



Contents lists available at insancendekia.or.id

ARBITRASE

(Journal of Economics, Accounting, Management and Business)

ISSN : 3124-8985

Journal homepage: <https://ojs.insancendekia.or.id/index.php/Arbitrase>



Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok

Ayudya Maharani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Article Info

Keyword:

Customer satisfaction; internet service; MyRepublic; product quality; service quality.

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology has increased public demand for reliable and high-quality internet services, resulting in increasingly intense competition among internet service providers. Consequently, service providers are required to continuously improve both product and service quality to enhance customer satisfaction. This study aims to examine the effects of product quality and service quality on customer satisfaction among MyRepublic WiFi customers in Depok City. A quantitative approach with an associative research design was employed. Data were collected through questionnaires administered to 96 MyRepublic WiFi customers in Depok City selected using purposive sampling. The data were analyzed using IBM SPSS Statistics version 26, including data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial significance tests (t-tests), simultaneous significance tests (F-tests), and the coefficient of determination (R^2). The findings indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, product quality and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R^2) of 64.10% indicates that product quality and service quality explain 64.10% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 35.90% is attributable to other factors outside the research model. Among the independent variables examined, service quality demonstrates the stronger contribution to customer satisfaction among MyRepublic WiFi customers in Depok City. These findings emphasize the importance of maintaining high product quality while continuously improving service quality to enhance customer satisfaction in the competitive internet service industry.



© 2020 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Ayudya Maharani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email: ayudyamaharani554@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet yang cepat, stabil, dan berkualitas. Internet tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi telah menjadi bagian penting dalam berbagai aktivitas masyarakat, seperti pendidikan, pekerjaan, bisnis, hiburan, dan pelayanan publik. Berdasarkan Survei Penetrasi Internet Indonesia yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

(APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai sekitar 221,56 juta orang atau 79,5% dari total penduduk Indonesia. Persentase tersebut meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 78,19%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet terus bertumbuh dari tahun ke tahun.

Meningkatnya penetrasi internet turut mendorong semakin ketatnya persaingan antarpenyedia layanan internet tetap (fixed broadband) di Indonesia. Perusahaan penyedia jasa internet tidak hanya dituntut untuk menawarkan kecepatan akses yang tinggi, tetapi juga harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam industri jasa, pelanggan tidak hanya mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan aspek teknis, tetapi juga berdasarkan pengalaman yang diperoleh selama menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Riyadi & Erdiansyah, 2023).

MyRepublic merupakan salah satu penyedia layanan internet berbasis serat optik (fiber optic) di Indonesia yang menawarkan layanan internet berkecepatan tinggi dengan harga yang kompetitif. Dalam menghadapi persaingan industri yang semakin intensif, MyRepublic perlu terus meningkatkan kualitas produk maupun kualitas pelayanan agar mampu mempertahankan pelanggannya. Persaingan tersebut semakin kuat dengan keberadaan penyedia layanan lain, seperti IndiHome dan Biznet, yang menawarkan karakteristik layanan dan segmentasi pasar yang berbeda. Perbandingan beberapa penyedia layanan internet tetap di Indonesia disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Penyedia Layanan Internet Fixed Broadband di Indonesia Tahun 2025

Aspek Perbandingan	MyRepublic	IndiHome	Biznet
Teknologi jaringan	<i>Fiber optic</i>	<i>Fiber optic</i>	<i>Fiber optic</i>
Kecepatan paket awal	Hingga 30 Mbps	Hingga 30 Mbps	Hingga 50 Mbps
Fokus layanan	Internet, <i>streaming</i> , dan <i>gaming</i>	Internet, TV interaktif, dan telepon	Internet dan <i>streaming</i>
Segmentasi pasar	Rumah tangga dan <i>gamer</i>	Rumah tangga umum	Rumah tangga premium
Cakupan jaringan	Kota-kota besar, termasuk Depok	Sangat luas di berbagai wilayah Indonesia	Terbatas pada kota-kota tertentu
Keluhan yang sering ditemukan	Gangguan jaringan, kestabilan koneksi, dan respons penanganan keluhan	Gangguan jaringan dan antrean layanan pelanggan	Harga relatif lebih tinggi
Posisi dalam persaingan ISP	Penyedia internet yang berkembang dan kompetitif	Pemimpin pasar <i>fixed broadband</i> Indonesia	Penyedia internet segmen premium

Sumber: Data resmi MyRepublic, IndiHome, dan Biznet Home, diolah peneliti (2025).

Berdasarkan Tabel 1, MyRepublic, IndiHome, dan Biznet merupakan penyedia layanan internet yang menggunakan teknologi serat optik dan bersaing dalam industri fixed broadband di Indonesia. Ketiganya memiliki perbedaan dalam hal kecepatan paket awal, fokus layanan, segmentasi pasar, maupun cakupan jaringan. MyRepublic menawarkan layanan yang berorientasi pada kebutuhan rumah tangga, streaming, dan gaming, serta memiliki cakupan pada sejumlah kota besar, termasuk Kota Depok. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa MyRepublic memiliki peluang untuk memperluas pasarnya, tetapi pada saat yang sama menghadapi tantangan untuk mempertahankan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk dan pelayanan. Apabila perusahaan gagal memenuhi ekspektasi pelanggan, konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih penyedia layanan lain yang dianggap mampu memberikan kualitas layanan yang lebih baik (Prayoga & Yuliantari, 2023).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam konteks layanan internet, kualitas produk dapat tercermin dari kecepatan akses, kestabilan jaringan, keandalan koneksi, serta kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan

pelanggan. Semakin baik kualitas produk yang diberikan perusahaan, semakin besar kemungkinan pelanggan memperoleh pengalaman penggunaan yang sesuai dengan harapannya. Ravi dan Hasibuan (2025) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan WiFi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelán. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian perusahaan penyedia layanan internet dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara cepat, tanggap, ramah, tepat, serta mampu menyelesaikan permasalahan pelanggan secara efektif. Dalam industri layanan internet, pelanggan tidak hanya membutuhkan koneksi yang baik, tetapi juga memerlukan dukungan teknis serta penanganan keluhan ketika terjadi gangguan. Yustiani dan Mulyadi (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan internet. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang responsif dapat membentuk persepsi positif pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Meskipun MyRepublic menawarkan berbagai keunggulan layanan, masih terdapat permasalahan yang berkaitan dengan pengalaman pelanggan, seperti gangguan jaringan, koneksi internet yang tidak stabil, penurunan kecepatan pada waktu tertentu, serta lambatnya respons terhadap keluhan pelanggan. Permasalahan tersebut dapat memengaruhi persepsi pelanggan mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Apabila permasalahan terjadi secara berulang dan tidak ditangani secara efektif, kepuasan pelanggan dapat menurun serta meningkatkan kemungkinan pelanggan beralih kepada penyedia layanan internet lainnya.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur kemampuan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya. Pelanggan yang merasa puas cenderung melanjutkan penggunaan layanan, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan perusahaan. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan munculnya penilaian negatif dan meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk berpindah kepada pesaing. Akbar, Febrilia, dan Lutfia (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang selanjutnya berpotensi memperkuat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa kualitas produk dan pelayanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi konsumennya.

Meskipun penelitian mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian terdahulu lebih banyak dilakukan pada pelanggan penyedia layanan internet lain, khususnya IndiHome, serta pada wilayah yang berbeda, seperti Medan, Jakarta, Parepare, Bogor, Semarang, dan Kotamobagu. Sementara itu, penelitian yang secara khusus menguji kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok masih relatif terbatas. Perbedaan karakteristik pelanggan, tingkat persaingan, kondisi wilayah, serta pengalaman penggunaan layanan memungkinkan munculnya hasil penelitian yang berbeda. Dengan demikian, pengujian pada pelanggan MyRepublic di Kota Depok diperlukan untuk memberikan bukti empiris yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok. Pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Variabel penelitian terdiri atas kualitas produk sebagai variabel independen pertama (X_1), kualitas pelayanan sebagai variabel independen kedua (X_2), dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan WiFi MyRepublic yang berada di Kota Depok. Karena jumlah populasi pelanggan tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Responden

ditentukan berdasarkan kriteria, yaitu pelanggan aktif WiFi MyRepublic di Kota Depok, berusia minimal 20 tahun, telah menggunakan layanan MyRepublic sekurang-kurangnya tiga bulan, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, dengan persamaan :

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel;

Z = nilai z-score pada tingkat kepercayaan 95% (1,96);

p = estimasi proporsi maksimum (0,50);

d = margin of error (0,10).

Dengan demikian, perhitungannya adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2(0,5)(1-0,5)}{(0,1)^2} \\ n &= \frac{(3,8416)(0,5)(0,5)}{0,01} \\ n &= \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 96 responden

Variabel kualitas produk (X_1) diukur melalui aspek performance, reliability, conformance, features, serviceability, dan perceived quality. Indikator yang digunakan mencakup kecepatan dan kinerja internet, stabilitas dan keandalan jaringan, kesesuaian layanan dengan spesifikasi, fitur layanan, kemampuan penanganan gangguan, serta persepsi terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Instrumen kualitas produk terdiri atas delapan butir pernyataan.

Kualitas pelayanan (X_2) diukur berdasarkan dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Indikatornya meliputi fasilitas dan sarana pelayanan, ketepatan dan keakuratan layanan, kecepatan respons dan kesiapan petugas, jaminan pelayanan dan kepercayaan pelanggan, serta perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Variabel ini terdiri atas sepuluh butir pernyataan.

Kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan terhadap pelayanan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Instrumen variabel kepuasan pelanggan terdiri atas delapan butir pernyataan.

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok. Selain kuesioner, penelitian menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara sebagai sumber informasi pendukung. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan analisis terdiri atas uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Uji kualitas data mencakup uji validitas dan reliabilitas. Item instrumen dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan reliabilitas instrumen ditentukan berdasarkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Normalitas residual dianalisis menggunakan Normal Probability Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan residual berdistribusi normal. Model dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Sementara itu, heteroskedastisitas dianalisis melalui scatterplot dan uji Glejser; nilai signifikansi $> 0,05$ pada uji Glejser menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan persamaan:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = konstanta

b_1 = koefisien regresi Kualitas Produk

b_2 = koefisien regresi Kualitas Pelayanan

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan;

e = error term

Pengujian hipotesis parsial dilakukan menggunakan uji t pada taraf signifikansi 5%. Variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai signifikansi < 0,05. Sementara itu, uji F digunakan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. H_0 ditolak apabila F-hitung > F-tabel atau nilai signifikansi < 0,05.

Kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan koefisien determinasi. Karena model menggunakan lebih dari satu variabel independen, dokumen penelitian menggunakan nilai Adjusted R Square sebagai ukuran kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Semakin mendekati satu, semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai profil sampel penelitian. Penelitian ini melibatkan 96 pelanggan aktif WiFi MyRepublic di Kota Depok yang telah menggunakan layanan minimal tiga bulan. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lama penggunaan layanan.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	62	64,6
	Laki-laki	34	35,4
Usia	17–25 tahun	35	36,5
	26–36 tahun	36	37,5
	>35 tahun	25	26,0
Lama Menggunakan Layanan	3–6 bulan	36	37,5
	7–12 bulan	37	38,5
	>1 tahun	23	24,0

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 62 orang (64,6%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 34 orang (35,4%). Berdasarkan usia, kelompok responden terbesar berada pada rentang 26–36 tahun, yaitu sebanyak 36 orang (37,5%), diikuti kelompok usia 17–25 tahun sebanyak 35 orang (36,5%). Sementara itu, berdasarkan lama penggunaan layanan, sebagian besar responden telah menggunakan WiFi MyRepublic selama 7–12 bulan, yaitu sebanyak 37 orang (38,5%), diikuti pengguna selama 3–6 bulan sebanyak 36 orang (37,5%). Dengan demikian, responden penelitian didominasi oleh perempuan, kelompok usia 26–36 tahun, serta pelanggan yang telah menggunakan layanan selama 7–12 bulan.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Dengan jumlah responden sebanyak 96 orang, nilai $r\text{tabel}_{\{tabel\}}$ yang digunakan adalah 0,2006 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,742	0,2006	Valid
	X1.2	0,496	0,2006	Valid
	X1.3	0,557	0,2006	Valid
	X1.4	0,761	0,2006	Valid
	X1.5	0,594	0,2006	Valid
	X1.6	0,602	0,2006	Valid
	X1.7	0,433	0,2006	Valid
	X1.8	0,592	0,2006	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,612	0,2006	Valid
	X2.2	0,662	0,2006	Valid
	X2.3	0,428	0,2006	Valid
	X2.4	0,632	0,2006	Valid
	X2.5	0,215	0,2006	Valid
	X2.6	0,560	0,2006	Valid
	X2.7	0,556	0,2006	Valid
	X2.8	0,538	0,2006	Valid
	X2.9	0,316	0,2006	Valid
	X2.10	0,674	0,2006	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,711	0,2006	Valid
	Y.2	0,345	0,2006	Valid
	Y.3	0,453	0,2006	Valid
	Y.4	0,662	0,2006	Valid
	Y.5	0,446	0,2006	Valid
	Y.6	0,370	0,2006	Valid
	Y.7	0,643	0,2006	Valid
	Y.8	0,587	0,2006	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh item pada variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai $r\text{hitung}_{\{hitung\}}$ yang lebih besar daripada $r\text{tabel}_{\{tabel\}}$ sebesar 0,2006. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach' s Alpha	Taraf Signifikasi	Keterangan
Kualitas Produk	8	0,746	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	10	0,709	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	8	0,627	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yaitu Kualitas Produk (X1) sebesar 0,746, Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,709, dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,627. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57953018
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.040
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasar pada tabel 5, didapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,200. Nilainya lebih besar dari taraf signifikansinya 0,05 ($0,200 > 0,05$), hingga bisa disimpulkan bahwasanya data residual pada penelitiannya berdistribusi normal. Dengan begitu, model regresinya sudah memenuhi asumsi normalitas hingga layak dipakai untuk analisa selanjutnya.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.801	1.205		2.324	.022
	TOTAL_X1	-.083	.044	-.292	-1.878	.064
	TOTAL_X2	.047	.046	.159	1.024	.309

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output SPSS yang diolah 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser pada Tabel 6, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,064 dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,309. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, varians residual pada model regresi bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga model telah memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis regresi serta pengujian hipotesis lebih lanjut

Tabel 7. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.895	2.091		2.341	.021		
	TOTALX1	.298	.077	.367	3.871	.000	.428	2.334
	TOTALX2	.412	.080	.486	5.129	.000	.428	2.334

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber : Output SPSS yang diolah 2026

Dari hasil analisis multikolinearitasnya yang ditampilkan pada tabel 7, didapat bahwasanya variable Kualitas Produk (X1) serta Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan nilai Tolerancenya yaitu 0,428 serta nilai VIF yaitu 2,334. Nilai Tolerance untuk kedua variable menunjukkan angka di atas 0,10, sementara nilai VIF menunjukkan angka di bawah 10. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwasanya model regresi pada studinya tidak menunjukkan gejala multikolinearitas

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat).

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.895	2.091		2.341	.021
	TOTAL X1	.298	.077	.367	3.871	.000
	TOTAL X2	.412	.080	.486	5.129	.000

Sumber : Output SPSS yang diolah 2026

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda pada tabel Coefficients, diperoleh nilai konstanta sebesar 4,895, koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar 0,298, dan koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,412. Dengan demikian, persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 4,895 + 0,298X_1 + 0,412X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- X₁ = Kualitas Produk
- X₂ = Kualitas Pelayanan
- e = error term

Nilai konstanta sebesar 4,895 menunjukkan bahwa apabila Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) diasumsikan bernilai tetap atau nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 4,895.

Koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar 0,298 dan bernilai positif. Artinya, setiap peningkatan Kualitas Produk sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,298 satuan. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk MyRepublic, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,412 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap,

akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,412 satuan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan.

Jika dilihat dari nilai Standardized Beta, Kualitas Produk memiliki nilai beta sebesar 0,367, sedangkan Kualitas Pelayanan sebesar 0,486. Nilai beta Kualitas Pelayanan lebih besar, sehingga dalam model ini Kualitas Pelayanan menunjukkan kontribusi relatif yang lebih kuat terhadap Kepuasan Pelanggan dibandingkan Kualitas Produk.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial pada tingkat signifikansi 5%. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk (X1) memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,871 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, sehingga lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Pelayanan (X2) memperoleh nilai t-hitung sebesar 5,129 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, sehingga lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok. Secara parsial, kedua variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan nilai Standardized Beta, pengaruh relatif Kualitas Pelayanan ($\beta = 0,486$) lebih besar daripada Kualitas Produk ($\beta = 0,367$).

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1131.362	2	565.681	83.224	.000 ^b
	Residual	632.128	93	6.797		
	Total	1763.490	95			
a. Dependent Variable: TOTALY						
b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1						

Sumber : Output SPSS yang diolah 2026

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 9, diperoleh nilai Fhitung sebesar 83,224 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai Fhitung sebesar 83,224 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,09. Dengan demikian, Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) WiFi MyRepublic di Kota Depok. Oleh karena itu, H_3 diterima.

Tabel 10. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.634	2.60712
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1				

Sumber : Output SPSS yang diolah 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 10, diperoleh nilai R Square sebesar 0,642. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 64,2%, sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,634 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, kemampuan model dalam menjelaskan Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 63,4%. Dengan demikian, model regresi memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai thitung yang lebih besar daripada ttabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak

dan H1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok. Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh MyRepublic, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi parsial, Kualitas Produk memberikan kontribusi sebesar 26,97% terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peranan yang cukup besar dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas apabila layanan internet yang diterima memiliki kualitas yang baik, seperti kecepatan internet yang sesuai dengan paket, koneksi yang stabil, fitur layanan yang memadai, serta jaringan yang dapat diandalkan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator “Gangguan jaringan dapat ditangani dengan baik oleh perusahaan” memperoleh penilaian tertinggi dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan MyRepublic dalam menangani gangguan jaringan menjadi salah satu aspek penting yang mendukung peningkatan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fathoni (n.d.) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan WiFi MyRepublic. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk yang diterima pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi parsial, Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 37,13% terhadap Kepuasan Pelanggan. Persentase tersebut lebih besar dibandingkan kontribusi Kualitas Produk sebesar 26,97%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki kontribusi yang lebih besar dalam menjelaskan Kepuasan Pelanggan. Pelayanan yang cepat, responsif, ramah, serta mampu memberikan solusi atas keluhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan terhadap layanan yang diterima.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator “Saya merasa aman menggunakan layanan MyRepublic” memperoleh penilaian tertinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa rasa aman dan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan MyRepublic merupakan aspek penting dalam membentuk kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Irwansyah (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai Fhitung yang lebih besar daripada Ftabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H3 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 64,10%, sedangkan sisanya sebesar 35,90% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti harga, promosi, citra merek, dan faktor lainnya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang diberikan perusahaan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang dirasakan selama menggunakan layanan MyRepublic. Produk internet yang cepat, stabil, dan dapat diandalkan akan memberikan pengalaman yang lebih baik apabila didukung oleh pelayanan yang responsif, ramah, dan mampu menyelesaikan permasalahan pelanggan secara efektif.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nurmaulida dan Liilis Sugi Rahayu Ningsih (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Ketika kualitas produk didukung oleh kualitas pelayanan yang baik, tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas jaringan, kestabilan koneksi, kecepatan internet, fitur layanan, dan keandalan produk dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan yang responsif, ramah, cepat, aman, dan mampu menangani keluhan secara efektif menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Secara simultan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kota Depok. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, promosi, citra merek, pengalaman pelanggan, dan nilai pelanggan. Dengan demikian, peningkatan kepuasan pelanggan perlu dilakukan melalui perbaikan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan MyRepublic dalam mempertahankan pelanggan sangat bergantung pada kemampuannya menjaga kualitas layanan internet dan memberikan pelayanan yang konsisten sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan secara berkelanjutan optimal.

Referensi

- Akbar, L. F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada konsumen IndiHome di DKI Jakarta). *Neraca*. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/2705/2615>
- Desi, Rundupadang, & Batara, B. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Toraja Utara periode 2023–2024.
- Ferre, A. N. L. C., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk IndiHome PT Telkom Akses Kotamobagu. 11(2), 190–204.
- Irmawati, I., & R. B. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk IndiHome terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Witel Magelang. 1.
- Musdalifah. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome. *Jurnal Kewirausahaan*, 10(4). <https://stieamsir.ac.id/journal/index.php/man/article/view/556/290>
- Nasrudin, M., & Zuhdi, S. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen IndiHome di Bogor. 3. <https://doi.org/10.37641/jikes.v3i1.1792>
- Nurmaulida, L. A., & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh kualitas produk dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di PT Garuda Media Telematika Desa Kebondalem Kecamatan Bareng. <https://doi.org/10.59024/jise.v1i4.330>
- Prayoga, H., & Yuliantari, K. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan produk jasa layanan internet. 4.
- Ravi, M., & Hasibuan, A. (2025). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan WiFi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelan.
- Riyadi, M. E. Y., & Erdiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. 7. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/23357>

- Syaifuddin. (2024). Optimalisasi peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan IndiHome. 5. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/4724/2623>
- Tanjung, J. R., & Rahman, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan IndiHome PT Telkom Indonesia Pekanbaru. 3.
- Yustiani, & Yohanda, M. D. (2025). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome. 1. <https://ejournal.unbin.id/index.php/jkf/article/view/34/40>