

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS JARINGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN VIANET AMPANA

Sevia Miranda A. Ibrahim

Studi Manajemen PSDKU, Tadulako University, Indonesia

seviamiranda09@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan Vianet Ampana. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Sampel penelitian berjumlah 97 responden yang dipilih melalui *purposive sampling* dengan kriteria telah menggunakan layanan Vianet minimal satu bulan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berdasarkan indikator kualitas pelayanan dan kualitas jaringan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas jaringan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000. Secara parsial, kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,152, sedangkan kualitas jaringan sebesar 0,281, sehingga kualitas jaringan menjadi variabel yang lebih dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,445 menunjukkan bahwa 44,5% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas jaringan untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan Vianet Ampana.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Jaringan; Kepuasan Pelanggan.

Abstract: This study aims to analyze the effect of service quality and network quality on Vianet Ampana customer satisfaction. The study used a quantitative approach with multiple linear regression methods. The research sample consisted of 97 respondents selected through purposive sampling with the criteria of having used Vianet services for at least one month. Data were collected using a questionnaire based on indicators of service quality and network quality. The results showed that service quality and network quality simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000. Partially, service quality had a regression coefficient of 0.152, while network quality was 0.281, making network quality a more dominant variable influencing customer satisfaction. The Adjusted R Square value of 0.445 indicated that 44.5% of the variation in customer satisfaction could be explained by these two variables. This finding emphasizes the importance of improving service quality and network quality to increase Vianet Ampana customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality; Network Quality; Customer Satisfaction.



Article History:

Received: 17-04-2026

Revised : 08-05-2026

Accepted: 09-05-2026

Online : 01-06-2026



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi menjadikan internet sebagai kebutuhan penting dalam kehidupan masyarakat modern. Internet digunakan untuk mendukung berbagai aktivitas seperti pendidikan, pekerjaan, komunikasi, hiburan, serta akses informasi secara cepat dan mudah. Jaringan WiFi adalah teknologi nirkabel yang memungkinkan perangkat terhubung ke internet tanpa kabel fisik (Manihuruk & Diansyah, 2026). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia melaporkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 80,66% dari total populasi penduduk Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet terus mengalami peningkatan. Menurut Fatimah (2025) meningkatnya jumlah pengguna internet menyebabkan harapan pelanggan terhadap penyedia layanan WiFi juga semakin tinggi. Pelanggan tidak hanya mengharapkan koneksi internet yang cepat dan stabil, tetapi juga pelayanan yang responsif dan profesional. Kondisi tersebut mendorong perusahaan penyedia layanan internet untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas jaringan agar mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada layanan internet. Jatmiko (2022) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup kejelasan informasi, kemudahan pemasangan, ketepatan waktu teknisi, penanganan keluhan, serta profesionalisme petugas dalam memberikan layanan. Engelka & Kartika (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan dan keinginan pelanggan secara konsisten. Menurut Ravi et al. (2025) kualitas pelayanan adalah penilaian terhadap layanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif sehingga pelanggan merasa puas terhadap layanan yang digunakan. Pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan munculnya keluhan serta menurunkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan penyedia layanan internet.

Kualitas jaringan juga menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan layanan WiFi. Rahmadi & Elsandra (2025) menjelaskan bahwa kualitas jaringan internet merupakan kemampuan jaringan dalam menghubungkan satu titik ke titik lainnya sehingga proses komunikasi dan pertukaran informasi dapat berjalan dengan baik. Sani et al. (2025) menyatakan, akses jaringan yang stabil menciptakan pengalaman belajar yang nyaman, sedangkan jaringan yang buruk dapat mengganggu konsentrasi dan motivasi belajar. Kualitas jaringan yang baik ditunjukkan melalui koneksi internet yang stabil, kecepatan akses yang memadai, serta minim gangguan jaringan. Pelanggan cenderung mengharapkan jaringan internet yang mampu mendukung berbagai aktivitas digital secara lancar. Kondisi jaringan yang tidak stabil dapat memengaruhi kenyamanan

pelanggan dalam menggunakan layanan internet sehingga berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sasongko (2021) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Hamza et al. (2025) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan bentuk evaluasi pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Sirajuddin et al. (2026) pelayanan yang berkualitas tinggi dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan juga dapat memengaruhi loyalitas pelanggan dalam jangka panjang sehingga perusahaan perlu menjaga kualitas pelayanan dan kualitas jaringan secara konsisten.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan internet. Junaldi (2024) menjelaskan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *fixed broadband* di Indonesia. Abdillah et al. (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan layanan internet IndiHome di Tasikmalaya. Agustina dan Cholid (2025) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan WiFi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan pada sektor layanan internet.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan umumnya dilakukan pada perusahaan penyedia layanan internet berskala besar dan wilayah perkotaan. Karakteristik pelanggan pada wilayah lokal memiliki kondisi yang berbeda dibandingkan pelanggan di daerah perkotaan, terutama dari sisi infrastruktur jaringan, pola penggunaan internet, dan kualitas layanan yang diterima pelanggan. Penelitian pada penyedia layanan internet lokal masih relatif terbatas sehingga diperlukan penelitian yang mampu memberikan gambaran empiris mengenai kepuasan pelanggan pada layanan internet lokal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penelitian pada penyedia layanan internet lokal masih relevan untuk dilakukan.

Vianet Ampana merupakan salah satu penyedia layanan WiFi lokal yang beroperasi di Kota Ampana di tengah persaingan layanan internet yang semakin ketat. Vianet Ampana memiliki jumlah pelanggan yang cukup tinggi dibandingkan beberapa penyedia layanan WiFi lainnya di wilayah tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Vianet Ampana memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat pengguna layanan internet. Tingginya minat pelanggan terhadap layanan Vianet Ampana perlu diimbangi dengan

kualitas pelayanan dan kualitas jaringan yang baik agar pelanggan tetap merasa puas menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan WiFi Vianet Ampana baik secara parsial maupun simultan.

B. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2023) purposive sampling digunakan ketika peneliti membutuhkan responden yang memiliki karakteristik khusus agar data yang diperoleh lebih sesuai dengan kebutuhan analisis.

Penggunaan teknik purposive sampling dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak seluruh pelanggan Vianet Ampana memiliki pengalaman yang memadai untuk menilai variabel yang diteliti. Oleh karena itu, responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelanggan aktif Vianet Ampana, pernah berinteraksi atau menerima layanan dari pihak Vianet, berusia minimal 17 tahun, serta telah menggunakan layanan minimal satu bulan. Kriteria tersebut ditetapkan agar responden memiliki pengalaman langsung dan cukup dalam menggunakan layanan, sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif terhadap kualitas pelayanan dan kualitas jaringan. Dengan demikian, pemilihan sampel ini diharapkan dapat meningkatkan validitas internal penelitian.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, yang umum digunakan ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel mempertimbangkan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), estimasi proporsi maksimum ($p = 0,5$), dan tingkat kesalahan ($d = 0,1$). Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden. Penggunaan nilai p sebesar 0,5 bertujuan untuk menghasilkan ukuran sampel yang paling aman secara statistik, karena memberikan variabilitas maksimum. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dinilai cukup representatif untuk menggambarkan populasi penelitian.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disusun berdasarkan landasan teori yang jelas agar instrumen penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Variabel kualitas pelayanan (X_1) diukur menggunakan dimensi SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Baladhika & Syahputra (2024), yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Variabel kualitas jaringan (X₂) mengacu pada indikator yang dikemukakan oleh Menurut Rahman (2023) dalam Rahmadi & Elsandra (2025) yaitu kecepatan download, kecepatan upload, dan kestabilan jaringan. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan (Y) diukur berdasarkan indikator yang dikemukakan oleh Peneliti Rahmawati & Susilowati (2021) dalam Pratama & Kurniawan (2024) yang mencakup perasaan puas, loyalitas berlangganan, kesediaan merekomendasikan, serta terpenuhinya harapan pelanggan. Konsep ini juga sejalan dengan teori Philip Kotler yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan.

Analisis data dilakukan secara bertahap dimulai dari uji asumsi klasik. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linier berganda. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, dengan kriteria nilai signifikansi lebih dari 0,05. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya hubungan yang tinggi antar variabel independen, dengan kriteria nilai tolerance lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Selain itu, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual, dengan kriteria nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Setelah semua asumsi terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan, serta uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial. Selain itu, koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden sebagian besar responden berusia 20-29 tahun (62%), dengan latar belakang pendidikan SMA dan perguruan tinggi. Sebagian besar (70%) telah menggunakan layanan Vianet selama 1-6 bulan.

1. Uji Validitas

Korelasi tiap factor positif dan besarnya $\geq 0,3$ maka factor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai *corrected item total correlation* $\geq 0,3$. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrument penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Kriteria suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen penelitian. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan program SPSS versi 27, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,852 dengan jumlah item sebanyak 28, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Reliabilitas

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .852 | 28 |

Sumber: Data primer olah (2026)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah cara menganalisis data yang menggambarkan informasi yang dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang luas (Sahir, 2021). Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27, diperoleh hasil, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|---------|-------------------|
| Kualitas Pelayanan | 97 | 37.00 | 60.00 | 51.7629 | 5.19971 |
| Kualitas Jaringan | 97 | 24.00 | 30.00 | 27.0000 | 1.79118 |
| Kepuasan Pelanggan | 97 | 24.00 | 30.00 | 28.0412 | 1.63884 |
| Valid N (listwise) | 97 | | | | |

Sumber: Data primer olah (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki jumlah responden (N) sebanyak 97.

- a. Variabel X1 Kualitas Pelayanan memiliki nilai minimum sebesar 37,00 dan maksimum sebesar 60,00, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 51,7629 dan standar deviasi sebesar 5,19971. Hal ini

menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel X1 cenderung tinggi dengan tingkat penyebaran data yang cukup bervariasi.

- b. Variabel X2 Kualitas Jaringan memiliki nilai minimum sebesar 24,00 dan maksimum sebesar 30,00, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 27,0000 dan standar deviasi sebesar 1,79118. Nilai ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel X2 juga cenderung tinggi dengan tingkat penyebaran data yang relatif kecil atau homogen.
- c. Sementara itu, variabel Y Kepuasan Pelanggan memiliki nilai minimum sebesar 24,00 dan maksimum sebesar 30,00, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28,0412 dan standar deviasi sebesar 1,63884. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden tergolong tinggi dengan penyebaran data yang relatif homogen.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen (Sahir, 2021), seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisa Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 12.678 | 1.939 | | 6.538 | .001 |
| Kualitas Pelayanan (X1) | .152 | .024 | .511 | 6.440 | .001 |
| Kualitas Jaringan (X2) | .281 | .070 | .320 | 4.039 | .001 |

Sumber: Data primer olah (2026)

Hasil analisis regresi linear berganda berdasarkan Rumus persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 12.678 + 0.152X1 + 0,281X2$$

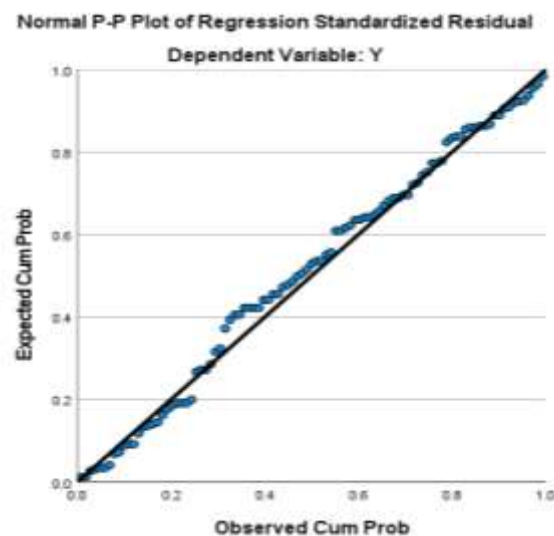
Dimana, Y = Kepuasan pelanggan, X1 = Kualitas pelayanan, X2 = Kualitas jaringan.

- a. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,152 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, apabila terjadi peningkatan Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,152 dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rohmial, 2022) dan (Andriani & Lestariningsih, 2025) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Jaringan (X2) sebesar 0,281 menunjukkan bahwa Kualitas Jaringan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, apabila terjadi peningkatan Kualitas Jaringan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,281 dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kusumaningrum & Kusumaningtyas, 2023) bahwa kualitas jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian (Putri & Fadillah, 2025) yang menemukan bahwa kualitas jaringan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena dipengaruhi oleh persepsi, ekspektasi layanan, serta faktor penggunaan internet lainnya.

5. Uji Normalitas

- a. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
- b. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Normal p P Ploy of regression standarrdized residual
Sumber: Data primer olah (2026)

Sebaran data menyebar dan mengikuti garis diagonal maka berkesimpulan data berdistribusi normal, seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual | |
|--|----------------|-------------------------|-------------|
| N | | 97 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | 1.17737148 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .074 | |
| | Positive | .051 | |
| | Negative | -.074 | |
| Test Statistic | | .074 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .200 ^d | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e | Sig. | | .211 |
| | | 99% Confidence Interval | Lower Bound |
| | | Upper Bound | .222 |

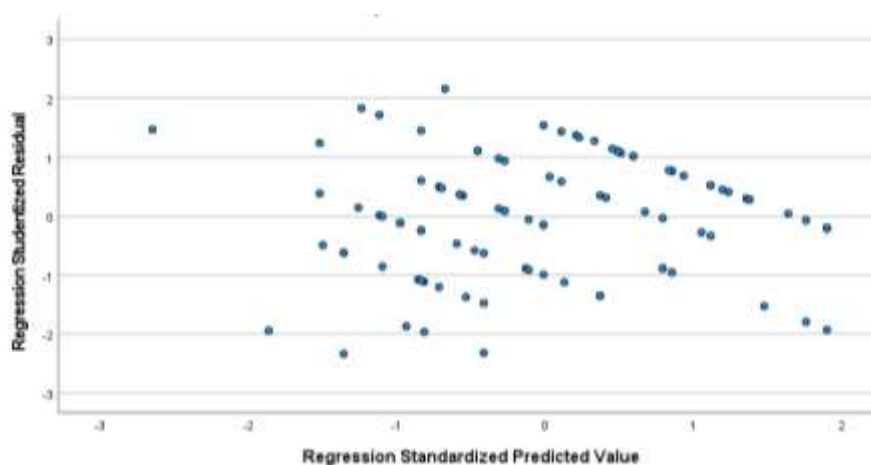
Sumber: Data primer olah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan program SPSS versi 27, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Selain itu, nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,211. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

6. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

- Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Scatterplot

Sumber: Data primer olah (2026)

Berdasarkan grafik dari *Scatterplot* tidak ada pola yang jelas dan sebaran data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0 maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala heterokedastisitas atau uji asumsi heterokedastisitas sudah terpenuhi.

7. Uji Multikolinearitas

- a. Jika nilai VIF semakin membesar, maka diduga ada Multikolonieritas antar varibabel independen atau jika VIF melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada Multikolonieritas.
- b. Jika VIF = 0, berarti tidak ada Multikolonieritas antara variabel independen, seperti terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standar dized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|----------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 12.678 | 1.939 | | 6.538 | .000 | | |
| | X1 | .152 | .024 | .511 | 6.440 | .000 | .920 | 1.087 |
| | X2 | .281 | .070 | .320 | 4.039 | .000 | .920 | 1.087 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer olah (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa variabel X1 dan X2 memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,920 ($> 0,10$) dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,087 (< 10). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

8. Uji F

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak) dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) (Sahir, 2021), seperti terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji F

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 111.584 | 2 | 55.792 | 39.410 | .000 ^b |
| | Residual | 133.076 | 94 | 1.416 | | |
| | Total | 244.660 | 96 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer olah (2026)

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 39,410 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 secara

simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas jaringan sama-sama berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu variabel, tetapi merupakan hasil dari berbagai faktor yang terkait dengan kualitas layanan. Secara teori, hasil ini sejalan dengan konsep kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk dari perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan dan kualitas jaringan menjadi aspek utama yang dinilai oleh pelanggan dalam menggunakan layanan WiFi.

Selain itu, hasil penelitian oleh Agustina & Cholid (2025) yang dilakukan terhadap pelanggan WiFi FazNet di Palembang juga memperkuat temuan serupa bahwa kualitas layanan dan kualitas produk/jaringan secara kolektif memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Hal ini dapat terjadi karena pengguna WiFi Vianet Ampara seringkali mengevaluasi tidak hanya layanan penyedia, tetapi juga kualitas jaringan yang mereka alami sendiri, seperti kecepatan koneksi dan keandalan.

9. Uji T

H0: $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.

H1: $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen (Sahir, 2021), seperti terlihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji T

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 12.678 | 1.939 | | 6.538 | .000 |
| 1 X1 | .152 | .024 | .511 | 6.440 | .000 |
| X2 | .281 | .070 | .320 | 4.039 | .000 |

Sumber: Data primer olah (2026)

- a. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar **6,440** dengan nilai signifikansi sebesar **0,001**. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan

faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik, seperti responsivitas, keandalan, dan empati, akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap layanan yang diterima.

- b. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai thitung sebesar **4,039** dengan nilai signifikansi sebesar **0,001**. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Jaringan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas jaringan yang dirasakan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Kualitas jaringan yang baik, seperti kecepatan internet yang tinggi, koneksi yang stabil, dan latency yang rendah, menjadi faktor utama dalam pengalaman penggunaan layanan WiFi.

Dengan demikian, secara parsial kedua variabel independen (X1 dan X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). tetapi jika dilihat dari nilai koefisien regresi, variabel Kualitas Jaringan (X2) memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan (X1), sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas jaringan merupakan faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

10. Koefisien Determinasi R^2

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, seperti terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .675 ^a | .456 | .445 | 1.18983 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer olah (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai R Square sebesar 0,456. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 mampu menjelaskan variabel Y sebesar **45,6%**, sedangkan sisanya sebesar **54,4%** dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Hal ini sejalan dengan teori bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh berbagai faktor lain di luar dimensi SERVQUAL.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan

yang terjadi pada variabel dependen. Secara parsial, variabel X1 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel X1 akan diikuti dengan peningkatan pada variabel Y. Demikian pula, variabel X2 juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, yang berarti peningkatan pada variabel X2 akan turut meningkatkan variabel Y. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel X1. Selain itu, berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2), diketahui bahwa variabel X1 dan X2 mampu menjelaskan variabel Y sebesar 45,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan dan kualitas jaringan, karena keduanya terbukti sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan dengan mempercepat respons terhadap keluhan pelanggan (misalnya melalui dukungan yang responsif), mengklarifikasi detail layanan, dan menjaga sikap sopan dan profesional dalam setiap interaksi dengan pelanggan. Peningkatan kualitas jaringan harus memprioritaskan koneksi yang stabil, kecepatan internet yang lebih cepat, dan mengurangi gangguan, terutama pada jam-jam sibuk. Karena kualitas jaringan memiliki dampak yang lebih besar, perusahaan harus fokus pada peningkatan infrastruktur jaringan dan secara konsisten menilai kinerja jaringan untuk menjamin kualitas layanan terbaik. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, mengingat masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y di luar model yang digunakan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar atau objek penelitian yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat-Nya, yang memungkinkan penelitian ini selesai dengan baik. Dalam proses pengerjaannya, penulis menyadari banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan. Secara khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada para pelanggan WiFi Vianet Ampana yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi yang penting bagi penelitian ini. Penulis juga menghargai dosen pembimbing, pihak institusi, dan rekan-rekan yang selalu memberikan arahan, semangat, dan dukungan selama proses penelitian hingga penulisan artikel ini. Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada pengelola jurnal yang telah memberikan kesempatan untuk mempublikasikan hasil penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W. A., Pranata, R. M., & Nurfauzan, M. I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Wifi Indihome Kota Tasikmalaya. *JURNAL MANAJEMEN*, 10(1), 74-87.
- Agustina, & Cholid, I. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94-101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Andriani, I. F., & Lestariningsih, M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Fasilitas Free Wifi Sebagai Variabel Intervening Pada Warkop Maesan Kecamatan Panceng Gresik. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 14(4), 1-17.
- Baladhika, N., & Syahputra. (2024). Pengaruh Customer Service Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Al Aziziah Tour And Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 11(1), 362-376.
- Engelka, L., & Kartika, L. N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wifi Indihome Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 103. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2022.172.450>
- Fatimah, S. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Telkom Indonesia Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 45-48.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Anal Isis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS*. Statistics.
- Hamza, M., Adam, R. P., Fadjar, A., & Wirastuti, W. (2025). Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) di Facebook terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian pada Markasku. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 401-414. <https://doi.org/10.33059/jseb.v16i2.10786>. Abstrak
- Jatmiko, W. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan komplain terhadap loyalitas pelanggan PT. First Media di Sidoarjo* (Doctoral dissertation, Universitas Dr. Soetomo Surabaya).
- Junaldi, W. (2024). Pengaruh Elemen Service Quality Pada Kepuasan Pelanggan Layanan Fixed Broadband Internet Indonesia. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 1(2), 1-8.
- Kusumaningrum, D. A., & Kusumaningtyas, D. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pt. X (persero) pada produk layanan wifi di kota dan kabupaten kediri. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(1), 125-138.
- Manihuruk, R., & Diansyah, T. M. (2026). Klasifikasi Penyebaran Jaringan Wifi Provider Internet Menggunakan Algoritma XGBoost Berdasarkan Titik Koneksi Kabel Fiber Optik. *Journal of Computer Science and Information Technology*, 6(1), 50-62.
- Pratama, V. I., & Kurniawan, R. (2024). YUME : Journal of Management Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Semarang. *Journal of Management*, 7(1), 430-441.
- Putri, C. A., & Fadillah, A. K. (2025). Penilaian Kualitas Layanan WiFi Oxygen dan Kolerasinya terhadap Kepuasan Pengguna. *JDMIS: Journal of Data Mining and Information Systems*, 3(2), 94-100. <https://doi.org/10.54259/jdmis.v3i2.4501>
- Rahmadi, Y., & Elsandra, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2162-2189. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5378>
- Ravi, M., Hasibuan, A., & Suliawati. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas

- Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan WiFi MyRepublic di Kecamatan Medan Marelan. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 3(3), 365–383.
- Rohmial. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Wifi Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Sumatera Selatan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(2), 56–71.
- Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sani, S. M., Shafiyah, S., Fikri, M., & Ramadhan, A. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Jaringan WiFi terhadap Kegiatan Pembelajaran Mahasiswi Politeknik IDN Bogor. *Journal of Science, Technology, and Innovation*, 1(2), 222-232.
- Sirajuddin, M. S., Amin, F. M., & Ridwan, M. (2026). Pengaruh Website Crm Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Wifi Cybernet Di Kabupaten Gresik Menggunakan Framework Pieces. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Teknologi Modern*, 10(1), 487–513.
- Sugiyono. (2010). *Kuantitatif, P. P. (2016). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.