



E-ISSN 2614-4999
P-ISSN 2252-5262



BENING



JURNAL BENING

BENING

EDITORIAL BOARD

EDITOR-IN-CHIEF:

- [Rona Tanjung](#)

P-ISSN [2252-5262](#)

E-ISSN [2614-4999](#)



[Bening Stats View](#)



Ciptaan disebarluaskan di bawah
Lisensi [Creative Commons Atribusi](#)
4.0 Internasional.

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES
ANNOUNCEMENTS AUTHOR GUIDELINE FOCUS AND SCOPE COPYRIGHT LICENSING
PUBLICATION ETHIC EDITORIAL TEAM CONTACT REVIEWER E-ISSN P-ISSN
PUBLISHER

Home > About the Journal > **Editorial Team**

Editorial Team

Chief Editor

[Mrs Rona Tanjung](#), Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia

Editors

[Prof. Yoyok Soesatyo, Ph.D.](#), State University of Surabaya, Indonesia, Indonesia
[Prof. Dr. Anis Eliyana](#), Universitas Airlangga, Indonesia
[Prof. Dr. Hapzi Ali](#), Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia
[Prof. Seow Ta Wee](#), Universiti Tun Hussein Onn, Malaysia, Malaysia
[Yannik Ariyati](#), Universitas Riau Kepulauan, Indonesia
[Mr Ramon Zamora](#), Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia, Indonesia
[Mr. Edwin Agung Wibowo](#), Universitas Riau Kepulauan
[Dini Anggraini](#), Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia
[Rahman Hasibuan](#), Universitas Riau Kepulauan, Indonesia
[Mr Dhenny Asmarazisa](#), University of Riau Kepulauan, Batam, Indonesia, Indonesia
[Mira Mira - Yona](#), Universitas Riau Kepulauan, Indonesia
[Mss Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli](#), Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia, Indonesia

Layout Editors

[Mr Dhenny Asmarazisa](#), University of Riau Kepulauan, Batam, Indonesia, Indonesia
[Mr Ramon Zamora](#), Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia, Indonesia
[Mss Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli](#), Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia, Indonesia
[Yannik Ariyati](#), Universitas Riau Kepulauan, Indonesia

Mitra Bestari

[Prof. Dr. Yasri Yasri](#), Universitas Negeri Padang, Indonesia
[Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas](#), Universitas Jember, Indonesia
[Prof. Dr. Aminullah Assagaf](#), Universitas Dr. Soetomo, Indonesia
[Dr Rahmawati Rahmawati](#), Universitas Mulawarman, Indonesia
[Dr. Ir. Anik Herminingsih](#), Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia
[Dr. Ramadania Ramadania](#), Universitas Tanjungpura, Indonesia
[Dr. Rahmawati Rahmawati, MM](#), Universitas Mulawarman, Indonesia

POWERED BY:



**UNIVERSITAS
RIAU KEPULAUAN
BATAM**

TEMPLATE

USER

Username

Password

Remember me

INDEXED BY :



ISSN Barcode:



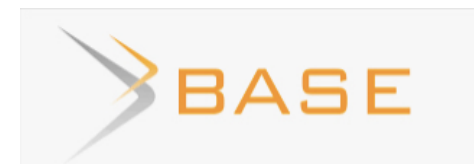
9 772614 499006



9 772252 526003



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



EDITING TOOLS:



JURNAL BENING

BENING

EDITORIAL BOARD

EDITOR-IN-CHIEF:

- [Rona Tanjung](#)

P-ISSN [2252-5262](#)

E-ISSN [2614-4999](#)



[Bening Stats View](#)



Ciptaan disebarluaskan di bawah
[Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](#).

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES
ANNOUNCEMENTS AUTHOR GUIDELINE FOCUS AND SCOPE COPYRIGHT LICENSING
PUBLICATION ETHIC EDITORIAL TEAM CONTACT REVIEWER E-ISSN P-ISSN
PUBLISHER

Home > About the Journal > **Editorial Policies**

Editorial Policies

- [Focus and Scope](#)
- [Section Policies](#)
- [Peer Review Process](#)
- [Open Access Policy](#)
- [Copyright Licensing](#)
- [Publication Ethic](#)
- [Reviewer](#)

Focus and Scope

Jurnal BENING mempublikasikan artikel ilmiah hasil penelitian yang belum dipublikasi dimanapun dan focus pada bidang ilmu Manajemen dan bidang ilmu yang relevan seperti pemasaran, kepemimpinan, manajemen keunagan dan bidang ilmu yang relevan lainnya.

Section Policies

Articles

Open Submissions Indexed Peer Reviewed

Peer Review Process

Journal Bening adopts blind peer reviews whereby the author also unaware of reviewer identity.

All submitted manuscripts to Jurnal DIMENSI are checked for plagiarism using Turnitin.

Open Access Policy

This journal provides immediate open access to its content on the principle that making research freely available to the public supports a greater global exchange of knowledge.

POWERED BY:



**UNIVERSITAS
RIAU KEPULAUAN
BATAM**

TEMPLATE

USER

Username

Password

Remember me

INDEXED BY :



Copyright Licensing

Journal BENING menggunakan perjanjian lisensi eksklusif. Penulis akan mempertahankan hak cipta bersama dengan hak penggunaan ilmiah dan Universitas Riau Kepulauan akan diberikan hak untuk menerbitkan dan mendistribusikan.

Akses penulis terbuka mempertahankan hak cipta makalah mereka, dan semua artikel terbuka didistribusikan di bawah ketentuan [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional \(CC-BY\)](#), yang memungkinkan orang lain untuk mendistribusikan dan menyalin artikel asalkan karya aslinya dikutip dengan benar.

Pengguna tidak dapat mewakili penulis sebagai dukungan untuk adaptasi artikel mereka dan tidak mengubah artikel sedemikian rupa sehingga merusak kehormatan atau reputasi penulis.



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](#).

Publication Ethic

Ethics Statement

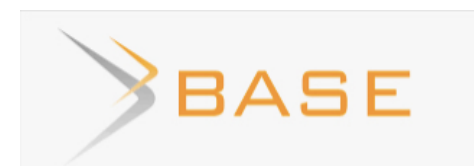
Our Publication Ethics are based on COPE's Best Practice Guidelines for Journal Editors.

Authors

1. Reporting Standards: Authors should present an accurate account of the original research performed. Researchers should present their results honestly and without fabrication, falsification or inappropriate data manipulation. A manuscript should contain sufficient detail and references to permit others to replicate the work. Manuscripts should follow the submission guidelines of the journal.
2. Originality and Plagiarism: Authors must ensure that they have written entirely original work. The manuscript should not be submitted concurrently to more than one publication. Relevant previous work and publications, both by other researchers and the authors' own, should be properly acknowledged and referenced. The primary literature should be cited where possible. Original wording taken directly from publications by other researchers should appear in quotation marks with the appropriate citations.
3. Multiple, Redundant, or Concurrent Publications: Author should not, in general, submit the same manuscript to more than one journal concurrently. It is also expected that the author will not publish redundant manuscripts or manuscripts describing the same research in more than one journal.
4. Acknowledgment of Sources: Authors should acknowledge all sources of data used in the research and cite publications that have been influential in determining the nature of the reported work. Proper acknowledgment of the work of others must always be given.
5. Authorship of the Paper: The authorship of research publications should accurately reflect individuals' contributions to the work and its reporting. Authorship should be limited to those who have made a significant contribution to the conception, design, execution or interpretation of the reported study. Others who have made a significant contribution must be listed as co-authors.
6. Disclosure and Conflicts of Interest: All authors should clearly disclose in their manuscript any financial or other substantive conflicts of interest that might be construed to influence the results or interpretation of their manuscript.
7. Fundamental Errors in Published Works: If the author discovers a significant error or inaccuracy in the submitted manuscript, then the author should promptly notify the journal editor or publisher and cooperate with the editor to retract or correct the paper.
8. Hazards and Human Subjects: The author should clearly identify in the manuscript if the work involves procedures or equipment that have any unusual hazards inherent in their use.

Duties of Editor

1. Publication Decisions: Based on the review report of the editorial board, the editor can accept, reject, or request modifications to the manuscript. The validation of the work in question and its importance to researchers and readers must always drive such decisions. The editors may be guided by the policies of the journal's editorial board and constrained by such legal requirements as shall then be in force regarding libel, copyright infringement and plagiarism. The editors may confer with other editors or reviewers in making this decision.
2. Review of Manuscripts: Editor must ensure that each manuscript is initially evaluated by the editor for originality. The editor should use appropriate peer reviewers for papers that are considered for publication by selecting people with sufficient expertise and avoiding those with conflicts of interest.
3. Fair Play: The editor must ensure that each manuscript received by the journal is reviewed for its intellectual content without regard to sex, gender, race, religion, citizenship, etc. of the authors. An important part of the responsibility to make fair and unbiased decisions is the upholding of the principle of editorial independence and integrity.
4. Confidentiality: The editor must ensure that information regarding manuscripts submitted by the authors is kept confidential. Editors should critically assess any potential breaches of data protection and patient confidentiality.
5. Disclosure and Conflicts of Interest: The editor of the Journal will not use unpublished materials disclosed in a submitted manuscript for his own research without the written consent of the author.



EDITING TOOLS:



Editors should not be involved in decisions about papers in which they have a conflict of interest.

Duties of Reviewers

1. Confidentiality: Information regarding manuscripts submitted by authors should be kept confidential and be treated as privileged information. They must not be shown to or discussed with others except as authorized by the editor.
2. Acknowledgment of Sources: Reviewers must ensure that authors have acknowledged all sources of data used in the research. Any statement that an observation, derivation, or argument had been previously reported should be accompanied by the relevant citation. The reviewers should notify the journal immediately if they come across any irregularities, have concerns about ethical aspects of the work, are aware of substantial similarity between the manuscript and a concurrent submission to another journal or a published article, or suspect that misconduct may have occurred during either the research or the writing and submission of the manuscript; reviewers should, however, keep their concerns confidential and not personally investigate further unless the journal asks for further information or advice.
3. Standards of Objectivity: Review of submitted manuscripts must be done objectively and the reviewers should express their views clearly with supporting arguments. The reviewers should follow journals' instructions on the specific feedback that is required of them and unless there are good reasons not to. The reviewers should be constructive in their reviews and provide feedback that will help the authors to improve their manuscript.
4. Disclosure and Conflict of Interest: Reviewers should not consider manuscripts in which they have conflicts of interest resulting from competitive, collaborative, or other relationships or connections with any of the authors, companies, or institutions connected to the papers. In the case of a double-blind review, if they suspect the identity of the author(s) notify the journal if this knowledge raises any potential conflict of interest.
5. Promptness: The reviewers should respond in a reasonable time-frame. The reviewers only agree to review a manuscript if they are fairly confident they can return a review within the proposed or mutually agreed time-frame, informing the journal promptly if they require an extension.

Reviewer

[Prof. Seow Ta Wee](#), Universitas Tun Hussein Onn Malaysia, [Scopus](#)
[Prof. Dr. Aminullah Assagaf](#), Universitas Dr. Soetomo, Indonesia. [Scopus](#)
[Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas](#), Universitas Jember, Indonesia. [Scopus](#)
[Prof. Dr. Yasri Yasri](#), Universitas Negeri Padang, Indonesia. [Scopus](#)
[Dr. Rahmawati Rahmawati](#), FEB Universitas Mulawarman
[Prof. Sri Langgeng Ratnasari](#), Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia. [Scopus](#)
[Dr. Ir. Anik Herminingsih](#), Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia. [Scopus](#)
[Dr. Ramadania Rahmadania](#), Universitas Tanjungpura, Indonesia. [Scopus](#)
[Dr. Anne putri](#), Universitas Mulawarman, Indonesia. [Scopus](#)
[Dr. Sastra Tamami](#), Universitas Riau Kepulauan, Scopus
[Dr. Lukmanul Hakim](#), Universitas Riau Kepulauan, Scopus
[Dr. Oktavianti](#), Universitas Riau Kepulauan, Scopus
[Dr. Catur Fatchu Ukhriyawati](#), Universitas Riau Kepulauan, Scopus

ISSN Barcode:



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](#).

JURNAL BENING

BENING

EDITORIAL BOARD

EDITOR-IN-CHIEF:

- [Rona Tanjung](#)

P-ISSN [2252-5262](#)

E-ISSN [2614-4999](#)



[Bening Stats View](#)



Ciptaan disebarluaskan di bawah
Lisensi Creative Commons Atribusi
4.0 Internasional.

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES
ANNOUNCEMENTS AUTHOR GUIDELINE FOCUS AND SCOPE COPYRIGHT LICENSING
PUBLICATION ETHIC EDITORIAL TEAM CONTACT REVIEWER E-ISSN P-ISSN
PUBLISHER

Home > Archives > **Vol 9, No 2 (2022)**

Vol 9, No 2 (2022)

NOVEMBER 2022

DOI: <https://doi.org/10.33373/bening.v9i2>

Table of Contents

Articles

[PENGARUH HARGA BARANG TERHADAP OMSET PENJUALAN DI OPTIK MELAWAI CABANG PASKAL 23 BANDUNG](#) PDF 1-9
Sandi firdaus, Redi Taufiq Nugraha, Dian chandra Fatihah

[ANALISIS PERBANDINGAN CAMEL PADA PT BANK NEGARA INDONESIA, TBK DAN PT BANK RAKYAT INDONESIA, TBK](#) PDF 10-21
Sita Ulfa Hidayati, Ita Purnama

[EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN \(KASUS PELAKU UMKM PRODUK PANGAN\)](#) PDF 22-36
Dewi Sartika, Rika Vitriani, Reval Mayhendra Harbangkar, Reza Rizki Ali Akbar, Yosepha Ratnawati

[PENGARUH MARKETING MIX 4P TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI DAE JANG GEUM RESTAURANT ROSEDALE KOTA BATAM](#) PDF 37-53
siska amelia maldin

[Relationship Between Motivation and Work Discipline with Employee Performance](#) PDF 54-68
Imam Abrori, Via Lailatur Rizki, Fauzan Muttaqien

[Strategi Bersaing Bisnis Etnis Warga Tionghoa Pada Masa Pandemi Di Selatpanjang Meranti](#) PDF 69-79
Ermansyah Ermansyah, Mulia Sosiady, Annesa Adriyani, Nasrullah Djamil

[The Effect Of Leadership, Organizational Behavior On Employee Performance, Work Discipline As Intervening Variable](#) PDF 80-86
Rejeki Bangun, Sri Langgeng Ratnasari, Mira Yona, Renny Waty

POWERED BY:



**UNIVERSITAS
RIAU KEPULAUAN
BATAM**

TEMPLATE

USER

Username

Password

Remember me

INDEXED BY :



<u>PENGARUH DISIPLIN KERJA, MOTIVASI, LINGKUNGAN KERJA DAN IKLIM ORGANISASI TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI KOMPI 1 BATALYON A PELOPOR SATBRIMOB POLDA KEPRI</u> Rahman Hasibuan, Yannik Aryati, Arnesih Arnesih	PDF 87-95
<u>Analisis Komparatif Nilai Perusahaan Pada Era Dan Sebelum Pandemi Covid 19</u> Ainun Jariah, Ninik Lukiana, Hartono Hartono, Jesi Irwanto	PDF 96-106
<u>LITERATURE RIVIEW: PRAKTIK PEMBAYARAN UPAH BURUH DALAM PERSFEKTIF EKONOMI ISLAM</u> ahmad arifin, Ahmad Arifin, Nova Dwiyaniti, Muharri Muharri	PDF 107-121
<u>Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid -19</u> Tio Prasetyo	PDF 122-130
<u>Hubungan Pemahaman Masyarakat Mengenai Kebudayaan Kepulauan Riau terhadap Daya Beli Batik Gonggong</u> Miftah Amalia Hasibuan, Alifia Delviyanti, Kiki Devita Sari, Ivanika Satria, Nailul Himmi	PDF 131-136
<u>Pengaruh Organizational Citizenship Behavior dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan</u> Via Lailatur Rizki, Imam Abrori, Wahyuning Murniati	PDF 137-149
<u>ANALISIS PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE DENGAN METODE WEBOQUAL 4.0</u> Rayna Kartika, Ares Albirru Amsal, Muthia Sang Putri	PDF 150-162
<u>TAHAP PERKEMBANGAN DAN PEMBENTUKAN KARAKTER BERBASIS NILAI-NILAI ISLAM</u> Andi Saefulloh Anwar, Manan Maman, Yayah Khoeriyah, Aan HAsanah, Bambang Samsul Arifin	PDF 163-173
<u>PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PAJAK DAN KUALITAS SISTEM INFORMASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK</u> Yentina Siregar, Wanda Novita Sari, Wanda Novita Sari	PDF 174-179
<u>THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, LOCATION, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT INDOSAT QOOREDOO Tbk. BATAM REGIONAL</u> Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli, Dini Angraini, Ervin Nora Susanti	PDF 180-189
<u>ADAPTASI PERILAKU KONSUMEN ATAS DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL DI KOTA DENPASAR</u> Gita Apsari Dewi, A.A Ayu Intan Wulandari, Dewa Gde Yoga Permana	PDF 190-194
<u>ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON PHARMACY CUSTOMER SATISFACTION KIMIA FARMA BATAM CENTER</u> Edwin Agung Wibowo, Tibrani Tibrani	PDF 195-206
<u>FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</u> Catur Fatchu Ukhriyawati, Oktavianti Oktavianti, Aznendra Aznendra	PDF PDF 207-216

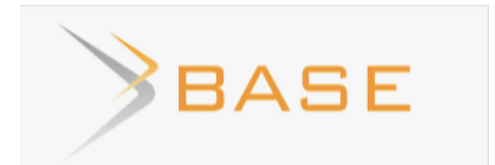
ISSN Barcode:



9 772614 499008



9 772252 526003

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

EDITING TOOLS:



THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, LOCATION, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT INDOSAT OOREDOO Tbk. BATAM REGIONAL

Rimayang A.L.P. Ramli¹⁾, Dini Anggraini²⁾, Ervin Nora Susanti³⁾

¹²³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, rimayangramli@gmail.com¹, diniunrika@gmail.com², ervin.nora@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam pada bulan april 2022 – juni 2022 yaitu sebanyak 315. Sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% yaitu sebanyak 76 responden yang dipilih menggunakan teknik *nonprobability* sampling yaitu metode *insidental sampling*. Jenis penelitian ini adalah jenis kuantitatif dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan *brand image* secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi, *Brand Image*, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality, location and brand image on consumer satisfaction. The population in this study are consumers of PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam in April 2022 – June 2022 as many as 315. The sample in this study was determined using the Slovin formula with an error rate of 10%, namely 76 respondents who were selected using a non-probability sampling technique, namely the incidental sampling method. This type of research is a quantitative type using primary data collected by questionnaire technique. The analytical method used is multiple linear regression which is processed using the SPSS 26 application. The results of the study state that service quality, product quality, location and brand image partially and simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction at PT Indosat Ooredoo Tbk. Batam Region.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Location, Brand Image, Consumer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, setiap perusahaan membutuhkan pembelian yang konsisten dari setiap konsumen. Keputusan konsumen untuk membeli dan dilakukan secara terus-menerus memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi perusahaan. Menurut Irmawati (2017),

pembelian secara terus-menerus (loyalitas) terjadi dikarenakan adanya kepuasan yang dirasakan konsumen pada saat pertama melakukan pembelian. Penting bagi setiap perusahaan untuk memperhatikan kepuasan konsumen pada saat pembelian. Irmawati (2017) mengartikan kepuasan konsumen sebagai perasaan puas dan senang yang hadir setelah menggunakan sebuah produk karena sesuai dengan ekspektasi. Peningkatan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, dan peneliti berfokus pada faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan *brand image* yang ditawarkan dan dimiliki oleh perusahaan.

Usaha mendapatkan kepuasan konsumen umumnya telah diupayakan perusahaan-perusahaan khususnya telekomunikasi. Kebutuhan masyarakat yang tinggi terhadap telekomunikasi yang terbaik dan memenuhi setiap harapan masyarakat membuat perusahaan-perusahaan jaringan telekomunikasi semakin bersaing untuk meningkatkan produk masing-masing, termasuk PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Perusahaan ini merupakan perusahaan cabang Indosat Ooredoo yang beroperasi di Kota Batam. Perusahaan ini berkewajiban membantu kinerja pusat yaitu dengan menjawab dan mengembangkan Indosat Ooredoo di Kota Batam.

Menurut Edwin (2022), dilihat dari jumlah pelanggan operator seluler di Indonesia tahun 2021, Telkomsel masih menjadi operator yang menempati posisi pertama yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Indosat masih menempati posisi ketiga dibawah XL-Axiata yang berada di posisi kedua. Sedangkan di Kota Batam sendiri, Indosat telah menempati posisi kedua tetapi masih berada dibawah bayang-bayang Telkomsel sebagai operator seluler yang digunakan. Ketidak mampuan Indosat Ooredoo menjadi *provider* pilihan utama baik secara nasional maupun di Kota Batam mengindikasikan adanya ketidak puasan pelanggan sehingga lebih menggunakan *provider* pesaing.

Berdasarkan observasi awal ditemukan fakta selama tahun 2018 hingga tahun 2020, terdapat beberapa keluhan pelanggan Indosat Ooredoo terkait faktor-faktor yang diteliti seperti terdapat 23 keluhan terhadap kualitas pelayanan, 24 keluhan terhadap kualitas produk, 20 keluhan terhadap lokasi, 32 keluhan terhadap *brand image*.

Indosat Ooredoo telah menyediakan *Call Centre* (021) 30003000 sebagai bentuk pelayanan kepada pelanggan dan media yang menjadi jembatan awal bagi pelanggan untuk melakukan pengaduan dan meminta informasi atas kejadian penipuan. Tetapi, penipuan yang semakin marak terjadi sering mengatas namakan perusahaan-perusahaan ternama di Indonesia, dan Indosat Ooredoo menjadi salah satu korban atas tindak pidana tersebut. Menurut Artanto & Bhakti (2021), perlindungan atas penipuan *online* harus dilakukan juga sebelum kejahatan terjadi. Adanya pengaduan atas penipuan yang mengatas namakan Indosat Ooredoo menandakan kurangnya pelayanan perusahaan ini untuk mencegah kejadian penipuan *online* yang mengakibatkan adanya kerugian konsumen dan berdampak kepada kekecewaan konsumen.

Adanya 24 keluhan terkait kualitas produk di karenakan adanya perubahan paket produk. Indosat Ooredoo selalu berinovasi untuk menjawab permintaan masyarakat yang banyak, dinamis. Akibatnya, terjadi perubahan paket-paket yang sudah disukai oleh konsumen. Konsumen merasa tidak mendapatkan pemberitahuan atas perubahan-perubahan paket yang

terjadi yang membuat konsumen menjadi kecewa atas produk-produk Indosat Ooredoo Batam.

Menurut Irmawati (2017), lokasi perusahaan yang tepat berguna agar konsumen dapat mencapai lokasi perusahaan dengan lebih mudah dan tidak membutuhkan biaya berlebih. Tetapi seiring perkembangan teknologi, fungsi lokasi fisik perusahaan khususnya perusahaan telekomunikasi lambat laun telah tergantikan oleh lokasi perusahaan secara *online* seperti gerai atau toko *online*. Ricky (2021) menjelaskan keberadaan toko atau gerai *online* sekarang ini menggantikan fungsi lokasi fisik perusahaan. Toko atau gerai *online* membantu konsumen untuk memenuhi keinginannya terhadap pelayanan perusahaan. Indosat Ooredoo sendiri telah memiliki toko atau gerai *online* yaitu di website *indosatooredoo.com* yang di dalamnya terdapat fitur-fitur yang membantu konsumen untuk mengetahui dan melaporkan banyak hal terkait Indosat Ooredoo. Website tersebut dapat diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia khususnya pengguna Indosat Ooredoo di Kota Batam. Tetapi, keluhan tentang sulitnya mendapatkan sinyal *provider* tersebut membuat konsumen menjadi sulit mengakses *website* tersebut sehingga membuat konsumen menjadi terganggu dan tidak puas.

Terakhir, adanya keluhan pelanggan terkait jaringan internet produk-produk Indosat Ooredoo yang tidak stabil di Kota Batam yang berhubungan dengan citra merek (*brand image*) perusahaan ini. Pengalaman orang lain yang pernah menggunakan produk Indosat Ooredoo tentunya menimbulkan pandangan negatif dan berdampak pada tidak puasnya konsumen sehingga konsumen menghindari menggunakan kembali produk serupa.

Fakta-fakta yang ditemukan dan dipaparkan di atas menunjukkan adanya masalah pada kepuasan konsumen yang diakibatkan ketidak puasan, produk yang tidak konsisten, gerai *online* yang sulit diakses, dan citra merek (*brand image*) yang negatif pada pengguna Indosat Ooredoo Batam tentunya perlu dibuktikan kebenaran dan kevalidannya. Peneliti menemukan telah banyak penelitian sebelumnya yang membahas dan menganalisa pengaruh keempat faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen di lokasi-lokasi yang berbeda dan ditemukan tidak konsisten hasil atau hasil tidak dapat ditarik dan disimpulkan secara generalis atau umum kepada setiap perusahaan.

Sehingga untuk menentukan strategi atau jalan keluar yang tepat atas masalah yang telah di jabarkan di atas diperlukan penelitian ilmiah, maka peneliti menuangkannya dalam bentuk karya ilmiah yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam”**

Adapun masalah yang diteliti adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam?
4. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam?

5. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis verifikatif dengan tujuan untuk menjabarkan dan menjelaskan keterkaitan satu dan lainnya variable dengan bentuk pengolahan dengan angka-angka..

Populasi dan Sampel

Peneliti menggunakan PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam sebagai lokasi penelitian yaitu yang bertugas untuk membantu pelayanan PT Indosat Ooredoo pusat, agar dapat memberikan pelayanan atas seluruh permintaan dan laporan-laporan pelanggan khususnya di Kota Batam. Tujuan penelitian ini adalah membahas kepuasan konsumen sehingga populasi merupakan seluruh pelanggan berkunjung dan memerlukan pelayanan di PT Indosat Ooredoo Tbk, Regional Batam, khususnya pelanggan April 2022 – Juni 2022 yang berjumlah 315 pelanggan.

Jumlah sampel yang merupakan sebagian dari populasi ditentukan dengan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% (0,1), sehingga dibutuhkan responden sebesar 76 orang. Yang dipilih dengan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *insidental sampling*, yang diartikan Sugiyono (2017) merupakan teknik berdasar kebetulan yang mana siapapun anggota populasi yang kebetulan dijumpai oleh peneliti dan tidak keberatan menjadi responden maka ditetapkan sebagai responden.

Jenis Data

Penelitian memerlukan 2 jenis data, yaitu:

1. Data Primer yang diartikan Ghazali (2018) sebagai data yang dikumpulkan langsung dari responden di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam melalui wawancara dan kuesioner.
2. Data Sekunder yang diartikan Ghazali (2018) sebagai data yang dikumpulkan tidak langsung dari responden seperti buku, jurnal dan lainnya.

Tenik Analisis Instrumen

Data yang telah terkumpul diolah menggunakan aplikasi SPSS 26 untuk mendapatkan hasil pengujian seperti uji kualitas data seperti uji validitas, dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, dan uji pengaruh seperti analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji f (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2)

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Kualitas Data

Tabel 1. Hasil Uji Kualitas Data

Variabel	Pernyataan	Hasil validitas			Hasil Reliabilitas	
		r hitung	r tabel	Ket.	Cronbach's Alpha	Ket.
Kualitas Pelayanan	1	0,818	0,2257	Valid	0,844	Reliabel
	2	0,816	0,2257	Valid		
	3	0,767	0,2257	Valid		
	4	0,749	0,2257	Valid		
	5	0,776	0,2257	Valid		
Kualitas Produk	1	0,812	0,2257	Valid	0,855	Reliabel
	2	0,803	0,2257	Valid		
	3	0,802	0,2257	Valid		
	4	0,771	0,2257	Valid		
	5	0,792	0,2257	Valid		
Lokasi	1	0,833	0,2257	Valid	0,87	Reliabel
	2	0,837	0,2257	Valid		
	3	0,789	0,2257	Valid		
	4	0,749	0,2257	Valid		
	5	0,845	0,2257	Valid		
Brand Image	1	0,759	0,2257	Valid	0,854	Reliabel
	2	0,756	0,2257	Valid		
	3	0,697	0,2257	Valid		
	4	0,781	0,2257	Valid		
	5	0,81	0,2257	Valid		
Kepuasan Konsumen	6	0,754	0,2257	Valid	0,845	Reliabel
	1	0,815	0,2257	Valid		
	2	0,76	0,2257	Valid		
	3	0,789	0,2257	Valid		
	4	0,828	0,2257	Valid		
	5	0,736	0,2257	Valid		

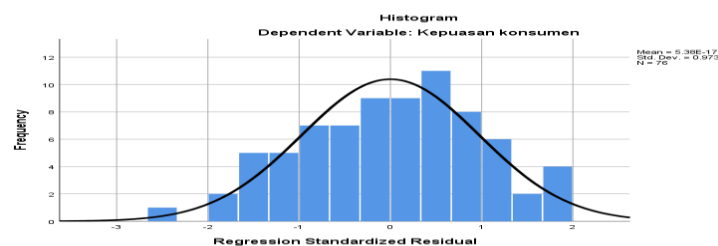
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Peneliti memakai syarat koefisien korelasi (r_{xy}) dengan taraf signifikansi 5% (0,05) sebagai syarat validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$, disimpulkan valid. R_{tabel} didapatkan dari $df = (n - 2) = (76 - 2) = 74$ dengan tingkat signifikan dua arah sebesar 0,05. Sehingga didapatkan 0,2257. Sehingga hasil pengujian di atas ditarik kesimpulan bahwa seluruh instrument/pernyataan valid.

Dinyatakan reliabel yaitu apabila *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sehingga hasil di atas dinyatakan bahwa seluruh variabel adalah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

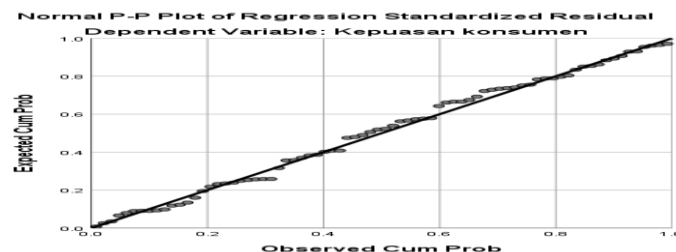
Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Histogram

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Data terdistribusi dengan normal pada histogram ditandai dengan adanya garis melintang dan membentuk seperti lonceng. Dan hal tersebut didapat pada gambar di atas.



Gambar 2. Hasil *Normal P-P Plot Regression Standardized Residual*

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Data terdistribusi dengan normal pada uji di atas dengan bukti bahwa terdapat titik-titik yang menyebar disekitaran garis diagonal.

Hasil Uji Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas

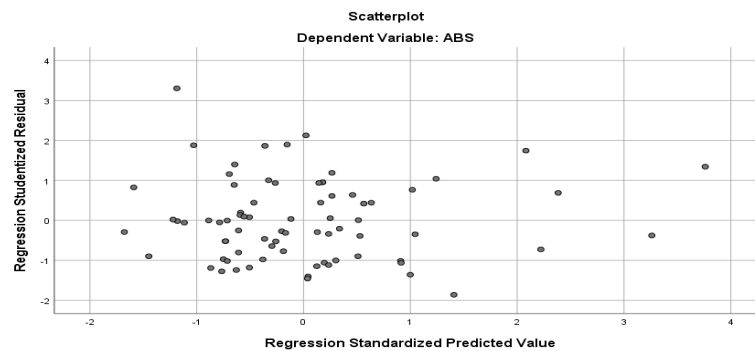
Tabel 2. Hasil Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas

<i>Model</i>	Hasil Multikoloniaritas			Hasil Heteroskedastisitas	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Ket.	Sig.	Ket.
Kualitas Pelayanan	0,158	6,335	Tidak Multikolinearitas	0,415	Tidak Heteroskedastisitas
Kualitas	0,153	6,517	Tidak Multikolinearitas	0,293	Tidak

Produk					Heteroskedastisitas
Lokasi	0,196	5,11	Tidak Multikolinearitas	0,900	Tidak Heteroskedastisitas
Brand Image	0,162	6,158	Tidak Multikolinearitas	0,834	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Tidak terjadi multikolinearitas dibuktikan dari seluruh variabel memiliki *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10. Tabel di atas juga diketahui tidak terjadi heteroskedastisitas dibuktikan dengan seluruh variabel memiliki nilai signifikan > 5% (0,05). Pada uji *scatterplot* diketahui tidak terjadi heteroskedastisitas dibuktikan titik-titik yang terdapat tersebar dengan tidak terbentuk pola, seperti gambar berikut.



Gambar 3. Hasil *Scatterplot*

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Hasil Uji Pengaruh

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1,217	1,07		1,138	0,259
Kualitas Pelayanan	0,235	0,114	0,242	2,064	0,043
Kualitas Produk	0,244	0,112	0,257	2,166	0,034
Lokasi	0,221	0,098	0,237	2,256	0,027
Brand Image	0,202	0,1	0,234	2,025	0,047

a. *Dependent Variable*: Kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Hasil pengujian tersebut memberikan rumus berikut.

$$Y = 1,217 + 0,235 X_1 + 0,244 X_2 + 0,221 X_3 + 0,202 X_4$$

Dan pada uji t (parsial) Adapun t_{tabel} ditentukan dari df yaitu $n - k = 76 - 5 = 71$, pada penelitian dua arah (*two tailed*) dengan tingkat *error* 5%, sehingga didapatkan t_{tabel} sebesar 1,993. Sehingga ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Konstanta 1,217 yang mengartikan apabila seluruh variabel independen diposisi 0, menempatkan Kepuasan Konsumen sebesar 1,217.
2. Kualitas Pelayanan memiliki konstanta positif yaitu 0,235 mengartikan apabila Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1% tetapi variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen meningkat 0,235. Sehingga, Kualitas Pelayanan memiliki konstanta positif yaitu 0,235, $t_{hitung} 2,064 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,043 < 0,05$, membuktikan H_1 benar yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Agusti dan Verano (2022), Irmawati (2017), Izzuddin dan Muhsin (2020), Gunardi dan Erdiansyah (2019).
3. Kualitas Produk memiliki konstanta positif yaitu 0,244 mengartikan apabila Kualitas Produk mengalami kenaikan 1% tetapi variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen meningkat 0,244. Sehingga, Kualitas Produk memiliki konstanta positif yaitu 0,244, $t_{hitung} 2,166 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,034 < 0,05$, membuktikan H_2 benar yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Agusti dan Verano (2022), Rustiana dan Kurniawan (2020).
4. Lokasi memiliki konstanta positif yaitu 0,221 mengartikan apabila Lokasi mengalami kenaikan 1% tetapi variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen meningkat 0,221. Sehingga, Lokasi memiliki konstanta positif yaitu 0,221, $t_{hitung} 2,256 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,027 < 0,05$, membuktikan H_3 benar yaitu lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat dari Irmawati (2017).
5. *Brand Image* memiliki konstanta positif yaitu 0,202 mengartikan apabila *Brand Image* mengalami kenaikan 1% tetapi variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen meningkat 0,202. Sehingga, *Brand Image* memiliki konstanta positif yaitu 0,202, $t_{hitung} 2,025 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,047 < 0,05$, membuktikan H_4 benar yaitu *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Irmawati (2017), dan Aliyah dan Istiyanto (2022).

Hasil Uji F (Simultan)

Uji F ditujukan untuk membuktikan hipotesa secara simultan yang sebelumnya di tarik. Diterimanya hipotesa yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig. < 0,05$. F_{tabel} didapatkan dari N_1 dan N_2 pada distribusi F_{tabel} dengan probabilitas 5%, dimana $N_1 = k = 4$, dan $N_2 = n - k - 1 = 76 - 4 - 1 = 71$. Sehingga F_{tabel} adalah 2,5008, dengan hasil berikut.

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	506,133	4	126,533	97,750	0,000 ^b
<i>Residual</i>	91,907	71	1,294		
Total	598,039	75			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

$F_{hitung} 97,750 > F_{tabel} 2,5008$ dan $sig. 0,000 < 0,05$ dinyatakan H_5 diterima yaitu seluruh variabel secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.920 ^a	0.846	0.838	1.13774

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Terdapat *adjuster R Square* senilai 0,838, mengartikan bahwa kemampuan mempengaruhi seluruh variabel terhadap Kepuasan Konsumen memiliki presentase sebesar 83,8%. Hasil ini mengartikan terdapat keterkaitan sangat kuat.

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari seluruh pengujian secara parsial dan simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam, dengan pembuktian kesimpulan seperti.

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Berdasarkan Uji t ditemukan Kualitas Pelayanan memiliki konstanta positif yaitu 0,235, $t_{hitung} 2,064 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,043 < 0,05$.
- 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Berdasarkan Uji t ditemukan Kualitas Produk memiliki konstanta positif yaitu 0,244, $t_{hitung} 2,166 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,034 < 0,05$.
- 3) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Berdasarkan Uji t ditemukan Lokasi memiliki konstanta positif yaitu 0,221, $t_{hitung} 2,256 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,027 < 0,05$.
- 4) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Berdasarkan Uji t ditemukan *Brand Image* memiliki konstanta positif yaitu 0,202, $t_{hitung} 2,025 > t_{tabel} 1,9939$ dan $sig. 0,047 < 0,05$.
- 5) Kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam. Berdasarkan Berdasarkan uji F, $F_{hitung} 97,750 > F_{tabel} 2,5008$ dan $sig. 0,000 < 0,05$.

2. Saran

Mengacu pada kesimpulan yang telah ditarik, peneliti mengajukan saran yaitu.

- 1) Bagi PT Indosat Ooredoo Tbk. Regional Batam
 - a. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan diberikan perusahaan agar terjadi peningkatan kepuasan konsumen.
 - b. Untuk meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan sehingga konsumen yakin untuk menggunakan produk yang dijual oleh perusahaan.
 - c. Untuk memperhatikan lokasi perusahaan sehingga dapat dicapai oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas.

- d. Untuk meningkatkan *brand image* positif sehingga konsumen bangga menjadi pelanggan.
- 2) Bagi penelitian selanjutnya
- a. Penelitian ini menemukan bahwa lokasi perusahaan menjadi variabel paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga di sarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lokasi dalam meneliti kepuasan konsumen.
- b. Untuk menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan menambahkan variabel-variabel lain terkait kepuasan konsumen sehingga ditemukan solusi yang tepat pada pemasaran setiap perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan). *NIAGAWAN*, 11(1), 37–42.
- Aliyah, H. Al, & Istiyanto, B. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 130–135.
- Artanto, T., & Bhakti, R. T. A. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi Online Perjalanan Wisata. *Petita*, 3(1), 14–27.
- Edwin, Q. O. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Im3 Ooredoo Di Batam*. Universitas Putera Batam.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit UNDIP.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456–463.
- Irmawati, H., Yulisetiarni, D., & Wulandari, D. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Brand Image Serta Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Jember. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 155–163.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 2, 6(1), 72–78.
- Ricky, R. D. M., Kawung, E. J. R., & Goni, S. Y. V. I. (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 1(1), 1–9.
- Rustiana, & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *JURNAL MANAJEMEN PELITA BANGSA*, 5(3), 25–43.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.