026 menunjukkan bahwa kualitas konektivitas masih menjadi tantangan bagi penyedia layanan internet. Gangguan tersebut dilaporkan menimbulkan ribuan keluhan pengguna dan berdampak pada aktivitas komunikasi, pekerjaan, serta hiburan digital [4] . Selain kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima pelanggan juga dapat memengaruhi kepuasan. Penelitian Hutabarat dan Tanjung (2023) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome [5].

Konteks tersebut relevan untuk dikaji di Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara, yang merupakan kawasan dengan aktivitas masyarakat dan ekonomi yang tinggi serta memiliki karakteristik pelanggan yang beragam. Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Zebua et al. (2025) menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome [6] , sedangkan Desi et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut pada karakteristik wilayah dan pelanggan yang berbeda [7] .

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian untuk menguji pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indihome. Desain penelitian merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dan analisis data dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara, dengan periode pengumpulan data pada Maret-Mei 2026 [8].

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan aktif Indihome dengan menggunakan layanan Indihome selama 3 bulan dan pengguna layanan internet Inidhome yang berdomisili di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara. Sampel dipilih menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu [8]. Jumlah sampel sebanyak 150 responden, yang ditentukan berdasarkan 10 kali jumlah 15 indikator sesuai dengan ketentuan [9].

Variabel penelitian terdiri atas Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang disebarkan melalui Google Form dengan Skala Likert lima tingkat. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan studi dokumentasi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai kondisi yang dialami [8] .

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS *Statistics* versi 27. Teknik analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas), uji t, uji F, koefisien determinasi, dan koefisien regresi linear berganda. Uji validitas dan reliabilitas mengacu pada [10]. Sementara itu, analisis regresi linear berganda mengacu pada [11]. Model regresi yang digunakan adalah $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah perempuan 82 responden dan laki-laki 68 responden, yaitu sebanyak 150 responden dari keseluruhan sampel. Hal tersebut sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditetapkan, yaitu pelanggan aktif Indihome selama 3 bulan yang menggunakan layanan Indihome di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara. Dengan demikian, seluruh data penelitian diperoleh dari 150 responden perempuan dan laki-laki.

Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner, dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM *Statistical Package for Social Science* (SPSS) *Statistics* versi 27 untuk memperoleh nilai r hitung, kemudian dibandingkan dengan r tabel pada taraf signifikasi 5% dengan derajat kebebasan (*df*) = n-2 dimana n adalah jumlah sampel [11] . Keputusan dalam uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel, dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 5%. Nilai r tabel ditentukan dengan menggunakan rumus *df* (*degree of freedom*) = *n* (jumlah responden) – 2, dengan tingkat signifikansi uji dua arah pada nilai signifikan 0,05. Maka dari itu, nilai $df = 150 - 2 = 148$, sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,1603. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

1. Jika nilai r hitung > r tabel (0,1603) butir pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung < r tabel (0,1603) butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Butir Pernyataan	*r* hitung	*r* tabel (0,05) *df* = 160 - 2	Keterangan
X1.1	0,787	0,1603	Valid
X1.2	0,752	0,1603	Valid
X1.3	0,739	0,1603	Valid
X1.4	0,751	0,1603	Valid
X1.5	0,777	0,1603	Valid
X1.6	0,781	0,1603	Valid
X1.7	0,588	0,1603	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 1. diatas, menunjukkan ketujuh item pernyataan pada variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1603), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas produk (X1) dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Butir Pernyataan	*r* hitung	*r* tabel (0,05) *df* = 160 - 2	Keterangan
X2.1	0,702	0,1603	Valid
X2.2	0,720	0,1603	Valid
X2.3	0,737	0,1603	Valid
X2.4	0,776	0,1603	Valid
X2.5	0,771	0,1603	Valid
X2.6	0,738	0,1603	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 2. diatas, menunjukkan keenam item pernyataan pada variabel harga (X2) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1603), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel harga (X2) dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Butir Pernyataan	*r* hitung	*r* tabel (0,05) *df* = 160 - 2	Keterangan
Y1	0,677	0,1603	Valid
Y2	0,751	0,1603	Valid
Y3	0,654	0,1603	Valid
Y4	0,769	0,1603	Valid
Y5	0,779	0,1603	Valid
Y6	0,753	0,1603	Valid
Y7	0,691	0,1603	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 3. diatas, menunjukkan ketujuh item pernyataan pada variabel kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1603), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang dikatakan realibel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan memiliki konsistensi apabila digunakan untuk mengukur hal yang sama secara berulang, akan menghasilkan data yang tetap atau relatif sama [12] . Instrumen dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap butir-butir pernyataan menunjukkan konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu, sehingga data yang dipeoleh dapat dipercaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach's Alpha. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70, maka instrumen dinyatakan reliabel
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,70, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,860	0,70	Reliabel
Harga (X2)	0,835	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,845	0,70	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 4. diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada variabel kualitas produk (X1) sebesar (0,860), variabel harga (X2) sebesar (0,835), dan kepuasan pelanggan (Y) sebesar (0,845). Seluruh nilai *Cronbach's alpha* pada ketiga variabel tersebut diatas minimal 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Suatu model regresi dikatakan baik apabila nilai residualnya terdistribusi secara normal. Uji

normalitas data dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) [13] . terhadap nilai residual dari model regresi. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah dengan melihat nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-*tailed)* yang dihasilkan. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai *Asymp. Sig* > 0,05, maka data terdistribusi normal.

2. Jika nilai *Asymp. Sig* < 0,05, maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,81797668
Most Extreme Differences	Absolute	0,067
	Positive	0,028
	Negative	-0,067
Test Statistic		0,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,093

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 5. diatas, diketahui bahwa nilai Test Statistic (*Kolmogorov-Smirnov*) sebesar (0,067) dengan nilai *Asymp. Sig*. (2-*tailed*) sebesar 0,093 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi penelitian ini berdistribusi normal dan asumsi normalitas dalam model regresi telash terpenuhi.

Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (bebas) terhadap dependen (terikat) secara individual [15] . Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, serta melihat nilai signifikansi.

1. Jika nilai t hitung > nilai t tabel atau nilai sig < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima (terdapat pengaruh signifikan).
2. Jika nilai t hitung < nilai t tabel atau nilai sig > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak (tidak terdapat pengaruh signifikan).

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients[a]									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,107	1,361		1,548	0,124			
	KualitasProduk	0,379	0,050	0,407	7,610	0,000	0,643	0,532	0,367
	Harga	0,624	0,061	0,548	10,252	0,000	0,723	0,646	0,495

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 6. hasil uji t yang diperoleh hasil sebgai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X1) memperoleh t hitung sebesar 7,610, dengan nilai signifikan 0,000. Karena t hitung 7,610 > t tabel 1,976 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.
2. Variabel Harga (X2) memperoleh t hitung sebesar 10,252 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena t hitung 10,252 > t tabel 1,976 dan nilai sig 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.

Uji F (Simultan)

Uji simultan atau f digunakan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independent secara bersama-sama atau simultan dalam menjelaskan variabel dependen [16] . Dasar pengambilan keputusan dalam uji F yaitu, dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel serta melihat nilai signifikansi. Kriteria pengambilan keputusannya:

1. Jika f hitung > f tabel atau nilai Sig < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. (variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).
2. Jika f hitung < f tabel atau nilai sig > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak. (variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]						
Model		**Sum of Squares**	**df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	Regression	2274,365	2	1137,183	141,282	<.001[b]
	Residual	1183,208	147	8,049		
	Total	3457,573	149			

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 7. diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 141,282 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai F hitung > F tabel, yaitu 141,282 > 3,05. Selain itu, nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yaitu 0,000 < 0,05, dapat dismpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dinyatakan diterima.

Uji Koefisien Determinasi Parsial dan Simultan

koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol hingga satu, semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 – 1 atau $0 < R^2 < 1$. Apabila nlai R^2 mendekati nol (0) artinya kemampuan dari variabel bebas dalam menjelaskan variasi terikat cenderung lemah dan sebaliknya jika mendekati satu (1) artinya cenderung kuat [13] . Berdasarkan jenis rumusan regresi yang digunakan koefisien determinasi terbagi menjadi dua yaitu:

1. Koefisien determinasi parsial

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,107	1,361		1,548	0,124			
	KualitasProduk	0,379	0,050	0,407	7,610	0,000	0,643	0,532	0,367
	Harga	0,624	0,061	0,548	10,252	0,000	0,723	0,646	0,495

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 8. diatas, pada pengujian koefisien determinasi parsial dilakukan untuk mengukur kontribusi variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) pada Kepuasan Pelanggan (Y) secara individu. Hasil perhitungan yang menujukkan besarnya dampak masing-masing variabel independen dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

2. Koefisien determinasi simultan

Tabel 9. Hasil Perhitungan Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,811[a]	0,658	0,653	2,837

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 9. diatas, dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,653 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 65,3%. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 34,7%, dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, promosi atau variabel lain diluar model penelitian ini yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi

analisis regresi linear berganda merupakan metode untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen (variabel Y) dengan variabel independen (variabel X). Syarat analisis linear berganda adalah harus dilakukan uji asumsi, dikarenakan variabel independen lebih dari satu sehingga perlu diuji hasil regresi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen [17] . Yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam menentukan arah pengaruh adalah dengan

melihat tanda dan besaran nilai koefisien (B) persamaan umum regresi linear berganda adalah Y = a + b1X1 = b2X2 = e.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Regresi

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,107	1,361		1,548	0,124
	Kualitas Produk	0,379	0,050	0,407	7,610	<,001
	Harga	0,624	0,061	0,548	10,252	<,001

Sumber; Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 10. diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai Adalah Y = -2,107 + 0,379 X1 + 0,624 X2. Dari persamaan regresi yang telah diperoleh, dapat diketahui bahwa koefisien masing-masing di atas:

1. Nilai konstanta yakni (2,107) memperlihatkan bila variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) nilainya 0, maka perkiraan nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 2,107.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,379 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Kualitas Produk akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,379 satuan, dengan asumsi variabel Harga (X2) tetap atau konstant.
3. Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 0,624 dan bernilai positif, yang berarti setiap kenaikan satu satuan pada variabel Harga (X2) akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,624 satuan, dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X1) tetap atau konstan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indihome. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 7,610 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,976, disertai nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka ditolaknya Ho1 serta diterimanya Ha1. Disamping itu, nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,379 mengindikasikan bahwa semakin meningkat Kualitas Produk yang dimiliki Indihome, maka semakin meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan [6] [17] .

Pengaruh Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indihome. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 10,252 lebih besar dari t tabel sebesar 1,976, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka Ho2 ditolak serta Ha2 diterima. Selain itu, nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,624 mengindikasikan bahwa variabel Harga memberikan pengaruh yang relatif lebih dominan. Menunjukkan bahwa setiap penyesuaian harga yang tepat akan sangat efektif dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini yang

menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan [5] [18].

Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indihome. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 141,282 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,06, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka ditolaknya H03 serta diterimanya Ha3.

Selain itu, hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,653 atau 65,3% yang berarti variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 65,3%. Besarnya nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen dalam penelitian ini mempunyai peranan yang cukup dominan dalam menjelaskan terjadinya Kepuasan Pelanggan. Adapun sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan konsumen. Hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan [19] [20].

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Indihome di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa harga yang sesuai, terjangkau, dan sebanding dengan manfaat yang diterima dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 65,3% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 34,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] APJII, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” *APJII*, Feb. 07, 2024. Accessed: Apr. 16, 2026. [Online]. Available: https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang

[2] APJII, “Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang,” Mar. 2023. Accessed: Apr. 16, 2026. [Online]. Available: https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang

[3] Khoirunnisa, “Perbandingan Paket Internet Rumah MyRepublic, IndiHome, dan Biznet 2026 ,” 2026. Accessed: Aug. 04, 2026. [Online]. Available: https://selular.id/2026/06/perbandingan-paket-internet-rumah-myrepublic-indihome-dan-biznet-2026/

[4] L. Maulida and Y. Pratomo, “Internet Indihome dan Telkomsel Dilaporkan Down Siang Ini. ,” Jan. 2026. Accessed: Aug. 02, 2026. [Online]. Available: https://tekno.kompas.com/read/2026/01/22/12194107/internet-indihome-dan-telkomsel-dilaporkan-down-siang-ini

[5] M. R. N. Hutabarat and Y. Tanjung, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome DiPT. Telkom Medan Sumatera Utara(Studi Kasus Di

Marelan)," *Student Research Journal*, vol. 1, no. 1, Feb. 2023, doi: https://doi.org/10.55606/sjryappi.v1i1.196.

[6] A. Zebua, Y. Mendrofa, I. Harefa, and A. Telaumbanua, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Kota Gunungsitoli," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, vol. 8, no. 3, pp. 3712–3741, Aug. 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i3.2529.

[7] Desi, H. Rundupadang, and M. Batara, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Toraja Utara Periode 2023-2024," *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, vol. 3, no. 6, Sep. 2024, Accessed: Apr. 17, 2026. [Online]. Available: https://al-haramjournal.id/index.php/EKOMA/article/view/4481

[8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA BANDUNG, 2023.

[9] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*, Eight Edition. Annabel Ainscow, 2019.

10] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegor, 2021.

11] I. Ghozali, *Aplikasi Analisi Multivariate Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2021.

[12] Darman and W. I. S. Mooduto, *Statistik Penelitian Pendekatan Praktis Menggunakan SPSS dan SmartPLS*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2018.

[13] I. Machali, *Metode Penlitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

[14] Darman and W. I. S. Mooduto, *Statistik Penelitian; Pendekatan Praktis Menggunakan SPSS Dan SmartPLS*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2018.

[15] F. Afrianti and I. Oktawahyudi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pipa Merek Trilliun Pada Toko Fria Bangunan Hiang Kabupaten Kerinci," *Indonesia Sosial Sains*, vol. 3, no. 1, Jan. 2022, doi: https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.528.

[16] D. Sudrajat, *Pengantar Statistika Pendidikan Disertai Aplikasi Program SPSS*. Surakarta : Center of Language and Culture Studies, 2020.

[17] F. Umaroh and K. Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome di DKI Jakarta," *Management & Accounting Expose e-ISSN*, vol. 5, no. 2, pp. 36–48, Dec. 2022, doi: https://doi.org/10.36441/mae.v5i2.698.

[18] C. Septianarditya and M. Nasir, "Analisis Kepuasan Pelanggan Indihome Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Harga dan Promos," vol. 18, no. 1, 2022, doi: https://doi.org/10.31573/eksos.v18i1.440.

[19] F. R. Azahro, Saryadi, and H. D. Waloejo, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome PT. Telkom Kabupaten Pati," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 11, no. 4, 2022, doi: https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35969.

[20] B. L. S. Hutauruk and H. D. Sitorus, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk danKualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Kota Batam," vol. 5, no. 2, Dec. 2022, doi: https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.451.