
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU XL PRABAYAR PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

M. Rafli¹, Fitantina², Sudarta³

¹⁻³ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang

Email: mhdrafly553@gmail.com¹, fitantina1@gmail.com²
sudartasalman67@gmail.com³

Kontak : 081373295492

Abstract

This study aims to determine the effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction of XL Prepaid Cards among students at the University of Muhammadiyah Palembang (UMP), both simultaneously and partially. The research is associative, using a questionnaire as the data collection technique. The population consists of 100 UMP students who have used XL Prepaid Cards. The data analysis method combines qualitative and quantitative approaches, employing multiple linear regression, F and t tests, and the coefficient of determination. The results show a positive and significant effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction. The regression equation is $Y = 0,435 + 0,596 X_1 + 0,244 X_2$. Simultaneously, $F_{count} (73,663) > F_{table} (2,36)$ with a significance level of $0,000 < 0,1$, indicating a significant joint effect. Partially, Product Quality has a significant effect ($t_{count} = 5,269 > t_{table} = 1,290$, sig. $0,000 < 0,1$), and so does Service Quality ($t_{count} = 2,160 > t_{table} = 1,290$, sig. $0,000 < 0,1$). The Adjusted R Square value is 59.5%, meaning that Product and Service Quality contribute 59.5% to Customer Satisfaction, while 40.5% is influenced by other factors not examined in this study.

Kata Kunci: Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP), baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi penelitian berjumlah 100 mahasiswa UMP yang telah menggunakan Kartu XL Prabayar. Metode analisis data menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dengan teknik analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 0,435 + 0,596 X_1 + 0,244 X_2$. Secara simultan, nilai $F_{hitung} (73,663) > F_{tabel} (2,36)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,1$, menunjukkan pengaruh yang signifikan secara bersama-sama. Secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh signifikan ($t_{hitung} = 5,269 > t_{tabel} = 1,290$; signifikansi $0,000 < 0,1$), begitu juga Kualitas Pelayanan ($t_{hitung} = 2,160 > t_{tabel} = 1,290$; signifikansi $0,000 < 0,1$). Nilai Adjusted R Square sebesar 59,5% menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 59,5% terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU XL PRABAYAR PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG*M. Rafli1, Fitantina2, Sudarta3*

PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran adalah serangkaian proses dan analisis strategis untuk menciptakan nilai pelanggan melalui penawaran produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan serta keinginan pasar sasaran, dengan mengintegrasikan aspek perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang berfokus pada pencapaian kepuasan pelanggan dan keunggulan kompetitif (Tjiptono, F. 2021). Manajemen pemasaran mencakup kegiatan menyeluruh dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi pemasaran yang efektif untuk menjawab dinamika lingkungan eksternal dan kebutuhan pelanggan yang terus berubah, dengan tetap berfokus pada penciptaan hubungan jangka panjang dan berkelanjutan (Ferdinand, A. 2022).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya (Kotler, P., & Keller, K. L. 2019). Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari pengalaman pembelian dan konsumsi, yang mencerminkan evaluasi konsumen terhadap seberapa baik produk atau jasa memenuhi harapannya (Lupiyoadi, R. 2020).

Kartu XL Prabayar adalah layanan telekomunikasi seluler berbasis GSM yang disediakan oleh PT XL Axiata Tbk, salah satu operator seluler terkemuka di Indonesia. Diluncurkan pertama kali pada 29 April 1998 dengan nama *Pro-XL*, layanan ini dirancang untuk memberikan fleksibilitas kepada pengguna dalam mengelola pengeluaran komunikasi mereka. Kampus Universitas Muhammadiyah Palembang semula bertempat di Jalan K.H Ahmad Dahlan Kompleks Bukit Kecil Palembang, sejak tahun 1981 kampus ini dipindahkan ke Jalan Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang dan saat itu pula pembangunan kampus terus dilaksanakan saat kegiatan kampus berlangsung, pada saat ini kampus Universitas Muhammadiyah Palembang memiliki area seluas 5 hektar yang dibagi menjadi 2 kampus yaitu : kampus A sekitar 3,5 hektar dan kampus B sekitar 1,5 hektar dengan gedung yang memiliki 5 lantai dan beberapa pembangunan gedung baru lainnya.

Berdasarkan observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner kepada mahasiswa terdapat fenomena yang sering terjadi pada Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang sehingga berdasarkan pra riset awal tersebut penulis menemukan permasalahan di beberapa faktor dan indikator dari setiap variabel. Berdasarkan fenomena maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler et al., (dalam Maulidiah 2021), Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen terpenuhi perusahaan sesuai yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan besar.

Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (dalam Mallar 2023), berpendapat dalam menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan, terdapat 5 faktor utama yang harus diperhatikan yaitu:

1. Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum dan terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak menggunakan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur Kepuasan Pelanggan, menurut Indrasari (dalam Mallar 2023) adalah:

- 1) Kesesuaian harapan, Kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Minat berkunjung Kembali, Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan, Kepuasan pelanggan diukur dan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga teman dan lainnya.
- 4) Menyediakan pelayanan yang baik bagi pengunjung, Kepuasan pelanggan ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap produk atau jasa.

Kualitas Produk

Menurut Assauri (dalam Indrasari 2019:27) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar, dimiliki dan digunakan atau dikonsumsi guna untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (dalam Sanjaya 2023) ada 6 indikator yang mempengaruhi Kualitas Produk, yaitu:

1. Kinerja: Karakteristik dasar operasional produk.
2. Daya Tahan: Lama produk bertahan sebelum perlu diganti.
3. Fitur: Ciri tambahan untuk meningkatkan fungsi atau daya tarik produk.
4. Reliabilitas: Kemungkinan produk berfungsi baik tanpa kerusakan dalam jangka waktu tertentu.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU XL PRABAYAR PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

M. Rafli¹, Fitantina², Sudarta³

5. Estetika: Penampilan fisik dan desain artistik produk.
6. Kesan Kualitas: Kesan konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan informasi yang terbatas.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (dalam Dzikra 2020), menyatakan bahwa Kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Atmaja (dalam Jeany 2020) terdapat 5 indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Nyata): Penampilan fisik perusahaan, fasilitas, peralatan, dan tampilan karyawan yang mencerminkan kualitas layanan.
2. *Reliability* (Keandalan): Kemampuan memberikan layanan sesuai janji secara akurat, tepat waktu, dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesigapan dan kecepatan karyawan dalam membantu dan merespons kebutuhan pelanggan.
4. *Assurance* (Jaminan): Sikap sopan, pengetahuan, dan kemampuan karyawan yang menumbuhkan kepercayaan pelanggan.
5. *Empathy* (Empati): Perhatian tulus dan personal terhadap kebutuhan serta keinginan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian **asosiatif**. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang yang pernah menggunakan kartu XL, yang jumlahnya tidak dapat dihitung dan diketahui secara pasti (*infinite*) dan sampel sebanyak 100 responden yang diambil dari rumus Cochran dengan tingkat kesalahan 10%. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif yang dikuantitatifkan** untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan. Data diperoleh melalui wawancara dan kuesioner sebagai sumber data primer serta dokumentasi sebagai sumber data sekunder. Teknik analisis yang digunakan yaitu **regresi linier berganda dan uji hipotesis**.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	
1	(Constant)	.435	.202	
	X ₁	.596	.113	.574
	X ₂	.244	.113	.235

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS V.22.0, 2025

$$Y = 0,435 + 0,596 X_1 + 0,244 X_2$$

Berdasarkan tabel diatas, nilai konstanta sebesar 0,435 (positif), menunjukkan bahwa jika Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bernilai nol, maka Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang bernilai 0,435. Nilai Regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,596 (positif), artinya apabila Kualitas Produk meningkat 1, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang sebesar 0,596. Nilai Regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,244 (positif), artinya apabila Kualitas Pelayanan meningkat 1, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang sebesar 0,244.

Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	57.345	2	28.673	73.663	.000 ^b
	Residual	37.757	97	.389		
	Total	95.102	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₂, X₁

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS V.22.0, 2025

Berdasarkan tabel F, nilai F_{tabel} untuk taraf nyata (α) sebesar 10% dengan derajat bebas (db) = 100-3 = 97 sehingga F_{tabel} diperoleh sebesar 2,36. Dengan demikian nilai F_{hitung} > F_{tabel} yaitu 75,111 > 2,36 dengan nilai signifikan lebih besar dari pada tingkat signifikan yang ditentukan yaitu 0,000 < 0,1 (signifikan). Berdasarkan hipotesis secara simultan yang telah dijelaskan bahwa nilai sig < 0,1 dan nilai F_{hitung} > F_{tabel} maka hipotesis H₀ ditolak dan H_a diterima.

Uji t

		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Beta		
Modal		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.435	.202		2.155	.034
	X1	.596	.113	.574	5.269	.000
	X2	.244	.113	.235	2.160	.033

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS V.22.0, 2025

Berdasarkan tabel diatas, bahwa variabel Kualitas Produk memiliki t_{hitung} sebesar 5.269 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU XL PRABAYAR PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

M. Rafli¹, Fitantina², Sudarta³

3,372 dan tingkat signifikan sebesar 0,03.

Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimated
1	.777 ^a	.603	.595	.62390

a. Predicators: (Constant), X₂, X₁
 b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS V.22.0, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,595 yang artinya 59,5% Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang dan sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Artinya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan saling berkaitan dalam kontribusi mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, hal ini juga dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan hasil sebesar 59,5%.

Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh NI Kadek Widiani (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha” bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Hasil uji hipotesis secara parsial Kualitas Produk (X₁) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 5.269 > t_{tabel} 1.290 dengan tingkat signifikan 0.000 < 0.1 maka H₀₂ ditolak dan H_{a2} diterima artinya ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh NI Kadek Widiani (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”

bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Hasil uji hipotesis secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 2.160 > t_{tabel} 1.290$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh NI Kadek Widiani (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha” bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Prabayar pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Artinya, kedua variabel tersebut memiliki kontribusi bersama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} dan dengan nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikan, sehingga secara statistik dinyatakan signifikan.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU XL PRABAYAR PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

M. Rafli¹, Fitantina², Sudarta³

REFERENSI

- Ferdinand, A. (2022). Manajemen pemasaran: Sebuah pendekatan strategis. CV Andi Mandiri.
- Indrasari, M. (2019). Manajemen pemasaran. Salemba Empat.
- Jeany, J. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa (Tesis tidak diterbitkan). Program Studi Manajemen.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2020). Manajemen pemasaran jasa (Edisi ke-4). Salemba Empat.
- Mallar, R. S., & ST, Y. T. (2023). Pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bioskop Cinepolis Plaza Medan Fair. *Jumbiwarra: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(3), 70–88.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh fasilitas terhadap kualitas pelayanan serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737.
- Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli iPhone: Studi kasus mahasiswa UIN Raden Intan Bandar Lampung. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 35–44.
- Tjiptono, F. (2021). Strategi pemasaran (Edisi ke-5). Andi Offset.
- Widiani, N. K. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha (Disertasi tidak diterbitkan). Universitas Pendidikan Ganesha.