

---

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan IndiHome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru**

*Hanatasia Isora Abelia<sup>1</sup>, Meyzi Heriyanto<sup>2</sup>, Syofiatul Safitri<sup>3</sup>*

*Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia<sup>1</sup>*

*Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia<sup>2</sup>*

*Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia<sup>3</sup>*

*Email: hanatasiaa@gmail.com*

---

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of service quality and product variety on purchasing decisions for IndiHome services at PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan in Pekanbaru. This type of research is explanatory research with a quantitative descriptive method. The sample in this study amounted to 100 respondents who were determined using accidental sampling and using a questionnaire as a data collection instrument. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis and the feasibility of the research instrument has been ascertained through validity tests, reliability tests, and classical assumption tests. The results show that service quality (X1) has a significant positive effect on purchasing decisions (Y), product variety (X2) has a significant positive effect on purchasing decisions (Y), and service quality (X1) and product variety (X2) simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions (Y).*

**Keywords:** *Service Quality; Product Variation; Purchase Decision.*

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap keputusan pembelian layanan IndiHome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan di Pekanbaru. Penelitian berjenis explanatory research dengan metode deskriptif kuantitatif. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang ditentukan menggunakan accidental sampling dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan instrumen penelitian sudah dipastikan kelayakannya melalui uji validitas, uji reliabel, dan uji asumsi klasik. Diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian (Y), variasi produk (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian (Y), dan kualitas pelayanan (X1) dan variasi produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian (Y).

**Kata Kunci:** **Kualitas Pelayanan; Variasi Produk; Keputusan Pembelian**

---

### **PENDAHULUAN**

Kini koneksi internet telah menjadi kebutuhan harian, sebab ada banyak aktivitas yang akan sangat mudah dilakukan jika ada internet, atau bahkan tidak bisa dilakukan tanpa adanya internet. Peran internet di tengah-tengah masyarakat ialah sebagai sarana konektivitas dan komunikasi, sarana akses informasi, pengetahuan, dan edukasi, sarana pencarian alamat dan pemetaan sarana bisnis, serta sarana hiburan. Berdasarkan pada survey APJII tahun 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta orang, hal ini tentu saja memberikan peluang bisnis yang potensial pada bidang telekomunikasi.

PT Telkom Indonesia memanfaatkan peluang potensial itu dengan menjadi penyedia jasa internet bagi masyarakat Indonesia, dimana satu diantara banyaknya produk PT Telkom Indonesia adalah produk *fixed broadband*, yaitu internet kabel yang memanfaatkan jaringan fiber optic, yang nantinya membuat suatu perangkat terhubung ke internet melalui jaringan LAN atau Wi-Fi. Produk layanan fixed broadband yang dirilis PT Telkom Indonesia bernama IndiHome, dimana produk ini menawarkan layanan internet, telepon rumah dan juga IPTV.

IndiHome merupakan merek nomor satu atas produk *fixed broadband* di Indonesia. Pemberitaan dari Liputan6 pada tanggal 09/07/21, menyatakan IndiHome mengakuisisi pangsa pasar *fixed broadband* di Indonesia sebesar 87%. Pemberitaan dari CNN Indonesia pada tanggal 04/07/22, IndiHome melayani 8,9 juta konsumen di Indonesia dengan pendapatan sebesar Rp13,8 triliun. Hal itu didukung oleh hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2022 mengenai operator *fixed broadband* yang mempunyai banyak pengguna di Indonesia terbanyak dengan persentase jumlah pengguna sebesar 67,54%.

Meskipun produk IndiHome sangat populer, tak menutup kemungkinan akan adanya masalah dalam penjualannya. Dari data yang diperoleh, terdapat penurunan pada jumlah pengguna IndiHome di Kota Pekanbaru pada tahun 2020 sebanyak 7.786 pengguna, disusul pada tahun berikutnya yaitu tahun 2021 yang juga mengalami penurunan sebanyak 2.436 pengguna. Penurunan jumlah konsumen ini menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan gagalnya Telkom Witel Riau Daratan dalam mencapai target penjualan mereka. Realisasi penjualan IndiHome pada Telkom Witel Riau Daratan selama 4 tahun terakhir tidak ada yang meraih target. Persentase target yang tercapai dari tahun 2019 hingga 2021 terus menurun dari 73% di tahun 2019, turun menjadi 72% di tahun 2020, lalu turun lagi hingga 68% di tahun 2021. Hal ini mengindikasikan kemampuan Telkom Witel Riau Daratan dalam mencapai target penjualan semakin melemah. Jika realisasi penjualan terus-menerus gagal dalam mencapai target, Telkom Witel Riau Daratan akan sulit untuk berkembang dan melangkah maju dalam bisnisnya. Telkom Witel Riau Daratan juga mengalami kenaikan jumlah keluhan dari konsumen atas produk IndiHome dari tahun 2020 hingga 2021. Pada tahun 2020 keluhan meningkat sebanyak 1.255 keluhan dan di tahun 2021 keluhan yang diterima masih meningkat yakni sebanyak 84 keluhan. Hal ini mengindikasikan konsumen masih belum mendapatkan output yang optimal dari Telkom Witel Riau Daratan atas produk IndiHome, hal tersebut menyebabkan keluhan terus meningkat.

Tak hanya ancaman internal yang berupa penurunan jumlah konsumen, kegagalan mencapai target penjualan, serta peningkatan jumlah keluhan dari konsumen, Telkom Witel Riau Daratan juga harus menghadapi ancaman eksternal berupa para pesaing yang muncul satu persatu. Saat ini sudah banyak produk *fixed broadband* milik pesaing yang beredar luas di kalangan masyarakat Kota Pekanbaru.

Tabel 1. Daftar Merek Layanan *Fixed Broadband* di Kota Pekanbaru

No.	Nama Perusahaan	Nama Produk	Alamat Perusahaan
1.	PT Telkom Indonesia, Tbk	Indihome	Jl. Jendral Sudirman, Kec. Sumahilang.
2.	PT Sumidhaz Permata Bunda	Dashnet	Jl. Rajawali, No. 80B, Kec. Sukajadi.
3.	PT Indonesia Comnet Plus	Iconnet	Jl. Soekarno Hatta, Kec Marpoyan Damai.
4.	PT Berca Hardaya Perkasa	Hinet	Jl. Hasanudin, Kel. Rintis, Kec. Lima Puluh.
5.	PT Eka Mas Republik	MyRepublic	Jalan Jenderal Sudirman, No 10.
6.	PT Medianusa Permana	Permana Net	Jl. Balam Ujung No.46 A, Kp. Melayu, Kec. Sukajadi.
7.	PT Aditama Netmedia Solusindo	NetMedia	Jl. Cendana No.1, Kec. Tampan.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Diketahui ada enam produk *fixed broadband* pesaing IndiHome aktif berbisnis di Kota Pekanbaru, yaitu Dashnet, Iconnet, Hinet, MyRepublic, PermanaNet dan Netmedia. Dengan banyaknya jumlah pesaing ini tidak menutup kemungkinan bila IndiHome bisa kalah dalam persaingan bisnis di Kota Pekanbaru, ditambah lagi salah satu pesaing IndiHome di Kota Pekanbaru yaitu MyRepublic memiliki kecepatan jaringan yang lebih besar dibanding IndiHome. Berdasarkan hasil survey *Speedtest* dari Ookla pada tahun 2021 diketahui IndiHome berada pada peringkat ketiga dengan kecepatan unduhan 18,91 Mbps dan kecepatan unggahan 6,02 Mbps, sementara pesaingnya yakni MyRepublic memiliki kecepatan unduhan dan unggahan yang jauh lebih besar yaitu 34,27 Mbps dan 21,93 Mbps (Giles, 2022).

Adanya pesaing yang lebih unggul dibanding IndiHome tentunya dapat menjadi ancaman bagi eksistensi IndiHome, sebab konsumen bisa dengan mudah beralih ke produk pesaing yang dirasa lebih unggul, ditambah lagi IndiHome saat ini sedang dihadang oleh ancaman internalnya. Kondisi tersebut sangatlah rentan dan jika tidak ditangani dengan serius bisa menyebabkan kemerosotan bisnis pada Telkom Witel Riau Daratan atas produk IndiHome.

Untuk menanggulangi masalah tersebut, PT Telkom Witel Riau Daratan harus bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atas produk IndiHome, agar jumlah konsumen dan hasil penjualan bisa meningkat. Keputusan pembelian ialah proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dengan berkontribusi langsung pada proses pembelian produk (Kotler & Keller, 2014:190).

Agar bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, perusahaan tentunya harus meningkatkan kualitas yang dimiliki, agar konsumen dapat memiliki persepsi yang bagus terhadap perusahaan sehingga membuat mereka tertarik untuk membeli. Kualitas perusahaan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitasnya di bidang pelayanan. Pelayanan yang diterima oleh konsumen akan sangat mempengaruhi mereka dalam membuat keputusan pembelian. Kualitas pelayanan dimaknai dengan tingkat keunggulan yang diinginkan dalam memenuhi harapan konsumen dan disertai kemudahan untuk memenuhi kebutuhan mereka (Sari dkk., 2021:447). Jika konsumen menerima pelayanan yang berkualitas baik, tentu saja kecenderungan mereka untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk perusahaan itu semakin tinggi.

Tak hanya dari segi pelayanan, keputusan pembelian seseorang juga akan terpengaruh dari segi produk. Dalam melakukan pembelian, seseorang akan memiliki kecenderungan untuk membeli produk yang ia anggap menarik. Maka dari itu, daya tarik suatu produk menjadi satu dari banyaknya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu hal yang bisa membuat produk memiliki daya tarik ialah dengan memiliki variasi produk. Variasi produk ialah keseluruhan produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli (Indrasari, 2019:29).

Dalam rangka mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen, maka dilakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Layanan IndiHome Pekanbaru pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan."

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian berlokasi di PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan yang beralamat di Jl Jend. Sudirman No. 199, Kel. Sumahilang, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau. Penelitian ini memakai jenis *explanatory research*, yakni penelitian yang menjabarkan kedudukan dan pengaruh pada variabel-variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018:93). Metode yang dipakai dalam penelitian ialah deskriptif kuantitatif yakni memberikan deskripsi sistematis terhadap fenomena yang diteliti secara statistik. Populasi penelitian ini ialah konsumen IndiHome yang berlangganan di tahun 2021, sementara sampel diambil menggunakan teknik *accidental sampling* dan besar sampel diperoleh sebanyak 100 orang responden melalui pengukuran rumus *slovin*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu pengiriman daftar pernyataan kepada responden, bisa secara langsung dan tidak langsung (Usman & Akbar, 2017:95). Teknik analisis data menggunakan analisis linear berganda.

## **HASIL PENELITIAN**

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) ialah badan usaha yang dimiliki oleh negara yang berbisnis di bidang jasa telekomunikasi dan berdiri pada tanggal 6 Juli 1965. Saat ini Telkom memiliki 36 anak perusahaan dengan kepemilikan lebih dari 50%. PT. Telkom Indonesia Witel Riau Daratan merupakan salah satu cabang witel (wilayah telkom) dan merupakan bagian dari Divisi Regional I pada PT. Telkom Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi khusus untuk konsumen di Provinsi Riau.

### **Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Tabel 2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Gender	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	54	54%

2	Perempuan	46	46%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Olahan Peneliti, 2023

Dari tabel tersebut, diketahui sebanyak 54 orang responden merupakan laki-laki dengan persentase 54%. Sementara untuk responden yang dengan gender perempuan terdiri dari 46 orang dengan persentase 46%. Maka dapat dinyatakan sebagian besar responden penelitian ini merupakan laki-laki.

### Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	21-25 tahun	9	9%
2	26-30 tahun	10	10%
3	31-35 tahun	20	20%
4	36-40 tahun	22	22%
5	41-45 tahun	27	27%
6	46-50 tahun	12	12%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Olahan Peneliti, 2023

Melalui tabel di atas, diketahui responden terbanyak berasal dari rentang usia 41-45 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 27%. Diikuti oleh responden dengan rentang usia 36-40 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 22%. Kemudian responden dengan rentang usia 31-35 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 19%. Melalui penjelasan tersebut diketahui responden yang berumur 41-45 mendominasi penelitian ini.

### Hasil Analisis Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,097	3,194		2,848	0,005
	Kualitas Pelayanan	0,301	0,059	0,411	5,124	0,000
	Variasi Produk	0,608	0,113	0,432	5,386	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah:

$$Y = 9,097 + 0,301X_1 + 0,608X_2$$

Berikut interpretasi hasil dari model persamaan di atas.

1. Nilai konstanta sebesar 9,097 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan dan variasi produk diasumsikan nol (0), maka keputusan pembelian sebesar 9,097.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,301 yang berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,301.

3. Nilai koefisien regresi variabel variasi produk bernilai positif sebesar 0,608 yang berarti setiap peningkatan variasi produk sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,608.

### Hasil Uji t

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,097	3,194		2,848	0,005
	Kualitas Pelayanan	0,301	0,059	0,411	5,124	0,000
	Variasi Produk	0,608	0,113	0,432	5,386	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1)  $0,000 < 0,05$ . Sementara nilai t-hitung  $5,124 > t$ -tabel  $1,98447$ . Maka, dapat dinyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikansi variasi produk sebesar (X2)  $0,000 < 0,05$ . Sementara nilai t-hitung sebesar  $5,386 > t$ -tabel  $1,98447$ . Maka, dapat dinyatakan variabel variasi produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

### Hasil Uji F

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538,927	2	269,464	55,742	.000b
	Residual	468,913	97	4,834		
	Total	1007,840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Dari hasil uji F didapati F-hitung sebesar  $55,742 > F$ -tabel  $3,09$  dan sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dinyatakan Kualitas Pelayanan (X1) dan Variasi Produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 <sup>a</sup>	.535	.525	2,199

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Pelayanan  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Nilai R-Square 0.75, 0.50, 0.25 menampilkan model regresi yang kuat, moderate, dan lemah (Hair et al., 2017). Pada tabel di atas nilai R square dinyatakan ada pada tingkat moderate karena

menunjukkan angka sebesar 0,535. Maka diketahui keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan variasi produk sebesar 53,5% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diasumsikan dalam penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Pengujian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui uji t dengan analisis linear berganda memperoleh nilai t-hitung sebesar 5,124 dan dinyatakan besar dari t-tabel 1,98447, sementara nilai signifikansi sebesar 0,000 dan dinyatakan kurang dari 0,05. Maka ditarik kesimpulan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan positif. Nilai t-hitung yang positif sebesar 5,124 menunjukkan pengaruh yang positif dengan makna apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat dan bila kualitas pelayanan menurun maka keputusan pembelian pun menurun.

Melalui hasil ini dapat dibuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuat hipotesis pertama yang berbunyi "diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan Indihome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru." dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wicaksono & Sutanto, 2022) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini didukung oleh penelitian Eriyanti & Kusmadeni (2021), Firdiansyah & Prawoto (2021), Angelyn & Nainggolan (2022) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian sebab kualitas pelayanan suatu perusahaan akan menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen merasa senang dan bersedia berhubungan dengan penjual apabila pelayanan yang mereka terima dirasa berkualitas, hal ini tentunya akan mengarahkan mereka untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

### **Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Pengujian pada variabel variasi produk terhadap keputusan pembelian melalui uji t dengan analisis linear berganda menghasilkan nilai thitung sebesar 5,386 dan dinyatakan besar dari ttabel 1,98447, sementara nilai signifikansi sebesar 0,000 dan dinyatakan kurang dari 0,05. Maka ditarik kesimpulan variasi produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan positif. Nilai thitung yang positif sebesar 5,386 menunjukkan pengaruh yang positif dengan makna apabila variasi produk ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat dan bila variasi produk menurun maka keputusan pembelian pun menurun.

Melalui hasil ini dapat dibuktikan bahwa variasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuat hipotesis kedua yang berbunyi "diduga variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan Indihome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru." dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Wicaksono & Sutanto, 2022) bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai positif thitung 5,386 dari variasi produk terhadap keputusan pembelian memiliki arti apabila variasi produk ditingkatkan maka keputusan pembelian juga akan meningkat dan begitu pula sebaliknya, bila variasi produk menurun maka keputusan pembelian pun akan menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eriyanti & Kusmadeni (2021), Firdiansyah & Prawoto (2021), Angelyn & Nainggolan (2022) yang menyatakan variasi produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

Variasi produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sebab dengan bervariasinya suatu produk, maka pembeli akan cenderung melakukan pembelian sebab produk terlihat lebih menarik karena pembeli bisa dengan leluasa menyesuaikan varian produk mana yang dibutuhkan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Pengujian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap keputusan pembelian melalui uji F dengan analisis linear berganda menghasilkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 55,742 dan dinyatakan besar dari  $F_{tabel}$  3,09 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 dan dinyatakan kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R Square, kualitas pelayanan dan variasi produk dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 53,5% sementara sisanya dijabarkan melalui variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan, maka dapat dibuktikan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuat hipotesis ketiga yang berbunyi "diduga kualitas pelayanan dan variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan Indihome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru." dapat diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Jumrotun & Heriyanto (2019) yang menyatakan keberagaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Melalui penelitian yang dilakukan, dinyatakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan variasi produk. Konsumen menginginkan pelayanan yang berkualitas demi meraih kesejahteraan mereka saat melakukan pembelian dan juga konsumen membutuhkan variasi pada produk agar lebih leluasa dalam menyesuaikan kebutuhannya terhadap produk

#### **KESIMPULAN**

1. Variabel independen (X1) yaitu kualitas pelayanan PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru atas layanan IndiHome secara keseluruhan memiliki kualitas yang baik dalam memenuhi harapan konsumen.
2. Variabel independen (X2) yaitu variasi produk Indihome secara keseluruhan memiliki kualitas yang baik dalam memenuhi harapan konsumen.
3. Variabel dependen (Y) keputusan pembelian layanan Indihome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru secara keseluruhan memiliki kualitas cukup baik dalam memenuhi harapan konsumen.
4. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.
5. Variabel variasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.
6. Variabel kualitas pelayanan dan variasi produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **SARAN**

1. Pada variabel kualitas pelayanan, dimensi kehandalan dan daya tanggap di mendapatkan skor yang rendah. Hal ini bisa menjadi evaluasi bagi pihak Telkom Pekanbaru agar lebih handal dan tanggap dalam melayani dan menangani keluhan konsumen atas produk IndiHome.
2. Pada variabel variasi produk, dimensi harga mendapatkan skor terendah. Hal ini bisa menjadi evaluasi bagi Telkom atas produk IndiHome untuk meninjau kembali variasi harga yang ditawarkan.
3. Pada variabel keputusan pembelian, dimensi pilihan penyalur dan metode pembayaran mendapatkan skor yang rendah. Hal ini bisa menjadi evaluasi lagi bagi Telkom Pekanbaru untuk bisa lebih mengoptimalkan aspek proses instalasi IndiHome serta memberikan konsumen kemudahan untuk membayar tagihan IndiHome.
4. Dengan bukti adanya pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen IndiHome secara parsial dan simultan, maka disarankan bagi pihak Telkom Pekanbaru untuk lebih memperhatikan aspek-aspek kualitas pelayanannya dan variasi produk IndiHome agar ke depannya PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan mampu menghadapi persaingan bisnis yang ketat.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama, baiknya meneliti variabel independen yang berbeda dengan tujuan mengetahui variabel mana yang memberikan pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian.
6. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat meneliti variasi produk di PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan, disarankan untuk meneliti variasi produk Telkom secara keseluruhan, tidak terbatas pada produk IndiHome saja.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Angelyn, & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Setia Jaya Batam. *ECo-Buss*, 4(3), 360–370. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.293>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- CNN Indonesia. (2022, July 4). *Telkom Raup Pendapatan Rp72 T pada Semester I 2022*. <https://app.cnnindonesia.com/>
- Eriyanti, H., & Kusmadeni, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Supermarket di Pangkal Pinang. *JEM: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 7(1), 1–14.
- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 314–320. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i2.1747>
- Giles, M. (2022, June). *Fixed Broadband Network Performance in Indonesia Falling Further Behind Regional Peers*. <https://www.ookla.com/articles/indonesia-fixed-broadband-network-performance-q3-q4-2021-2#bahasa-indonesia>.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jumrotun, S., & Heriyanto, M. (2019). Pengaruh Keberagaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mandiri Mart KUD Karya Bersama Kecamatan Batang Cenaku Kabupaten Indragiri Hulu). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 6(2). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/24597/0>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. (B. Molan & B. Sarwiji, Eds.). Indeks.
- Liputan6. (2021). *Bank Dunia: Indihome Kuasai 87 Persen Pangsa Pasar Fixed Broadband*. <https://tinyurl.com/33etruma>.
- Sari, G. N., Mistiyah, Rahmana, S., & Iis Noviyanti. (2021). Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Hokky Bersama Cabang Radio Dalam Jakarta Selatan. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2), 443–452. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/11333>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial* (3rd ed.). PT Bumi Aksara.
- Wicaksono, N. J. S., & Sutanto, J. E. (2022). The Impact of Product Variation, Product Quality, and Service Quality on Purchase Decision of Ko-Kopian Products. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 573–580.