YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854

Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v5i6.7999

EVALUASI KUALITAS LAYANAN INDIHOME DI SAMARINDA: STUDI KASUS BERDASARKAN SURVEI PENGUNJUNG SAMARINDA FOOD WEEK

Service Quality Evaluation of IndiHome in Samarinda: a Case Study Based on the Samarinda Food Week Visitor Survey

Dhini Ayu Nur Arifah & M. Zaini
Universitas Mulawarman
dhiniayunurarifah@gmail.com; mzaini@fisip.unmul.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Oct 13, 2025	Nov 4, 2025	Nov 16, 2025	Nov 21, 2025

Abstract

Home internet usage in Samarinda continues to increase in line with growing connectivity needs, and in a competitive market context, understanding customer preferences and experiences is crucial for improving service quality, while studies on event-based assessments of home internet service quality in Samarinda remain limited. This study aims to evaluate users' experiences with IndiHome services and to analyze the factors that influence their preferences when choosing a home internet provider. The research employed a descriptive quantitative approach with a survey design, involving 57 respondents selected through convenience sampling during the Samarinda Food Week event. Data were collected using a closed-ended questionnaire administered via Google Forms and analyzed with SPSS using Chi-square tests and binary logistic regression. The results show that the main reasons respondents choose a provider are affordable prices and network stability, while the most dominant complaint concerns unstable connections. These findings extend the literature on

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

location-based digital service quality and provide practical input for IndiHome in formulating strategies to enhance customer satisfaction in Samarinda.

Keywords: Customer Satisfaction; Home Internet Provider; IndiHome; Digital Service Quality; Samarinda

Abstrak: Penggunaan internet rumah di Samarinda terus meningkat seiring dengan bertambahnya kebutuhan konektivitas masyarakat. Dalam situasi pasar yang kompetitif, pemahaman terhadap preferensi dan pengalaman pelanggan menjadi krusial untuk meningkatkan kualitas layanan, sementara kajian mengenai kualitas layanan internet berbasis event publik di Samarinda masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap layanan Indihome serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi mereka dalam memilih provider internet rumah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan desain survei, melibatkan 57 responden yang dipilih melalui teknik *convenience sampling* pada acara Samarinda Food Week. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup melalui Google Form dan dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS menggunakan uji Chi-Square dan Regresi Logistik Biner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan utama responden memilih provider adalah harga yang terjangkau dan jaringan yang stabil, sedangkan keluhan paling dominan berkaitan dengan koneksi yang tidak stabil. Temuan ini memperluas kajian kualitas layanan digital berbasis lokasi dan memberikan masukan praktis bagi Indihome dalam merumuskan strategi peningkatan kepuasan pelanggan di Samarinda.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Provider Internet Rumah; Indihome; Kualitas Layanan Digital; Event Publik; Samarinda

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, konektivitas internet telah menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2024 menunjukkan bahwa 68,65% penduduk memiliki telepon seluler, sedangkan hanya 0,99% rumah tangga yang menggunakan telepon kabel, yang menandai pergeseran signifikan menuju komunikasi nirkabel. Jumlah pengguna internet mencapai 185,3 juta jiwa. Pada tahun 2024, dan diperkirakan meningkat menjadi 229,4 juta. Pada tahun 2025 dari total populasi 284 juta jiwa, dengan tingkat penetrasi internet sebesar 80,66% (BPS, 2025). Perkembangan ini menegaskan pentingnya infrastruktur digital yang andal untuk mendukung aktivitas harian masyarakat, baik dalam bidang pekerjaan, pendidikan, maupun hiburan. Dengan adanya perubahan ini, penyedia layanan harus terus beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan yang semakin kompleks. Inovasi dalam teknologi komunikasi juga didorong untuk memastikan

akses yang lebih luas dan stabil. Akibatnya, masyarakat semakin bergantung pada jaringan nirkabel untuk berbagai aspek kehidupan mereka.

Selama pandemi COVID-19, penggunaan internet di rumah meningkat drastis karena pembelajaran jarak jauh, kerja dari rumah, dan peningkatan konsumsi hiburan digital. Pada laporan Republika (2021) mencatat bahwa lonjakan signifikan dalam penggunaan layanan internet rumah seperti Indihome, yang menuntut penyedia layanan untuk menjaga kualitas koneksi di tengah permintaan tinggi (Republika, 2020). Berdasarkan teori kepuasan pelanggan dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry persepsi pelanggan terhadap lima dimensi pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan serta loyalitas mereka terhadap suatu merek (Ekasari dalam Oktamala & Zuraidah, 2021). Meskipun demikian, beberapa peneliti berargumen bahwa ini memilih pendekatan yang lebih langsung dengan menilai alasan pemilihan layanan oleh pengguna, keluhan yang muncul, dan bagaimana mereka mengevaluasi kepuasan mereka. Pendekatan ini dianggap lebih sesuai untuk menangkap pengalaman sebenarnya yang dialami pengguna dalam kehidupan sehari-hari. Dengan cara ini, penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang interaksi pelanggan dengan layanan tersebut.

Namun, tingginya adopsi layanan tidak selalu mencerminkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Temuan oleh Idzni *et al.* (2021) di DKI Jakarta mengungkapkan bahwa 77,8% pengguna Indihome mengeluhkan koneksi yang tidak stabil, dan 63,9% mengalami penurunan kecepatan saat jaringan digunakan secara bersamaan (Idzni *et al.*, 2021). Walaupun temuan ini dilakukan di Jakarta, masalah tersebut relevan secara nasional karena keluhan serupa juga muncul di wilayah lain seperti Samarinda. Penelitian Elvan Lia et al. (2025) juga menyoroti bahwa gangguan teknis seperti *jitter*, *delay*, da*n packet loss* menjadi masalah utama bagi pengguna internet rumah dalam aktivitas *real-time*, seperti konferensi video dan *game online*. Isu-isu ini menunjukkan bahwa meskipun adopsi tinggi, kualitas layanan masih perlu ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pengguna (Li *et al.*, 2025). Hal ini penting untuk diperhatikan oleh penyedia layanan agar dapat memperbaiki pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Kebanyakan penelitian sebelumnya membahas aspek teknis, loyalitas pelanggan dan kepuasan layanan, namun belum secara spesifik mengkaji persepsi pelanggan Indihome di Samarinda, khususnya pengguna yang hadir dalam acara public (Gunawan & Hutabarat,

2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan mengkaji langsung pengalaman dan preferensi pengguna Indihome melalui survei kepada pengunjung Samarinda Food Week. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengevaluasi alasan pemilihan, keluhan, kepuasan pengguna dan hasilnya diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi Indihome dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan di Samarinda. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memperkaya literatur mengenai perilaku pelanggan layanan digital berbasis lokasi. Dengan demikian, temuan ini dapat membantu dalam pengembangan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan lokal. Sehingga, pendekatan ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang berguna untuk industri telekomunikasi di Indonesia.

METODE

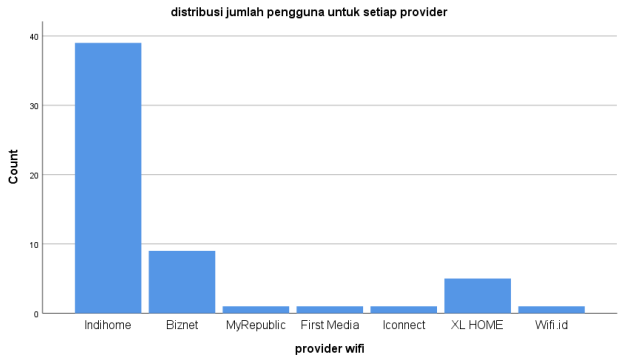
Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk memperoleh gambaran objektif mengenai persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan Indihome di Samarinda melalui data numerik hasil survei. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur kecenderungan variabel dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi melalui teknik analisis statistik (Sugiyono, 2020). Instrumen survei dirancang dalam bentuk pertanyaan tertutup agar data yang diperoleh terstruktur dan sesuai dengan variabel penelitian. Prosedur pengumpulan data dilaksanakan di event Samarinda Food Week, yang menjadi titik bertemunya populasi penelitian, yaitu pengunjung yang hadir dan berpotensi memberikan informasi relevan mengenai layanan internet rumah.

Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu metode yang mengandalkan ketersediaan dan kemudahan akses terhadap responden (Golzar *et al.,* 2022). Dalam praktiknya, peneliti mewawancarai pengunjung yang mudah dijangkau, bersedia memberikan tanggapan, serta menggunakan layanan internet rumah. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 57 responden. Seluruh jawaban dari wawancara langsung di input ke dalam Google Form untuk mempermudah konsolidasi dan pengolahan data. Instrumen penelitian meliputi sejumlah pertanyaan tertutup yang mencakup aspek-aspek seperti provider yang digunakan, alasan pemilihan provider yang saat ini digunakan, keluhan yang dialami, provider yang digunakan, indikator kepuasan pelanggan, serta harapan untuk Indihome. Penyusunan instrumen tersebut dirancang untuk menghasilkan data kategori yang memenuhi kebutuhan analisis statistik.

Variabel dalam penelitian ini mencakup variabel independen (X), yaitu alasan pemilihan provider, bentuk keluhan, serta variabel dependen (Y), yaitu tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman penggunaan layanan. Analisis data dilakukan melalui perhitungan frekuensi dan persentase untuk melihat pola distribusi responden. Uji Chi-Square digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar-variabel, sedangkan Uji Regresi Logistik Biner diterapkan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis kemudian disajikan melalui diagram batang guna memberikan visualisasi yang lebih komprehensif. Seluruh proses pengolahan data menggunakan bantuan *software* SPSS, sejalan dengan pandangan Sugiyono (2020) bahwa analisis kuantitatif mampu menggambarkan fenomena penelitian secara objektif, sistematis, dan terukur (Sugiyono, 2020).

HASIL

Distribusi Provider Wifi yang digunakan



Gambar 1. Distribusi jumlah pengguna untuk setiap provider

Sumber: Data diolah menggunakan aplikasi SPSS, 2025

Berdasarkan hasil gambar 1. distribusi jumlah pengguna untuk setiap terhadap pengunjung event di Samarinda Food Week, menampilkan jumlah pengguna provider internet dari 57 responden di Samarinda Food Week memperlihatkan pola yang jelas mengenai preferensi masyarakat terhadap layanan internet rumah. Data tersebut menunjukkan bahwa Indihome menempati urutan pertama yang pengguna terbanyak dengan 39 pengguna, menandakan jauh melampaui provider lain. Biznet berada di urutan kedua yang terbanyak yaitu 9 pengguna, dan XL Home berada di urutan ketiga yang terbanyak yaitu 5 pengguna. Sedangkan, untuk provider seperti MyRepublic, First Media, Iconnect, dan Wifi.id

yang hanya muncul dalam jumlah kecil, yaitu masing-masing hanya 1 pengguna. Distribusi ini memberikan gambaran awal tentang konsentrasi penggunaan provider internet rumah. di wilayah Samarinda.

Analisis Uji Chi-Square

Tabel 1. Hasil uji Chi-square

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.385[a]	4	.665
Likelihood Ratio	3.043	4	.551
Linear-by-Linear Association	1.438	1	.230
N of Valid Cases	39		

a. 7 cells (70.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .77.

Sumber: Data diolah menggunakan aplikasi SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 1. uji Chi-Square, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,665 dengan derajat bebas (df) sebesar 4. Dalam dasar pengambilan keputusan uji Chi-Square, jika nilai *Asymp. Sig* < 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan antara baris dengan kolom. Sehingga, variabel alasan pemilihan provider (X1) tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman penggunaan layanan (Y). Yang artinya, temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasaan pelanggan terhadap layanan Indihome tidak hanya ditentukan oleh alasan awal pemilihan provider (seperti harga terjangkau, jaringan stabil, atau paket bundling yang menarik), melainkan lebih dipengaruhi oleh pengalaman aktual setelah pemakaian (aspek layanan pasca-pembelian seperti kecepatan, stabilitas jaringan, respons *customer service* dan penanganan gangguan).

Hal ini justru memperlihatkan bahwa semua provider internet rumah, termasuk Indihome, memiliki peluang yang sama dengan terus memperbaiki kualitas layanan pasca-penjualan, terlepas dari alasan awal pelanggan memilih provider tersebut. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa strategi Indihome selama ini dalam menawarkan harga yang terjangkau dan paket *bundling* telah berhasil menarik dan mempertahankan pelanggan, dan semakin optimal jika diimbangkan dengan peningkatan kualitas layanan pasca-penjualan.

Tabel 2. Hasil uji Chi-Square

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.875[a]	2	.087
Likelihood Ratio	6.921	2	.031
Linear-by-Linear Association	4.181	1	.041
N of Valid Cases	39		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.31.

Sumber: Data diolah menggunakan aplikasi SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji Chi-Square pada tabel 2, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,087 dengan derajat bebas (df) sebesar 2. Mengacu pada ketentuan uji Chi-Square, hubungan antara variabel baru dapat dinyatakan signifikan apabila nilai *Asymp. Sig* berada < 0,05. Dengan demikian, variabel keluhan selama penggunaan layanan (X2) tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman penggunaan layanan (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa secara statistik belum terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa frekuensi atau jenis keluhan yang dialami pengguna berkaitan langsung dengan tingkat kepuasan mereka. Hasil ini juga menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak semata-mata dipengaruhi oleh ada atau tidaknya keluhan, melainkan lebih dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan secara keseluruhan, termasuk aspek layanan purna jual, keandalan jaringan, respons *customer service*, serta efektivitas penanganan gangguan.

Kesimpulan tersebut sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menekankan bahwa kepuasan pelanggan lebih banyak dibentuk oleh pengalaman aktual setelah penggunaan layanan dibandingkan oleh pertimbangan awal ketika memilih provider. Oleh karena itu, penyedia internet rumah, termasuk Indihome, perlu terus meningkatkan kualitas layanan pasca-pembelian sebagai strategi utama untuk memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan pada masa mendatang.

Regresi Logistik Biner

Uji Parsial

Tabel 3. Hasil uji parsial

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B) Lower	Upper
Step 1[a]	Alasan menggunakan provider wifi tersebut	.546	.337	2.621	1	.105	1.726	.891	3.344
	Keluhan selama menggunakan provider wifi saat ini	1.307	.597	4.785	1	.029	3.693	1.145	11.908
	Constant	-2.988	1.461	4.182	1	.041	.050		

a. Variable(s) entered on step 1: Alasan menggunakan provider wifi tersebut, Keluhan selama menggunakan provider wifi saat ini.

Sumber: Data diolah menggunakan aplikasi SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3. hasil uji Parsial, menunjukkan nilai variabel Alasan memilih alasan pemilihan provider (X1) sebesar 2.621 dan *p-value* (*Sig*) 0.105, hal ini menandakan bahwa variabel alasan pemilihan provider (X1) tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman penggunaan layanan (Y), karena nilai *p-value* (*Sig*) > α (5%). Sedangkan, variabel keluhan selama penggunaan layanan (X2) sebesar 4.785 dan *p-value* (*Sig*) sebesar 0.029, hal ini menandakan bahwa variabel keluhan selama penggunaan layanan (X2) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman penggunaan layanan (Y), karena nilai *p-value* (*Sig*) < α (5%)

Uji Stimulan

Tabel 4. Hasil uji parsial

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	7.616	2	.022
	Block	7.616	2	.022
	Model	7.616	2	.022

Sumber: Data diolah menggunakan aplikasi SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 4. hasil uji Stimulan, menunjukkan nilai Chi-Square sebesar 7.616 dan *p-value* (*Sig*) sebesar 0.022, menyatakan adanya hubungan yang signifikansi. Karena

nilai *p-value* (*Sig*) < α (5%). Maka, nilai ini menandakan bahwa model Regresi Logistik Biner yang digunakan penelitian layak dan signifikan secara keseluruhan. Temuan ini mengindikasikan bahwa minimal satu variabel independen, baik faktor alasan pemilihan provider maupun jenis keluhan layanan, memiliki pengaruh yang berarti terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa keterkaitan antar variabel bukanlah hasil kebetulan, sehingga analisis berikutnya untuk menentukan variabel mana yang memiliki pengaruh paling kuat dapat dilakukan dengan dasar yang lebih kuat. Selain itu, hasil tersebut konfirmasi bahwa model yang digunakan telah tepat untuk menilai bagaimana masing-masing faktor berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan Indihome.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil uji koefisien Determinasi

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	44.353[a]	.177	.241

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber: Data diolah menggunakan aplikasi SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 5. hasil uji Koefisien Determinasi, menunjukkan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,241. Artinya, nilai ini mengindikasikan bahwa 24,1% variasi tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh dua variabel independen dalam model, yaitu alasan memilih provider dan keluhan selama penggunaan layanan. Sementara itu, 75,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Meskipun kontribusinya berada pada kategori sedang, angka tersebut tetap menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang cukup untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang dianalisis, walaupun belum mampu menjelaskan seluruh dinamika yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

PEMBAHASAN

Hasil uji Chi-Square pada penelitian ini memperlihatkan bahwa tidak ada keterkaitan yang signifikan antara alasan awal pemilihan provider dan tingkat kepuasan pengguna

Indihome. Nilai signifikansi yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa pertimbangan seperti harga terjangkau, promosi menarik, atau persepsi awal terhadap kestabilan jaringan tidak dapat digunakan untuk memprediksi apakah pelanggan akan merasa puas setelah menggunakan layanan. Temuan serupa terlihat pada variabel keluhan, di mana frekuensi maupun jenis masalah yang dialami pelanggan tidak mempunyai hubungan langsung dengan kepuasan mereka. Hasil ini juga diperkuat oleh analisis Regresi Logistik Biner yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak berpengaruh secara parsial, meskipun model penelitian secara keseluruhan dianggap signifikan dengan p = 0,022. Melalui nilai Nagelkerke R^2 sebesar 0,241, terlihat bahwa kedua variabel hanya mampu menjelaskan sebagian kecil perubahan tingkat kepuasan pengguna. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kepuasan pelanggan Indihome dibentuk oleh kombinasi faktor lain yang lebih kompleks dibandingkan sekadar alasan pemilihan awal atau keluhan teknis yang muncul.

Temuan ini selaras dengan konsep perilaku konsumen sebagaimana dijelaskan dalam buku *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen : Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi*, dimana keputusan awal pembelian biasanya didasarkan pada pemikiran rasional terkait atribut layanan (Aminuddin Hamdat, Arfah *et al*., 2020). Namun, penilaian akhir yang menentukan kepuasan konsumen justru dipengaruhi pengalaman aktual setelah penggunaan. Konsumen akan membandingkan antara harapan sebelum memakai layanan dengan realitas yang mereka alami, dan ketidaksamaan antara keduanya dapat menghasilkan rasa tidak puas walaupun alasan memilih provider cukup kuat di awal. Kondisi ini menjelaskan mengapa variabel alasan memilih provider (X1) tidak menemukan hubungan berarti dalam uji Chi-Square maupun Regresi Logistik Biner. Kepuasan baru terbentuk ketika pelanggan merasakan sendiri kualitas layanan yang diterima, sehingga motivasi awal seperti harga atau promosi menjadi kurang relevan dalam mempengaruhi kepuasan akhir.

Keterkaitan hasil penelitian ini dengan teori SERVQUAL menunjukkan konsistensi yang kuat. SERVQUAL menyatakan bahwa kualitas layanan tidak hanya dilihat dari satu aspek, melainkan terbentuk melalui lima dimensi yang saling melengkapi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Apriliani *et al*., 2025). Karena alasan memilih provider maupun keluhan hanya berkaitan dengan sebagian aspek tersebut, dua variabel tersebut tidak cukup mencerminkan kualitas layanan secara menyeluruh. Sejalan dengan pandangan Fu *et al.* (2022), kepuasan pengguna tidak akan tercapai apabila hanya satu aspek layanan yang memenuhi ekspektasi; seluruh dimensi harus selaras dengan kebutuhan pelanggan (Fu *et al*., 2022). Lebih lanjut, penelitian Vina (2023) menegaskan bahwa dalam

layanan digital, kepuasan bergantung pada gabungan pengalaman seperti kepercayaan kepada teknisi, kecepatan penanganan gangguan, dan rasa aman ketika menggunakan layanan (Ompusunggu, 2022). Oleh sebab itu, ketidaksignifikanan variabel dalam penelitian ini merupakan konsekuensi logis dari keterbatasan cakupan dimensi yang diukur.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh berbagai studi terdahulu. Perdana dan Nisa (2024) menemukan bahwa kepuasan layanan digital biasanya dipengaruhi oleh interaksi antara harapan konsumen, persepsi terhadap nilai layanan, dan pengalaman penggunaan, bukan oleh satu faktor Tunggal (Perdana & Nisa, 2024). Kirana dan Vinda (2024) juga menekankan bahwa pelanggan memilih penyedia layanan internet sering kali karena strategi pemasaran seperti harga *bundling* dan ketersediaan jaringan, bukan karena kualitas layanan yang konsisten, sehingga alasan awal pemilihan provider tidak selalu terkait dengan kepuasan setelah pemakaian (Kirana & Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., 2024). Selain itu, penelitian Kwok (2021) dan Hermizahadiwidastra & Syamsuar (2022) menunjukkan bahwa keluhan teknis tidak otomatis membuat pelanggan tidak puas apabila layanan tetap dianggap memenuhi kebutuhan dasar mereka (Hermizahadiwidastra & Syamsuar, 2022; Shi Ling Kwok, 2021). Dengan demikian, pola ketidaksignifikanan hubungan antara variabel dalam penelitian ini bukanlah penyimpangan, melainkan fenomena umum dalam layanan digital.

Dari sisi teknis, beberapa penelitian tentang kualitas jaringan internet rumah seperti yang dilakukan oleh Rodianto (2025) dan Elvan Lia *et al.* (2025) menunjukkan bahwa stabilitas jaringan dipengaruhi parameter seperti *jitter*, *delay*, *throughput*, dan *packet loss* (Li e*t al.*, 2025; Rodianto *et al.*, 2025). Meskipun gangguan jaringan dapat memengaruhi aktivitas seperti *video conference* dan *game online*, dampaknya sangat bervariasi antar pengguna. Dalam Samarinda Food Week, sebagian besar responden merupakan pengguna kasual yang memanfaatkan internet untuk kebutuhan ringan seperti menonton video singkat, *browsing*, atau bersosialisasi di media digital. Elvan Lia et al. (2025) menemukan bahwa pengguna dengan intensitas penggunaan rendah cenderung memiliki toleransi lebih tinggi terhadap kendala jaringan (Li *et al.*, 2025). Oleh sebab itu, meskipun keluhan tentang koneksi tidak stabil muncul, hal tersebut tidak cukup kuat untuk menurunkan tingkat kepuasan pengguna sehingga variabel keluhan (X2) tetap tidak signifikan secara statistik.

Analisis distribusi frekuensi memperlihatkan bahwa Indihome merupakan provider yang paling banyak digunakan oleh responden, yaitu 39 dari 57 responden. Tingginya angka ini mencerminkan posisi Indihome sebagai pemimpin pasar layanan internet rumah, yang

juga didukung oleh data nasional dari Badan Pusat Statistik tahun 2024. Menurut Aksenta (2024), dominasi Indihome bukan semata-mata karena kualitas teknis yang unggul, tetapi lebih karena jangkauan layanan yang luas, paket *bundling* yang variatif, serta kebiasaan penggunaan masyarakat yang sudah terbentuk sejak lama (Aksenta *et al.*, 2024). Pola ini menjelaskan mengapa alasan awal pemilihan provider tidak mempengaruhi kepuasan secara signifikan, mayoritas pelanggan memilih Indihome karena kombinasi faktor aksesibilitas jaringan yang sangat luas, penawaran paket *bundling* yang menarik dan terjangkau, dan kenyamanan melanjutkan layanan yang sudah lama digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi Indihome dalam mengutamakan perluasan infrastruktur dan *pricing* yang inklusif berhasil menjadi daya tarik utama bagi masyarakat, terutama di wilayah Samarinda. Oleh karena itu, alasan awal pemilihan provider dalam penelitian ini belum cukup kuat secara statistik untuk mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, karena kepuasan lebih banyak ditentukan oleh pengalaman nyata setelah berlangganan.

Dari perspektif akademis, temuan ini menegaskan bahwa variabel penentu kepuasan pelanggan layanan digital perlu diperluas dengan memasukkan dimensi SERVQUAL seperti *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang telah terbukti berpengaruh dalam penelitian Anggraini dan Budiarti (Anggraini & Budiarti, 2020). Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bahwa Indihome perlu meningkatkan kualitas layanan non-teknis seperti kecepatan respon, kemampuan teknisi, serta kejelasan komunikasi kepada pelanggan, karena faktor emosional seperti rasa dihargai dan kepercayaan terbukti mempengaruhi loyalitas pelanggan pada layanan digital (Kwon & Kim, 2025). Penelitian ini juga memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang terbatas pada satu lokasi event, serta variabel yang belum mencakup seluruh aspek kualitas layanan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu memasukkan variabel lain seperti kualitas interaksi layanan, persepsi nilai, serta kualitas jaringan teknis seluruhnya agar gambaran kepuasan pelanggan menjadi lebih utuh dan komprehensif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini menunjukkan bahwa baik alasan pemilihan provider maupun keluhan yang muncul selama penggunaan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan Indihome. Temuan dari uji Chi-Square dan Regresi Logistik Biner mengonfirmasi bahwa kedua variabel tersebut tidak

mampu berperan sebagai prediktor secara terpisah, meskipun model analisis secara keseluruhan tetap dinyatakan signifikan. Nilai Nagelkerke R^2 sebesar 0,241 mengindikasikan bahwa kedua variabel hanya memberikan kontribusi terbatas dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna, sehingga sebagian besar aspek yang membentuk kepuasan berasal dari faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kepuasan lebih dipengaruhi oleh pengalaman aktual setelah penggunaan dibandingkan motivasi awal ketika memilih layanan. Teori SERVQUAL juga menegaskan bahwa kualitas layanan dibangun dari berbagai dimensi seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, bukti fisik, dan empati; dimensi-dimensi tersebut tidak seluruhnya tercakup dalam variabel penelitian. Perbandingan dengan studi terdahulu menunjukkan kecenderungan yang sama, bahwa kepuasan layanan digital merupakan hasil gabungan antara harapan awal, kualitas teknis, interaksi layanan, serta persepsi nilai yang diterima pelanggan.

Selain itu, analisis distribusi frekuensi menunjukkan bahwa Indihome masih menjadi provider internet rumah yang paling banyak digunakan di Samarinda. Namun, tingginya penggunaan ini lebih banyak dipengaruhi oleh cakupan infrastruktur yang luas, variasi paket layanan, serta kebiasaan pelanggan yang sudah terbentuk, bukan semata-mata oleh tingkat kepuasan teknis terhadap layanan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pengguna layanan internet rumah tidak cukup dijelaskan oleh alasan pemilihan awal ataupun keluhan teknis saja, melainkan terbentuk dari pengalaman keseluruhan terhadap performa jaringan, bantuan teknis, dan kualitas interaksi layanan yang mereka terima.

Penelitian mendatang perlu melibatkan sampel yang lebih beragam dan mencakup jumlah responden yang lebih besar, tidak hanya terbatas pada pengunjung suatu acara publik. Melibatkan pengguna dari berbagai daerah dan kategori penggunaan seperti rumah tangga, pekerja jarak jauh, gamer, maupun pelaku UMKM dapat memberikan gambaran yang lebih representatif. Selain itu, penggunaan pendekatan *mixed-method* dengan menambahkan wawancara mendalam atau diskusi kelompok akan membantu melengkapi hasil kuantitatif, sehingga pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dapat diperoleh secara lebih menyeluruh. Penelitian longitudinal juga penting dilakukan untuk melihat perubahan pengalaman dan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu, mengingat kualitas layanan internet bersifat dinamis dan dipengaruhi perkembangan teknologi maupun kondisi jaringan. Dengan kombinasi pendekatan tersebut, penelitian mendatang dapat

menghasilkan model kepuasan pelanggan yang lebih akurat dan mampu menggambarkan fenomena secara lebih utuh.

Harapan dari responden

1. Peningkatan Kualitas dan Stabilitas Jaringan

Indihome perlu memprioritaskan peningkatan stabilitas jaringan karena keluhan yang paling banyak muncul berkaitan dengan koneksi yang tidak stabil, jaringan hilang tiba-tiba, modem bermasalah, dan gangguan kabel. Perusahaan disarankan memperkuat infrastruktur, meningkatkan pemeliharaan berkala, serta melakukan monitoring jaringan berbasis area agar gangguan dapat terdeteksi dan ditangani lebih cepat, terutama di kawasan dataran tinggi atau perbukitan.

2. Optimalisasi Respons Layanan dan Perbaikan Teknis

Harapan pelanggan menunjukkan kebutuhan kuat terhadap layanan teknisi yang lebih cepat, tepat waktu, dan responsif. Indihome perlu memperbaiki sistem penjadwalan kunjungan, mempercepat tindak lanjut laporan, serta meningkatkan konsistensi layanan customer service. Transparansi progres perbaikan juga menjadi penting untuk membangun kepercayaan pelanggan.

3. Konsistensi Kualitas Layanan dari Waktu ke Waktu

Pelanggan menginginkan kualitas layanan yang stabil, bukan hanya sesekali baik. Indihome perlu memastikan standar kualitas diterapkan merata di semua wilayah melalui peningkatan pengawasan jaringan dan perbaikan proses internal agar performa layanan tidak mengalami penurunan secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

Aksenta, A., Satryawati, & Nurliayani. (2024). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA INDIHOME DI KOTA SAMARINDA. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics*, *1(3)*. https://www.researchgate.net/profile/Almasari-Aksenta/publication/383685049_PENGARUH_HARGA_CITRA_MEREK_KUALITAS_LAYANAN_DAN_PROMOSI_TERHADAP_KEPUASAN_PELANGGAN_JASA_INDIHOME_DI_KOTA_SAMARINDA/links/66ff372e869f1104c6c5af0d/PENGARUH-HARGA-CITRA-MEREK-KUALITAS-LAYANAN-

DAN-PROMOSI-TERHADAP-KEPUASAN-PELANGGAN-JASA-INDIHOME-DI-KOTA-SAMARINDA.pdf

Aminuddin Hamdat, Arfah, a. M. K., Bayu Tri Cahya, Dewi Sri, E. S., Fitriyah Astri, Karta Negara Salam, M. H. I., Nancy Henrietta Jessamine Mandey, P. L., & Rifda Nabila, V. D. (2020). *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen : Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi* (GCAINDO (ed.); Cetakan Pe, Issue January). Diandra Kreatif/Mirra Buana Media.

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN GOJEK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *8(3)*, 86–94. https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94

Apriliani, E., Danti, R. R., Anggraini, A., Febrianti, A., & Kurniawan, I. A. (2025). Kuliatas Pelayanan Ekowisata Mangrove di Ketapang Urban Aquaculture (KUA) Desa Ketapang Mauk Kabupaten Tangerang. *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, *2*(1), 138–149. https://doi.org/10.62383/kajian.v2i1.173

BPS. (2025). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024*. https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be400eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html

Fu, W. Y., Senathirajah, A. R. bin S., Connie, G., Sheng, L. Y., & San, L. H. (2022). Modeling consumers' perceptions of service quality: A triangulation approach using phenomenological and structured equation analysis. *International Journal of Health Sciences*, *6*(May), 10776–10793. https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS5.10883

Golzar, J., Noor, S., & Tajik, O. (2022). Convenience Sampling. *International Journal of Education and Language Studies*, *1*(2), 72–77. https://doi.org/10.22034/ijels.2022.162981

Gunawan, I., & Hutabarat, M. L. P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Indihome di Indonesia. *Indonesian Marketing Journal*, *2*(1). https://doi.org/10.19166/imj.v2i1.5871

Hermizahadiwidastra, H., & Syamsuar, D. (2022). Teori Servqual dan Customer Satisfaction: Studi Kepuasan Pengguna Layanan Wifi.id Corner. *Jurnal Sistem Informasi*, *8(2)*, 61–70. https://pdfs.semanticscholar.org/9a48/6fceb94c3d3592e6b2c1474924b8eede8fc2.pdf

Idzni, S. N., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction Pengguna Wifi Rumah X. *Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan Volume*, *2*(3), 744–756. https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/30107

Kirana, R. M., & Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M. A. (n.d.). STRATEGI SALES PROMOTION DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN INDIHOME DENGAN PENDEKATAN STOP-SIT. *The Commercium*, *8 (02)*, 134–145. https://doi.org/10.26740/tc.v8i2.62481

Kwon, I.-W. G., & Kim, S.-H. (2025). A NOTE ON TRUST: AN ECONOMIC AND SOCIAL PERSPECTIVE. *International Journal of Business & Management Studies*, *6*(6), 9–15. https://doi.org/10.56734/ijbms.v6n6a2

Li, E., Amelia, & Gusnawan. (2025). Evaluasi Kinerja Jaringan WiFi Berdasarkan Kecepatan dan Kualitas di Lingkungan Rumah. *Journal of Computer Science Research and Technological Innovation*, *1*(1), 35–41. https://ejurnal.yarukom.com/index.php/OursLogic/article/view/34

Oktamala, S., & Zuraidah, E. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PT. POS INDONESIA CABANG BELITANG TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL. *Jurnal PROSISKO*, *8*(2). http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2937740&val=25941&title=Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual

Ompusunggu, V. M. (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Dalam Memilih Tempat Indekos Pada Mahasiswa Universitas Quality. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, *1*(2), 69–75. https://doi.org/10.59929/mm.v1i2.14

Perdana, I. A. P., & Nisa, P. C. (2024). Memahami Peran Service Quality Dalam Layanan Home Delivery Pasca Pembelian Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10 (7)*, 618–633. https://doi.org/10.5281/zenodo.11107740

Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); Edisi Kedu). ALFABETA.

Republika. (2020, July). Selama Covid-19, Penggunaan Internet di Rumah Meningkat Pesat. *Ekonomi.Republika.Co.Id*. https://ekonomi.republika.co.id/berita/qdim8u6217000/selama-covid-19-penggunaan-internet-di-rumah-meningkat-pesat

Rodianto, M.Julkarnain, Hamdani, F., & Alfias, E. (2025). Analisis Kualitas Layanan Jaringan Internet Berbasis Wireless Local Area Network Pada Layanan Indihome. *Digital Transformation Technology (Digitech)*, *5(1)*. https://doi.org/https://doi.org/10.47709/digitech.v5i1.5531

Shi Ling Kwok. (2021). *Exploring the Non-Complaining Intention and Behaviour of Dissatisfied Customers: An Extended Reasoned Action Approach* [University of West London]. https://repository.uwl.ac.uk/id/eprint/8280/