

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU XL AXIATA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

N. K. Widiani¹, G. P. A. J. Susila²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Buleleng
e-mail: nikadekwidiani06@gmail.com¹, agus.jana@undiksha.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *propotional sampling* dan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang dipegunakan sebanyak 130 responden. Instrumen yang dipergunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiat (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas produk, kualitas pelayanan

Abstract

This research aimed to examine the effect of product quality and service quality both simultaneously and partially on XL Axiata card customer satisfaction among students of the Faculty of Economics, Ganesha University of Education. The research design used in this research is causal quantitative research. Determination of the sample in the research using proportional sampling and purposive sampling techniques. The samples used was 130 respondents. The instrument used in data collection was a questionnaire and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this research are (1) product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction of XL Axiata cards, (2) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of XL Axiata, and (3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of XL Axiata cards.

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

1. Pendahuluan

Perusahaan teknologi telekomunikasi merupakan perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat yang berdampak pada persaingan operator telekomunikasi. Teknologi yang semakin canggih memerlukan perkembangan sirkulasi informasi di masyarakat, memaksapenyedia dan pengguna untuk bertindak lebih cepat, agar tidak terlambat. Setiap orang yang membutuhkan informasi baik dari orang lain maupun internet untuk berbagai kepentingan salah satu media yang digunakan adalah *handphone*. Dengan adanya *handphone* maka diperlukan *provider* atau kartu seluler seperti Indosat Ooredoo, Telkomsel, XL Axiata, Smartfren dll untuk menunjang kualitas dari produk tersebut. Karena banyaknya produk kartu seluler yang sangat bervariasi mengakibatkan persaingan semakin ketat. Untuk bersaing di pasar, perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan customernya. Menurut Haromain dan Suprihhadi (2016), kunci utama perusahaan memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan.

Salah satu operator seluler yang bersaing di pasar adalah PT. XL Axiata Tbk, sebelumnya bernama PT Excelcomindo Pratama ialah salah satu operator telekomunikasi

seluler di Indonesia yang bergerak di bidang jasa yang beroperasi secara komersial pada tanggal 8 Oktober 1996. XL Axiata menawarkan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dari memberikan jasa telekomunikasi seluler jenis GSM (*Global System for Mobile*), XL Prabayar dan XL Pascaprabayar. Di masa pandemi Covid-19 terpaksa semua orang untuk melakukan aktivitas secara online maka, ketersediaan jaringan 4G yang tinggi akan memberikan manfaat yang besar. Dengan tersedianya jaringan 4G akses internet akan lebih cepat dibandingkan jaringan 3G. Berdasarkan data yang diperoleh dari *opensignal.com* mengenai ketersediaan jaringan 4G pada perusahaan jasa telekomunikasi di Indonesia tahun 2020 menunjukkan bahwa XL Axiata menduduki posisi terendah dengan presentase paling kecil, jika dibandingkan dengan pesaingnya yakni Smartfren, Indosat Ooredi, dan Telkomsel. Dengan adanya ketersediaan jaringan 4G pada XL Axiata yang rendah, maka memungkinkan mempengaruhi kepuasan pelanggan XL Axiata.

Kepuasan pelanggan ialah suatu ukuran dimana kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi. Kepuasan customer bisa diperoleh berasal seberapa besar kinerja perusahaan pada menangani keluhan-keluhannya menggunakan memberikan solusi yg tepat terhadap keluhan pelanggan Noviyanti (2018). Berdasarkan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner pada 10 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang dilakukan untuk mengetahui besarnya tingkat kepuasan pelanggan pada kartu XL Axiata menunjukkan bahwa kepuasan customer kartu XL Axiata di mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha masih tergolong rendah. Oleh sebab itu, company XL Axiata harus memperhatikan faktor penyebab yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Beberapa faktor yang harus diperhatikan adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan customer.

Dalam memasarkan suatu produk kualitas produk ialah hal krusial yang harus dimampukan oleh company supaya produk yang didapatkan dapat bersaing dipasaran dan diterima sang konsumen. Kotler dan Keller (2009: 3) menyatakan kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang buat memberikan nilai pada customer yg paling unggul serta yg sesuai atau bahkan melampaui dari apa yang dicitakancustomer. Kualitas produk merupakan karakteristik yg bergantung di kemampuannya buat memuaskan kebutuhan konsumen yg diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008: 272). Adanya kualitas produk yang baik, maka keinginan pelanggan dapat terpenuhi.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang juga harus dijaga agar tetap dijadikan pilihan oleh customer. kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yg dirasakan konsumen sama atau melebihi kualitas layanan yg diperlukan oleh konsumen tersebut (Tresiya, dkk 2018). Kualitas layanan adalah permulaan dari kualitas pelanggan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Haromain dan Suprihhadi 2016). Menurut Haromain dan Suprihhadi (dalam Kotler dan Armstrong, 2012:681) kualitas layanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan mampu untuk bersaing dan dapat mempengaruhi rasa kenyamanan dan kesetiaan pelanggan.

Berlandaskan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka dapat diajukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Axiata Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha". Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah (1) apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha (2) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan (3) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, (2) menguji kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, dan (3) Menguji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang nantinya dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Disamping itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen pengelola XL Axiata mengenai informasi terkait factor – faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan

Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, banyak hal yang dapat memengaruhi kepuasan customer seperti kualitas produk dan kualitas pelayanan. Karena pada dasarnya konsumen merasa puas apabila produk yang ditawarkan berkualitas. Dan dengan adanya kualitas pelayanan yang baik customer akan merasa nyaman dan akan cenderung untuk tetap mempergunakan product yang ditawarkan (Manus, 2015). Jadi dengan memberikan produk yang pas dengan harapan pelanggan dan pelayanan yang sesuai standar maka akan dapat menciptakan nilai kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleleng, dkk (2014) menyatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasanpelanggan.

H₁: Ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, untuk tetap bertahan dan dapat bersaing agar menjadi pilihan konsumen yaitu dengan menjaga kualitas produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan karena customer berharap produk yang dibelinya dapat memberikan manfaat yang bisa memenuhi keinginannya melalui kualitas dari suatu produk. Ismu (2017) berpendapat dikatakan kualitas produk bagus jika konsumen tertarik dan merasa puas dengan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahyuni dan Wilani (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₂: Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, kualitas pelayanan akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan apabila kualitas layanan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan baik akan dapat meningkatkan perasaan puas karena diberikan pelayanan yang baik. Pelanggan akan puas, apabila mendapatkanservice yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan (Haromain dan Suprihhadi, 2016). Dan apabila pelanggan merasa benar – benar puas terhadap pelayanan yang diterimanya maka mereka akan merekomendasikan kepada orang lain. Sejalan dengan researh yang dilaksanakan oleh Faradina dan Satrio (2016) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₃: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

2. Metode

Penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kuantitatif kausal. Penelitian kuantitatif digunakan pada analisis data statistik untuk menguji hipotesis dan mempelajari kelompok atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010). Subyek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan kartu XL Axiata di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Objek penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang masih aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dengan jumlah populasi sebanyak 3.058 mahasiswa. Sampel penelitian ini menggunakan pedoman banyaknya sampel penelitian yang digunakan dengan 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi (Ferdinand, 2006). Sehingga minimal sampel yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah 130 sampel. Kemudian, dilakukan penentuan jumlah sampel masing-masing program studi dengan menentukan proporsi yang sesuai jumlah populasi penelitian dengan menggunakan rumus

$$N = \frac{\text{Populasi Prodi}}{\text{Jumlah Populasi Keseluruhan}} \times \text{Jumlah sampel yang diperlukan} \dots\dots\dots (1)$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel masing-masing strata atau program studi di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha adalah (1) Akuntansi Program S1 sebanyak 55 mahasiswa, (2) Pendidikan Ekonomi sebanyak 21 mahasiswa, (3) Manajemen sebanyak 44 mahasiswa, (4) D3 Akuntansi sebanyak 4 mahasiswa, dan (5) D3 Perhotelan sebanyak 6 mahasiswa. Setelah sampel pada masing-masing program studi ditentukan secara proporsional, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling*, penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Dengan kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dari program studi Akuntansi Program S1, Pendidikan Ekonomi, Manajemen, D3 Akuntansi dan D3 Perhotelan yang menggunakan kartu XL Axiata. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam research ini ialah kuesioner dengan menggunakan *google form*. Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner dengan Skala *Likert*, yaitu skala yang terdiri dari lima alternatif jawaban untuk menentukan tingkat pernyataan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh langsung atau tidak langsung darivariabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk instrumen penelitian yang digunakan dan dilanjutkan dengan melakukan uji asumsi klasik dengan tujuan terbebas dari asumsi-asumsi klasik.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan uji regresi linier berganda, maka hasil pengujian disajikan dan dapat dilihat pada tabel 1.

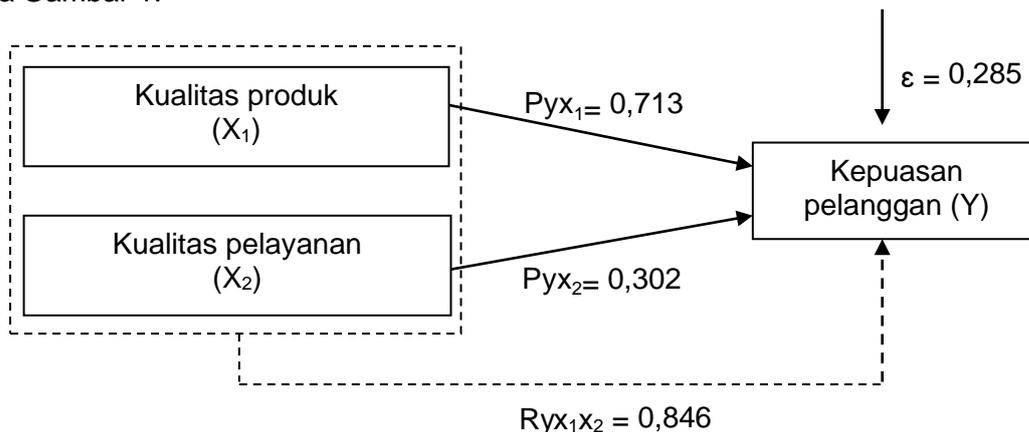
Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Parameter	Koefisien	Alpha (α)	<i>P-value</i>
$R_{yx_1x_2}$	0,846	0,05	0,000
$R^2_{yx_1x_2}$	0,715	0,05	-
P_{yx_1}	0,713	0,05	0,000
$P^2_{yx_1}$	0,508	0,05	-
P_{yx_2}	0,302	0,05	0,001
$P^2_{yx_2}$	0,091	0,05	-
E	0,285	-	-
A	3,120	0,05	0,000
β_1	0,645	0,05	0,000
β_2	0,178	0,05	0,001

Sumber: *OutputSPSS 24.0 for Windows*

Berlandaskan hasil uji regresi linier berganda tadi, dapat digambarkan struktur pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang disajikan

pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Hubungan Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan nilai uji regresi linier berganda, dapat disimak persamaan regresi dengan mempergunakan analisis koefisien beta yakni.

$$Y = 3,120 + 0,645X_1 + 0,178X_2 + \epsilon \dots\dots\dots (2)$$

Interpretasi dari hasil regresi linier berganda tersebut bahwa (1) konstanta 3,120 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) bernilai konstan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai 3,120 satuan. (2) Kualitas produk (X₁) memiliki koefisien regresi (β_1) sebesar 0,645. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa kualitas produk (X₁) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan kualitas produk (X₁) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,645 dengan asumsi variabel bebas yang lainnya tetap. (3) Kualitas pelayanan (X₂) memiliki koefisien regresi (β_2) sebesar 0,178. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan kualitas pelayanan (X₂) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,178 dengan asumsi variabel bebas yang lainnya tetap.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian yang pertama menunjukkan hasil $R_{yx_1x_2} = 0,846$ dengan nilai *p-value* sebesar $0,000 < \text{Alpha } (\alpha) 0,05$ sehingga hal ini menyatakan menolak H_0 yang berarti ada pengaruh signifikan dari kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan besar sumbangan pengaruh secara bersama-sama dari kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah 0,715. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 71,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂), sedangkan pengaruh dari variabel lain diluar kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) adalah sebesar 28,5%. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Andalusi (2018) bahwa dengan adanya produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik maka akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, jadi dengan menyediakan produk yang bermutu akan memberikan nilai yang positif kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Ismu (2017) berpendapat kualitas produk bagus jika konsumen tertarik dan merasa puas dengan produk tersebut, apabila pelanggan puas dan tertarik maka produk yang dihasilkan perusahaan memiliki kualitas yang bagus, karena kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, Selain memperhatikan kualitas dari produk perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan untuk menambah keinginan

pelanggan untuk melakukan pembelian. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik pelanggan akan merasa nyaman dan akan cenderung untuk tetap menggunakan produk yang ditawarkan (Manus, 2015). Apabila pelanggan nyaman maka tujuan perusahaan dalam hal menciptakan kepuasan pelanggan dapat tercapai

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan XL Axiata harus mampu memberikan produk apa yang diinginkan dan diperlukan oleh pelanggan seperti tingkat kemudahan dalam perbaikan produk misalnya kemudahan dalam memperbaiki kartu yang masa aktifnya sudah habis ataupun pergantian kartu untuk pelanggan yang kartunya hilang agar no telpon pelanggan tetap bisa digunakan serta adanya keistimewaan dari penggunaan kartu XL Axiata seperti adanya gratis nelson ataupun sms ke sesama operator selama masa aktif kartu belum berakhir agar pengguna merasa adanya keuntungan dari penggunaan kartu XL Axiata. Faktor penting yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dimana perusahaan XL Axiata diharuskan bisa memberikan pelayanan berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan bahkan bisa melebihi harapan pelanggan misalnya memberikan pelayanan dengan penuh keramahan dan kesopanan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleleng, dkk (2014) menyatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini memperlihatkan hasil bahwa $P_{yX_1} = 0,713$ dengan nilai p -value sebesar $0,000 < \alpha$ $0,05$ sehingga hal ini menyatakan menolak H_0 yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan sumbangan pengaruh sebesar 50,8%. hal tersebut dapat disimpulkan variabel kualitas produk berperan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini didukung oleh teori dari pendapat yang diungkapkan oleh Titisari (2017) bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan tertarik untuk memakai produk tersebut dan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk yaitu perusahaan XL Axiata harus memperhatikan kualitas dari suatu produk agar bisa mempertahankan dan menambah pelanggan baru. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara menambahkan fitur-fitur produk agar lebih menarik seperti My XL dengan adanya fitur MyXL pengguna kartu XL Axiata akan lebih bebas memilih penggunaan paket data yang ingin digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna dan juga pengguna bisa mengumpulkan point dari pembelian paket data melalui MyXL yang nantinya point-point yang didapatkan tersebut bisa ditukarkan dengan paket data lain yang ingin dipilih oleh pengguna, selain paket data pengguna juga dapat mencari paket khusus untuk gratis telpon ataupun sms ke operator lain dengan ketentuan paket yang sudah tersedia. Hal tersebut akan dapat memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan karena pelanggan merasa apa yang diinginkan dan dibutuhkan dari produk XL Axiata dapat terpenuhi. Semakin bagus produk yang ditawarkan oleh perusahaan XL Axiata maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pelanggan akan bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk

Selain itu, perusahaan XL Axiata juga bisa menambah fitur produk melalui penyediaan Xtra Unlimited agar pengguna kartu XL Axiata tidak bosan dan bebas untuk mengakses internet ataupun untuk sosial media tanpa mengkhawatirkan kuota yang dipakai, serta bisa meningkatkan ketersediaan jaringan 4G agar kualitas signal terhadap penggunaan kartu XL Axiata lebih cepat dan stabil serta agar bisa dijangkau oleh pengguna di desa-desa sehingga siapapun pengguna kartu XL Axiata merasa nyaman dan puas menggunakannya untuk mengakses internet, karena salah satu alasan seseorang beralih *provider* dikarenakan kualitas jaringan dari operator seluler yang dipakai kurang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan XL Axiata harus menjaga kualitas dari produk yaitu melalui keunggulan-keunggulan dari produk tersebut maka akan dapat meningkatkan kepuasan dari pelanggan. Berlandaskan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syahyuni dan Wilani (2016) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian, pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa $P_{yx_2} = 0,302$ dengan nilai *p-value* sebesar $0,001 < \text{Alpha } (\alpha) 0,05$ sehingga hal ini menyatakan menolak H_0 yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan sumbangan pengaruh sebesar 9,1%. Hal tersebut dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berperan menaikkan kepuasan customer. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat dari Haromain dan Suprihadi (2016) bahwa kualitas pelayanan akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan apabila kualitas layanan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan baik oleh *customer service* akan dapat meningkatkan perasaan puas karena diberikan pelayanan yang baik. (Hastono, 2015) berpendapat hal yang berdampak dari puasanya pemakai provider yaitu kinerja dari jaringan operasi menyediakan *customer service*. Dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan bisa dilakukan melalui kehandalan dari karyawan perusahaan XL Axiata, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan dengan tepat, cepatt dan tanggap seperti dalam penanganan keluhan yang diajukan oleh *customer* terkait kerusakan terhadap produk, dimana apabila terdapat pelanggan yang mengalami kerusakan dalam pemakaian kartu XL Axiata karyawan harus bisa membantu pelanggan dengan tepat, cepat dan tanggap dan memberikan informasi yang benar khususnya *customer* yang masih belum mengetahui informasi dari penggunaan produk, memberikan empati kepada customer dengan cara mengutamakan keinginan dan kebutuhan customer untuk mengantisipasi terjadinya perasaan tidak senang dari customer yang nantinya dapat berdampak terhadap kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan menciptakan rasa puas pada konsumen.

Customer akan merasa puas, apabila memperoleh pelayanan yang baik dari karyawan atau sesuai dengan yang diinginkan. Jadi apabila perusahaan XL Axiata dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik melalui kehandalan karyawan maka pengguna XL Axiata akan merasa nyaman dan suka memakai produk XL Axiata karena selain diberi produk yang berkualitas juga diberikan pelayanan yang baik, maka hal itu bisa menambah pengguna baru dan mempertahankan pelanggan yang ada ditengah ketatnya persaingan jasa telekomunikasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faradina dan Satrio (2016) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Simpulan dan Saran

Berlandaskan hasil dan penjelasan yang dilaksanakan, maka dapat ditarik simpulan bahwa (1) kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan ;pelanggan Kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, dan (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kartu XL Axiata Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

Berlandaskan hasil pembahasan dan simpulan dapat diajukan beberapa saran antara lain: (1) bagi pihak provider Kartu XL Axiata, agar lebih memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, karena penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut karena dengan produk yang berkualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan akan dapat memuaskan pelanggan, maka pelanggan bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk. (2) Bagi peneliti

selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji aspek yang serupa yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan populasi dan sampel yang lebih luas agar hasil penelitian lebih teruji keandalannya. Disebelah itu, diharapkan untuk menguji variabel lain yang di duga kuat mampu memengaruhi kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Andalusi, Ratih. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Pengunjung Laboratorium (Studi Kasus Pada PT. Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*. Volume 1, Nomor 2. ISSN : 2615-1995, E-ISSN : 2615-0654.
- Agusty, Ferdinand. (2006). *Structural Equation Model dalam Penelitian Manajemen*. Semarang. UNDIP.
- Cahyani, Febby Gita., & Sonang, Sitohang. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor3, ISSN 2461 – 0593.
- Faradina, Anissa., & Budhi, Satrio. (2016). "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Di Alamanda". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 7, ISSN: 2461-0593.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hastono. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Halo Pada Grapari Telkomsel Area Jakarta Selatan". *Jurnal Ilmiah*. Vol.3, No.1.
- Hardik, Khatri. (2020). "Laporan Pengalaman Jaringan Seluler July 2020". Tersedia pada: <https://www.opensignal.com/in/reports/2020/07/indonesia/mobile-network-experience>. (diakses pada 02 november 2020)
- Haromain, Imam., & Heru, Suprihhadi. (2016). "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS 618". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 5, ISSN : 2461-0593.
- Ismu, Ramadhan. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pabrik Tahu Djamin Berdikari Kabupaten Simalungun". *Jurnal Maker*. Volume, 3 Nomor 2, ISSN : 2502-4434.
- Kotler, P., & G. Armstrong, (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip,. & K.K. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip,. & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran. MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Manus, W Fanly., & Bode, Lumanauw. (2015). "Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA*. Volume, 3 Nomor 2, ISSN 2303-1174.

- Montung, Pamela., Jantje, Sepang., & Decky, Adare. (2015). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 15, Nomor 05.
- Noviyanti, Iis. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan". *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*. Volume 1, Nomor 2, ISSN (*print*) : 2598-9545 & ISSN (*online*) : 2599-171X.
- Saleleng, Nia C.M., Christoffel, Kojo., & Merlyn, Karantu. (2014). "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel". *Jurnal EMBA*. Volume 2, Nomor 3, ISSN 2303-1174.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Syahyuni., & Desti, Natasya Wilani. (2016). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Laris Manis Utama Palembang". *Jurnal Ilmiah STIE MDP*. Volume 6, Nomor 1.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Titisari, Ayu. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Pos Indonesia (PERSERO) Kediri". Skripsi. Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tresiya, Dhita., Djunaidi., & Subagyo, Heri. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kediri. *JIMEK*. Volume 1 Nomor 2, E-ISSN : 2621-2374.