

PENGARUH KUALITAS JARINGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA JARINGAN INDIHOME PT TELKOM KECAMATAN PANCUNG SOAL

Aulia Rahman Anzari¹, Jhon Veri²

^{1,2}Universitas Putra Indonesia YPTK, Jl. Raya Lubuk Begalung, Padang, Sumatera Barat, Indonesia
Email: auliarahmananzarii@gmail.com

Article History

Received: 07-09-2025

Revision: 20-09-2025

Accepted: 27-09-2025

Published: 03-10-2025

Abstract. This study investigates the effect of network quality on IndiHome customer satisfaction in Pancung Soal District with trust as an intervening variable. This quantitative study used a purposive sampling technique to select 50 respondents with specific criteria, namely a minimum membership period of 6 months, to ensure that the selected sample had sufficient experience in using the service. Data collected through a Likert scale questionnaire were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results of the study indicate that: (1) Network quality has a direct positive and significant effect on customer satisfaction; (2) Network quality also has a positive and significant effect on trust; however (3) Trust does not have a significant effect on customer satisfaction and (4) Trust does not act as an intervening variable that mediates the relationship between network quality and satisfaction. These findings indicate that customer satisfaction is more directly determined by the technical performance of the network than by the trust factor. The practical implications of this study suggest that PT Telkom should prioritize improving network quality directly to increase customer satisfaction.

Keywords: Network Quality, Customer Satisfaction, Trust, Indihome

Abstrak. Studi ini menyelidiki pengaruh kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Kecamatan Pancung Soal dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Penelitian kuantitatif ini menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih 50 responden dengan kriteria khusus, yaitu masa keanggotaan minimal 6 bulan, untuk memastikan bahwa sampel yang terpilih telah memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan layanan. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dianalisis dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas jaringan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (2) Kualitas jaringan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan; namun (3) Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan (4) Kepercayaan tidak berperan sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara kualitas jaringan dan kepuasan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan lebih ditentukan secara langsung oleh kinerja teknis jaringan daripada oleh faktor kepercayaan. Implikasi praktis dari penelitian ini menyarankan agar PT Telkom lebih memprioritaskan peningkatan kualitas jaringan secara langsung untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Jaringan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Indihome

How to Cite: Anzari, A. R., & Veri, J. (2025). Pengaruh Kualitas Jaringan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Jaringan Indihome PT Telkom Kecamatan Pancung Soal. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (6), 9720-9731. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i6.4209>

PENDAHULUAN

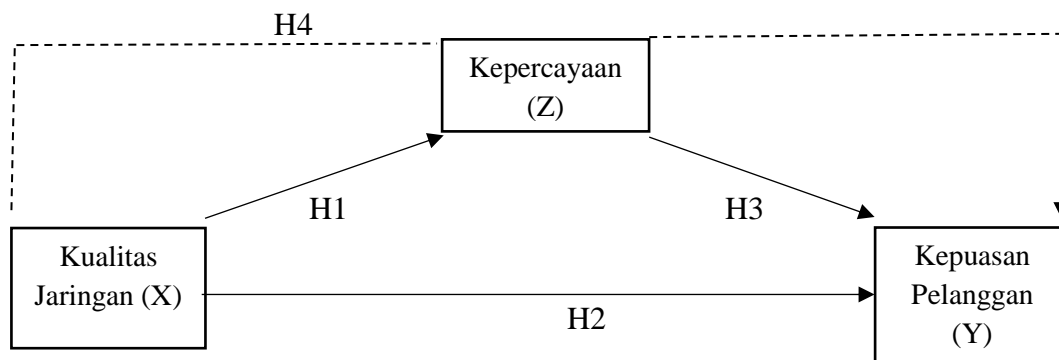
Meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap koneksi internet yang stabil dan cepat menunjukkan pentingnya telekomunikasi di era digital. Teknologi informasi dan komunikasi telah membuat penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan efisien. Penyedia layanan telekomunikasi memiliki peluang sekaligus tantangan untuk menjawab tuntutan gaya hidup yang berubah akan informasi yang beragam, cepat, sederhana, dan andal (Larasati, 2019). Hal ini mendorong perusahaan seluler Indonesia untuk menawarkan lebih banyak layanan kepada pelanggan mereka. Misalnya, Telkomsel menawarkan layanan (Rahmawati, 2022). Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT Telkom Indonesia, Tbk menyediakan layanan telekomunikasi. *Indonesia Digital Home* (IndiHome) adalah layanan paket dari PT Telkom Indonesia (Aissyah et al., 2022).

IndiHome menawarkan paket internet, telepon rumah, dan TV interaktif/IPTV (IndiHome TV) beserta layanan tambahannya. IndiHome telah tersebar di seluruh Indonesia dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan internet masyarakat (Septianarditya & Nasir, 2022). Berdasarkan pengamatan awal, banyak pelanggan yang mengeluhkan masalah seperti koneksi yang sering terputus, kecepatan internet tidak stabil, dan layanan pelanggan yang kurang responsif. Keluhan-keluhan ini berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan, meskipun sebagian masih tetap setia menggunakan IndiHome. Setiap pelanggan memiliki pengalaman positif atau negatif dengan suatu perusahaan. Perusahaan harus memuaskan pelanggan untuk mempertahankan hubungan yang positif dan saling menguntungkan. Indihome masih menerima banyak keluhan dari pelanggan yang kecewa (Fitriyani & Hidayat, 2023).

Dari perspektif teoretis, kualitas jaringan adalah penghubung yang memungkinkan individu berkomunikasi dan berbagi informasi (Sakinah, 2021). Kepuasan pelanggan adalah kepuasan terhadap barang atau jasa yang dibeli (Oktaviani & Hernawan, 2022). Selanjutnya yang dimaksud dengan kepercayaan adalah keyakinan dimana seseorang akan memperoleh apa yang mereka harapkan dari orang lain. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas jaringan merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Surian et al., 2025). Tumangkeng (2022) menemukan bahwa kualitas jaringan secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan, meskipun hanya menggunakan satu variabel bebas. Penelitian oleh Ilham & Dirgantara (2020) menambahkan kualitas jaringan sebagai variabel dan menunjukkan hasil positif terhadap kepuasan pelanggan, namun tanpa melibatkan kepercayaan. Sementara itu, Nugroho et al., (2022) menambahkan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan dikaitkan dengan kepuasan pelanggan *E-commerce* Lazada. Darno & Yosepha (2020) juga mempelajari kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kebahagiaan

konsumen. Studi-studi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan meningkatkan kebahagiaan pelanggan, yang menjadi dasar bagi penelitian terkini.

Beberapa studi telah menunjukkan bahwa kualitas layanan (kualitas jaringan) dan kepercayaan memengaruhi kepuasan konsumen di berbagai sektor. Namun, kajian yang secara khusus mengintegrasikan ketiga variabel tersebut terutama di wilayah pancung soal, masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar literatur yang ada berfokus pada kualitas pelayanan sehingga belum banyak pembahasan mengenai kualitas jaringan ini menjadi peluang penelitian untuk memahami secara mendalam bagaimana kualitas jaringan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Melalui penelitian ini, diharapkan kita bisa memahami bagaimana kualitas jaringan memengaruhi kekuatan pelanggan, khususnya melalui kepercayaan yang dimiliki pelanggan pada layanan Indihome. Jaringan yang cepat, stabil, dan andal akan membuat klien senang dan percaya diri terhadap layanan yang diberikan. Kerangka kerja penelitian ditunjukkan pada Gambar 1:



Gambar 1. Kerangka pikir

Hipotesis

- H1: Diduga Kualitas Jaringan berpengaruh terhadap Kepercayaan pada pengguna jaringan indihome PT Telkom Kecamatan Pancung Soal
- H2: Diduga Kualitas Jaringan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jaringan indihome PT Telkom Kecamatan Pancung Soal
- H3: Diduga Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jaringan indihome PT Telkom Kecamatan Pancung Soal
- H4: Diduga Kepercayaan memediasi Kualitas Jaringan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jaringan indihome PT Telkom Kecamatan Pancung Soal

METODE

Penelitian berbasis survei ini bersifat kuantitatif, dimana sampel sebanyak 50 pelanggan IndiHome yang digunakan berdasarkan kriteria atau pertimbangan khusus (*purposive*

sampling) dengan syarat utama yaitu masa keanggotaan atau langganan minimal telah 6 bulan, yang dipilih untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan layanan sehingga penilaian mereka terhadap kuesioner lebih representatif, dan penelitian ini memiliki batas wilayah yang jelas yaitu hanya dilakukan pada Kecamatan Pancung Soal sehingga hasil dan kesimpulan dari studi ini dapat digeneralisasi untuk populasi pelanggan di wilayah tersebut. PLS-SEM digunakan untuk menganalisis data kuesioner skala Likert 1-5 untuk menentukan hubungan variabel. Kisi instrumen untuk variabel penelitian meliputi:

Tabel 1. Kisi instrumen

Variabel	Indikator	Jumlah Aitem	No Aitem
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kesesuaian harapan	3	1,2,3
	2. Minat menggunakan kembali	2	4,5
	3. Ketersediaan merekomendasi	2	6,7
Kualitas Jaringan (X)	1. Kecepatan Mengunduh	3	1,2,3
	2. Kecepatan Mengunggah	2	4,5
	3. Kestabilan Akses	2	6,7
Kepercayaan (Z)	1. Keandalan	2	1,2
	2. Kejujuran	2	3,4
	3. Kepedulian	2	5,6
	4. Kredibilitas	2	7,8

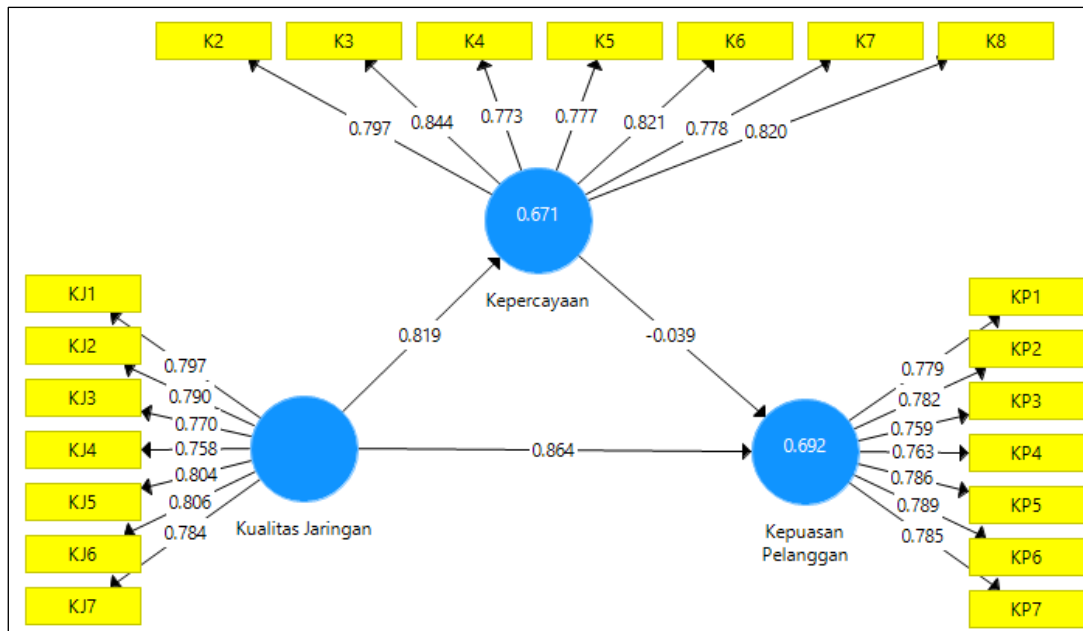
HASIL

Analisis *Outer Model*

Pengujian *outer model* digunakan untuk menetapkan hubungan antara variabel laten dan variabel manifestasinya. Pengujian ini mencakup *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability*.

Convergent Validity

Hubungan antara skor item/indikator dan skor konstruk menunjukkan model pengukuran indikator yang mencerminkannya. Indikator individual dengan korelasi di atas 0,70 reliabel. Namun, nilai beban 0,50 hingga 0,60 dapat diterima untuk studi pengembangan skala. Nilai beban eksternal menunjukkan indikator dengan nilai beban di bawah 0,60 yang tidak penting. Gambar di bawah menunjukkan model struktural studi ini:



Gambar 2. Outer model tahap 2

Tabel 2. Outer loadings tahap 2

	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Jaringan
K2	0,797		
K3	0,844		
K4	0,773		
K5	0,777		
K6	0,821		
K7	0,778		
K8	0,820		
KJ1			0,797
KJ2			0,790
KJ3			0,770
KJ4			0,758
KJ5			0,804
KJ6			0,806
KJ7			0,784
KP1		0,779	
KP2		0,782	
KP3		0,759	
KP4		0,763	
KP5		0,786	
KP6		0,789	
KP7		0,785	

Setelah membuang indikator-indikator yang tidak sah dan melakukan tahap pembebanan luar 2 (dua), maka semua indikator pada gambar di atas mempunyai faktor pembebanan $>0,70$ yang berarti bahwa indikator-indikator tersebut merupakan indikator konstruk yang sah.

Discriminant Validity

Bagian ini membahas hasil uji validitas diskriminan. Validitas diskriminan menggunakan *cross-loading*. Variabel *cross-loading* tertinggi menunjukkan validitas diskriminan suatu indikator. Berikut adalah nilai *cross-loading* untuk setiap indikator:

Tabel 3. Nilai *cross loading*

	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Jaringan
K2	0,797	0,558	0,678
K3	0,844	0,656	0,733
K4	0,773	0,499	0,628
K5	0,777	0,435	0,604
K6	0,821	0,544	0,649
K7	0,778	0,477	0,593
K8	0,820	0,550	0,694
KJ1	0,652	0,590	0,797
KJ2	0,693	0,639	0,790
KJ3	0,673	0,557	0,770
KJ4	0,634	0,614	0,758
KJ5	0,666	0,688	0,804
KJ6	0,640	0,793	0,806
KJ7	0,555	0,680	0,784
KP1	0,464	0,779	0,635
KP2	0,556	0,782	0,632
KP3	0,526	0,759	0,714
KP4	0,552	0,763	0,638
KP5	0,568	0,786	0,685
KP6	0,469	0,789	0,627
KP7	0,495	0,785	0,575

Berdasarkan tabel, beberapa variabel penelitian memiliki indikator dengan nilai *cross-loading* yang lebih rendah dibandingkan variabel lainnya. Oleh karena itu, hal ini memerlukan perhatian dan observasi lebih lanjut. Akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) ini mungkin juga mencerminkan validitas diskriminan. Model yang layak melebihi 0,5. Ketergantungan komposit diperiksa pada blok indikator konstruk. Keandalan komposit di atas 0,60 menunjukkan keandalan. *Alfa Cronbach* pada blok indikator konstruk mungkin juga mencerminkan ketergantungan. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika *Alfa Cronbach* melebihi 0,7. Tabel di bawah ini menampilkan nilai loading untuk konstruksi variabel penelitian yang dibuat oleh *Smart PLS*:

Tabel 4. *Construct reliability and validity*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Kepercayaan	0,907	0,912	0,927	0,643
Kepuasan Pelanggan	0,891	0,892	0,915	0,605
Kualitas Jaringan	0,898	0,899	0,919	0,620

Tabel menunjukkan bahwa Kualitas Jaringan (X), Kepuasan Pelanggan (Y), dan Kepercayaan (Z) semuanya memiliki AVE di atas 0,50, yang menunjukkan reliabilitas. Dengan demikian, semua variabel memiliki validitas diskriminan yang sangat baik. Tabel menunjukkan bahwa nilai reliabilitas komposit setiap variabel melebihi 0,60. Ini berarti semua variabel sangat reliabel karena memenuhi kriteria reliabilitas komposit. Tabel di atas menunjukkan bahwa *Alfa Cronbach* setiap variabel melebihi 0,70. Ini berarti semua variabel penelitian reliabel karena memenuhi persyaratan *Alfa Cronbach*. Dengan demikian, indikator penelitian ini menunjukkan validitas diskriminan yang kuat dan reliabilitas pembentukan variabel yang baik.

Analisis Inner Model

Model internal dievaluasi untuk memverifikasi kekokohan dan akurasi model struktural. Langkah-langkah analisis evaluasi model struktural dievaluasi menggunakan berbagai indikator.

Koefisien Determinasi (R²)

Pemrosesan data menggunakan *Smart PLS 3.29* menghasilkan nilai R-kuadrat berikut:

Tabel 5. Hasil *R square*

	R Square
Kepercayaan	0,671
Kepuasan Pelanggan	0,692

Kepercayaan (Z) memiliki R-kuadrat sebesar 0,671, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan efek Kepercayaan (Z) sebesar 67,1%. Kualitas Jaringan (X) memengaruhi Kepercayaan (Z) sebesar 67,1%. Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki R-kuadrat sebesar 0,692. Efek Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 69,2%. Kualitas Jaringan (X) memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 69,2%. Kualitas Jaringan memengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 69,2%, sementara variabel lain memengaruhi 30,8%.

Penilaian *Goodness of Fit* (GoF)

Skor $NFI \geq 0,662$ menunjukkan kesesuaian model yang memuaskan dalam uji kesesuaian. Data yang diolah dengan *Smart PLS 3.29* menghasilkan nilai kesesuaian model berikut:

Tabel 6. Model fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,078	0,078
d_ ULS	1,388	1,388
d_ G	1,128	1,128
Chi-Square	261,031	261,031
NFI	0,698	0,698

Hasil menunjukkan kecocokan yang baik dalam model PLS, dengan nilai NFI masing-masing sebesar 0,698 dan 0,698. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian ini cocok untuk menguji hipotesis penelitian.

Pengujian Hipotesis

Setelah mengevaluasi model internal, penelitian ini menguji hubungan konstruk laten yang dihipotesiskan. Penelitian ini menyelidiki hipotesis dengan *T-Statistics* dan *P-Values*. Hipotesis diterima jika statistik-T $> 1,676$ dan nilai-P $< 0,05$. Hasil Koefisien Jalur:

Tabel 7. *Path coefficients*

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	-0,039	-0,027	0,186	0,210	0,834
Kualitas Jaringan -> Kepercayaan	0,819	0,784	0,142	5,755	0,000
Kualitas Jaringan -> Kepuasan Pelanggan	0,864	0,844	0,155	5,584	0,000

Dari tabel tersebut, terdapat satu dari tiga hipotesis yang ditolak, yaitu H3 karena nilai *T-Statistics* lebih dari 1,676 dan *P-Values* lebih dari 0,05. Sementara itu, dua hipotesis lainnya diterima karena nilai *T-Statistics* lebih besar dari 1,676 dan *P-Values* kurang dari 0,05.

Tabel 8. *Specific indirect effect*

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Kualitas Jaringan -> Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	-0,032	-0,019	0,150	0,212	0,832

Dari tabel tersebut, terdapat satu dari tiga hipotesis yang ditolak, yaitu H3 karena nilai *T-Statistics* lebih dari 1,676 dan *P-Values* lebih dari 0,05. Sementara itu, dua hipotesis lainnya diterima karena nilai *T-Statistics* lebih besar dari 1,676 dan *P-Values* kurang dari 0,05.

DISKUSI

Studi ini menemukan bahwa kepuasan pelanggan IndiHome di Kecamatan Pancung Soal berkorelasi positif dengan kualitas jaringan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen meningkat seiring dengan kualitas jaringan, seperti kecepatan internet, stabilitas, dan keandalan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rahmadi & Elsandra (2025) yang menyatakan bahwa kualitas jaringan berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator. Oleh karena itu, PT Telkom harus terus berupaya meningkatkan aspek teknis jaringan untuk mempertahankan dan menambah basis pelanggannya. Fokus pada perbaikan teknis jaringan dapat menjadi strategi utama dalam menghadapi persaingan layanan internet di Indonesia.

Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan pengaruh positif yang signifikan antara kualitas jaringan dan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan terhadap layanan IndiHome terbentuk ketika jaringan dapat diandalkan dan performa layanan konsisten sesuai harapan. Maharani (Caniago, 2022) mengemukakan bahwa kepercayaan didasarkan pada kehandalan, kejujuran, kepedulian, dan kredibilitas penyedia layanan, yang semuanya dapat dipengaruhi oleh kualitas jaringan. Kepercayaan ini berkontribusi pada kekuatan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan. Dengan demikian, membangun dan mempertahankan kualitas jaringan yang tinggi menjadi kunci penting dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan secara berkelanjutan.

Namun, hasil penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan tidak menjadi variabel intervening yang signifikan antara kualitas jaringan dan kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih menitikberatkan penilaian mereka pada kualitas teknis jaringan daripada aspek kepercayaan ketika menilai kepuasan. Penemuan ini memberikan wawasan bahwa meskipun kepercayaan penting, kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi secara langsung oleh kualitas jaringan yang mereka rasakan. Sehingga, PT Telkom perlu memprioritaskan peningkatan kualitas jaringan secara langsung daripada tergantung pada upaya membangun kepercayaan saja. Hal ini relevan dengan pengamatan Fitriyani & Hidayat (2023) yang menyatakan bahwa performa jaringan memegang peranan utama dalam penilaian pelanggan terhadap kepuasan layanan IndiHome.

Selain itu, analisis *outer model* yang dilakukan menunjukkan semua indikator dari variabel kualitas jaringan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. *Discriminat validity* dan *composite reliability* yang memenuhi batas minimum menegaskan instrumen penelitian sudah memadai untuk mengukur konstruk yang dimaksud. Uji *goodness of fit* juga menunjukkan model penelitian layak digunakan karena memenuhi kriteria kesesuaian data dan model. Penggunaan metode PLS-SEM dalam penelitian ini memberikan fleksibilitas dan ketelitian dalam menguji hubungan antar variabel dengan sampel yang digunakan. Dengan demikian, hasil penelitian dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan oleh manajemen PT Telkom untuk strategi pengembangan layanan ke depannya.

Koefisien determinasi (R^2) untuk kepercayaan adalah 0,671 dan kepuasan pelanggan adalah 0,692, menunjukkan bahwa kualitas jaringan menjelaskan 67,1% variabilitas kepercayaan dan 69,2% variabilitas kebahagiaan pelanggan. Grafik ini menunjukkan bahwa kualitas jaringan sangat memengaruhi kedua variabel tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa studi ini tidak mengukur aspek lain yang memengaruhi kepercayaan dan kepuasan konsumen. Kualitas layanan, harga, dan promosi juga dapat memengaruhi kebahagiaan pelanggan, sehingga hal-hal ini dapat ditambahkan untuk penelitian selanjutnya.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi PT Telkom khususnya layanan IndiHome dalam memahami dinamika kepuasan pelanggan berbasis kualitas jaringan dan kepercayaan. Dari sisi praktis, manajemen perlu mengalokasikan sumber daya dan teknologi untuk meningkatkan kualitas jaringan agar dapat memenuhi harapan pelanggan yang makin tinggi di era digital. Selain itu, walaupun kepercayaan tidak terbukti sebagai mediator signifikan, membangun kepercayaan pelanggan tetap diperlukan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan hubungan pelanggan. Pada akhirnya, kombinasi peningkatan kualitas jaringan yang nyata dan pembangunan kepercayaan pelanggan akan memperkuat posisi IndiHome di pasar layanan internet rumah di Indonesia.

KESIMPULAN

Setelah pengolahan data, studi ini menemukan berbagai faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan layanan IndiHome PT Telkom di Kecamatan Pancung Soal. Prediktor terbaik menurut studi ini adalah kualitas jaringan. Studi ini menemukan bahwa kualitas jaringan secara langsung, positif, dan signifikan memengaruhi kepercayaan pelanggan. Penyedia layanan lebih dipercaya jika jaringan mereka berkinerja baik. Studi ini juga mengungkapkan bahwa kualitas jaringan secara langsung, positif, dan signifikan memengaruhi

kebahagiaan konsumen. Hal ini menyiratkan bahwa kinerja layanan teknis secara langsung memengaruhi kebahagiaan pelanggan di wilayah studi.

Analisis data juga mengungkapkan temuan menarik yang bertentangan dengan prediksi. Kepuasan pelanggan secara statistik tidak dipengaruhi oleh kepercayaan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen tidak selalu meningkatkan kebahagiaan pelanggan dalam skenario penelitian ini. Temuan ini kemudian mengarah pada implikasi yang lebih kompleks, yaitu bahwa kepercayaan tidak berfungsi sebagai variabel mediasi yang efektif dalam memediasi pengaruh kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, jalur tidak langsung dimana kualitas jaringan diharapkan dapat membangun kepercayaan terlebih dahulu untuk kemudian mencapai kepuasan, tidak terbukti dalam studi ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan IndiHome di wilayah tersebut lebih dipengaruhi oleh faktor performa layanan yang bersifat langsung (kualitas jaringan) dan bukan melalui pembentukan kepercayaan sebagai sebuah mekanisme psikologis perantara. Temuan ini memberikan perspektif baru yang berharga bagi manajemen PT. Telkom untuk mengevaluasi strategi layanannya, dengan menitikberatkan pada perbaikan kualitas jaringan secara berkelanjutan sebagai kunci utama mempertahankan kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Aissyah, C. P., Hermani, A., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT Telkom Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 290–297. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34675>
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Fitriyani, & Hidayat, R. (2023). Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus PT. Telkom Indonesia Witel Bandung Tahun 2022) Analysis of Service Quality to Indihome Customer Satisfaction (Case Study of PT. Telkom Indonesia Witel Bandung in 2022). *E-Proceeding of Applied Science*, 9(2), 563.
- Larasati, P. S. (2019). Evaluasi Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk). Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. *Emabi: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 1–2. <https://doi.org/10.37715/jp.v1i6.404>
- 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>
- Rahmawati, M. S. C. D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Jaringan, Kualitas Pelayanan, Emosional, dan Biaya terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel. *Jurnal Humaniora*, 6(2), 73–80.
- Sakinah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Segmen Milenial dengan Minat Beli sebagai Variabel

Mediasi: (Studi pada Pengguna Kartu Perdana Internet di Kota Makassar). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Septianarditya, C., & Nasir, M. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan IndiHome berdasarkan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi. *Eksos*, 18(1), 71–79. <https://doi.org/10.31573/eksos.v18i1.440>