

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN TALANG MUANDAU

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*



Oleh:

TRİYADI
185210115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : TRIYADI
NPM : 185210115
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI
KECAMATAN TALANG MUANDAU

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Drs. Asril, MM

Diketahui :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :



Dr. Eva Sundari, SE.,MM, CRBC)

Ketua Program Studi

(Abd.Razak Jer, SE.,M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jln. Kahairudin Nasution No. 113 Marpoyan Pekanbaru
Telp. (0761) 674681 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru 28284



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : TRIYADI
NPM : 185210115
Program Studi : Manajemen (S1)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN TALANG MUANDAU"
Sponsor : Drs. Asril, MM.

Dengan perincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Catatan	Berita Acara	Paraf
		Sponsor		Sponsor
1	29 September 2021	X	1. Pengajuan Judul Proposal 2. Acc Judul Proposal	
2	08 Oktober 2021	X	1. Data pelanggan 2. Jenis produk yang ditawarkan dengan harga dan harga pembandingan 3. Telaah pustaka dimulai dari kepuasan pelanggan 4. Buat operasional dalam bentuk tabel	

3	18 Oktober 2021	X	1. Acc seminar proposal	<i>dh</i>
4	18 November 2021	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cari penelitian terdahulu yang sesuai 2. Perbaiki format penulisan 3. Data jenis produk Telkomsel 4. Hipotesis perbaiki 5. Kerangka berfikir perbaiki 6. Populasi dan sampel perbaiki 7. Penjabaran pengguna telkomsel di muandau ditambahkan 8. Operasional variabel untuk dimensi (empaty) di cek kembali sesuaikan dengan layanan kartunya nanti 9. Pada variabel kepuasan dimensi dan indikator tidak sesuai, silahkan dikoreksi kembali 10. Teknik sampling belum ada 	<i>dh</i>
5	25 November 2021	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acc revisi/perbaiki Seminar Proposal 2. Lanjut penelitian skripsi 	<i>dh</i>
6	09 Maret 2022	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Abstrak mana? 2. Rekapitulasi untuk masing-masing variabel 3. Uji F 4. Uji T 5. Kesimpulan dan saran 	<i>dh</i>
7	14 Maret 2022	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Abstrak dan kesimpulan tidak dalam bentuk angka 2. Rekapitulasi terpisah 3. Saran dibuat berdasar hasil rekap yang terendah 	<i>dh</i>
8	17 Maret 2022	X	1. Acc seminar hasil	<i>dh</i>

9	06 April 2022	X	<ol style="list-style-type: none">1. Uji validitas dan reliabilitas diletakkan dibawah identifikasi responden2. Kesimpulan merupakan makna dan sebagai jawaban atas hipotesis3. Uji validitas dan reliabel diletakkan sebelum pembahasan tanggapan responden dan uji statistik4. Pembahasan tidak ada angka lagi, hanya pembahasan makna hasil yang didapat5. Kesimpulan hanya statement dan makna dari jawaban hipotesis6. Saran diambil dari indikator atau dimensi yang akan ditingkatkan atau dipertahankan	
10	06 April 2022	X	<ol style="list-style-type: none">1. ACC revisi/perbaiki seminar hasil	

Pekanbaru, 06 April 2022

Wakil Dekan 1


(Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 398/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 29 Maret 2022, Maka pada Hari Rabu 30 Maret 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi Manajemen Tahun Akademis 2021/2022.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Triyadi |
| 2. NPM | : 185210115 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau. |
| 5. Tanggal ujian | : 30 Maret 2022 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B+) 79,4 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua



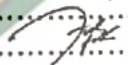
Sekretaris


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan Bidang Akademis


Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Drs. Asril, MM
2. Yul Efnita, SE., MM
3. Awliya Afwa, SE., MM


.....

.....

.....

Notulen

1. Rahmat Setiawan, SE., M.B.A

.....

Pekanbaru, 30 Maret 2022

Mengetahui
Dekan




Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 1018/Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Membaca : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 2021-10-01 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang : Bahwa dalam membantu Mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga mendapat hasil yang baik, perlu ditunjuk dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa tersebut
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
5. SK. Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. A/YLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021
6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.
7. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau
a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Mengangkat Saudara yang tersebut namanya dibawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu :

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Drs. Asril, MM.	Lektor	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :
N a m a : Triyadi
N P M : 185210115
Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.
- Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
Pada Tanggal: 07 Oktober 2021
Dekan


Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi
2. Arsip File : SK.Dekan Kml Haj


UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

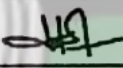
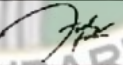
BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Triyadi
NPM : 185210115
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau.
Hari/Tanggal : Rabu 30 Maret 2022
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Asril, MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		
2	Awliya Afwa, SE., MM		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 79,4)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 30 Maret 2022
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647




BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Triyadi
NPM : 185210115
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau.
Pembimbing : 1. Drs. Asril, MM
Hari/Tanggal Seminar : Rabu 10 November 2021

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Drs. Asril, MM	Ketua	1. 
2.	Yul Efnita, SE., MM	Anggota	2. 
3.	Awliya Afwa, SE., MM	Anggota	3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA



Pekanbaru, 10 November 2021
Sekretaris,


Abd. Razak Jer, SE., M.Si



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Triyadi
NPM : 185210115
Program Studi : Manajemen
Topik : Marketing Sosial
Pembimbing : Drs. Asril, MM.

Pekanbaru, 27 September 2021
Menyetujui,

Abd. Razak Jer, SE., M.Si.
NPK. 86 0802 062



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/44927
TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Pra Riset dari : **Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau, Nomor : 581/E-UIR/27-Fekon/2021 Tanggal 8 November 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **TRİYADI**
2. NIM / KTP : **185210115**
3. Program Studi : **MANAJEMEN**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **PEKANBARU**
6. Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN TALANG MUANDAU**
7. Lokasi Penelitian : **KECAMATAN TALANG MUANDAU**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 8 November 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Bengkalis
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Satu Pintu di Bengkalis
3. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



PEMERINTAH KABUPATEN BENGKALIS
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU

Jalan : Antara No. Kode Pos : 28712

No. Telp/Fax : (0766) 23615 e-Mail : info@dmpmpsp.bengkalis.kab.go.id Website : dmpmpsp.bengkalis.kab.go.id

Nomor : 061/DPMPPTSP-JU/XII/2021/664
Lampiran : -
Hal : Rekomendasi

Bengkalis, 07 Desember 2021
Kepada :
Yth. Camat Talang Muandau
di -

Tempat

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bengkalis, memperhatikan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/44927 tanggal 08 November 2021 perihal Pelaksanaan Kegiatan Riset/ Pra Riset Dan Pengumpulan Data Untuk Bahan Skripsi, dengan ini memberikan rekomendasi kepada :

Nama : TRIYADI
Alamat : Jl. Malin Duano RT. 001 RW. 003 Desa Tasik Tebing Serai
Kecamatan Talang Muandau
NIM : 185210115
Universitas : Universitas Islam Riau
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1

Bermaksud mengadakan riset/prariset dalam rangka :

1. Judul :
"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Telkomsel Di Kecamatan Talang Muandau".
2. Lokasi Penelitian :
Kecamatan Talang Muandau.
3. Penelitian ini berlangsung selama 6 (Enam) Bulan terhitung sejak tanggal rekomendasi ini dibuat.

Sehubungan hal tersebut untuk proses selanjutnya kami serahkan kepada Saudara, mengingat pada prinsipnya kami tidak keberatan terhadap penelitian yang bersangkutan sepanjang dipenuhinya ketentuan dan persyaratan yang berlaku.

Demikian disampaikan, untuk dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkalis
Pada tanggal : 07 Desember 2021

a.n. BUPATI BENGKALIS
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KABUPATEN BENGKALIS,



BASUKI RAKHMAD, AP. M.Si
Pembina Tk. I
NIP. 19750619 199503 1 003

Tembusan disampaikan kepada Yth. :

1. Kepala DPMPPTSP Provinsi Riau;
2. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Bengkalis;
3. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau, Pekanbaru ;
4. Yang Bersangkutan .

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Miik :



Balai
Sertifikasi
Elektronik

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik
menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : **TRİYADI**
NPM : **185210115**
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN TALANG MUANDAU**
PEMBIMBING : **DRS. ASRIL, MM**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 22% (dua puluh dua persen) pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 16 Maret 2022

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN TALANG MUANDAU

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain. Yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya yang disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Pekanbaru, 06 April 2022

Yang memberi pernyataan,



TRİYADI

NPM: 185210115

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN TALANG MUANDAU

Oleh :
TRİYADI
185210115

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau. Kuesioner penelitian dibagikan ke 85 responden yang mewakili beberapa karakteristik demografi, seperti jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasa puas pelanggan atas penggunaan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau. Namun hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa masih perlu adanya perbaikan demi peningkatan kualitas yang berdampak pada kepuasan sehingga bisa tercapainya kesuksesan di masa mendatang.

Kata kunci : kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF TELKOMSEL'S PERDANA CARD IN TALANG MUANDAU DISTRICT

By :
TRİYADI
185210115

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction with Telkomsel's starter pack in Talang Muandau District. Research questionnaires were distributed to 85 respondents representing several demographic characteristics, such as gender, age and occupation. Data analysis was performed using SPSS. The results of this study indicate that service quality, price and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer satisfaction with the use of Telkomsel starter packs in Talang Muandau District. However, the results of this study also indicate that there is still a need for improvements to improve quality which has an impact on satisfaction so that success can be achieved in the future.

Keywords: *service quality, price, and customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Dengan mengucap Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT. karena dengan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN TALANG MUANDAU”**, guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

Penulis percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi merupakan izin dan ketetapan Allah SWT. namun penyusunan skripsi ini tidak lepas dari orang-orang di sekitar penulis yang begitu banyak memberikan bantuan serta dukungan. Maka pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Ibu Dr. Eva Sundari, SE, MM, CRBC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abdul Razak Jer, SE., M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

4. Bapak Drs. Asril, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga serta pikiran bersedia membimbing penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuannya kepada penulis selama proses perkuliahan. Semoga semua ilmu yang diberikan selalu dalam keberkahan Allah SWT. sehingga dapat berguna dikemudian hari. Seluruh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan kemudahan keperluan administrasi selama masa perkuliahan.
7. Yang teristimewa untuk kedua orang tua tercinta Bapak Tumin dan Ibu Nurlina serta kakak penulis Jepriadi, atas segala dukungan dan kasih sayang serta doa yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
8. Kepada teman-teman sekecamatan yang sudah banyak membantu dari awal hingga akhir, yaitu terkhusus buat Istiqomah S.Pd, Esa Triani S.E dan tentunya buat semua teman yang bergabung dalam organisasi kecamatan.
9. Kepada teman-teman yang sudah membantu menemani penulis berkeliling kecamatan untuk melakukan observasi dan tentunya juga buat semua masyarakat kecamatan Talang Muandau yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu dan memberi semangat kepada penulis untuk melakukan penelitian.

10. Kepada semua teman-teman seperjuangan angkatan 2018 khususnya jurusan manajemen, terimakasih untuk semua doa dan dukungan kalian. Semoga kita sukses bersama dikemudian hari, aamiin.
11. Untuk seluruh pihak terkait yang memiliki perannya masing-masing dalam membantu penulis hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini adalah hadiah buat kita semua, mohon maaf karena sudah bersedia disusahkan dan terimakasih buat semuanya, semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan kalian, aamiin.
12. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kesempurnaan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran.

Pekanbaru, 14 Maret 2022

Penulis,

TRİYADI

185210115

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan	18
2.1.3 Harga	24
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Penelitian	33
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	34
3.1.1 Lokasi Penelitian	34
3.1.2 Objek Penelitian	34
3.2 Operasional Variabel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder	40
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	40
3.5 Metode Pengumpulan Data	42
3.6 Analisis Data	45
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Visi dan Misi Telkomsel	54

4.2.1	Visi Telkomsel	54
4.2.2	Misi Telkomsel.....	54
4.3	Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkomsel	55
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
5.1	Identifikasi Responden	56
5.1.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
5.1.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Umur	57
5.1.3	Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
5.2	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
5.2.1	Uji Validitas	59
5.2.2	Uji Reliabilitas	61
5.3	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	62
5.3.1	Berwujud (<i>tangible</i>)	62
5.3.2	Keandalan (<i>reliability</i>)	66
5.3.3	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>).....	69
5.3.4	Jaminan (<i>assurance</i>).....	71
5.3.5	Empati (<i>emphaty</i>).....	74
5.4	Analisis Deskriptif Variabel Harga	81
5.4.1	Tingkat Harga.....	81
5.4.2	Potongan Harga.....	83
5.4.3	Cara Pembayaran	85
5.5	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	89
5.5.1	Harga	89
5.5.2	<i>Service Quality</i>	91
5.5.3	Biaya dan Kemudahan	94
5.5.4	Harapan	95
5.5.5	Kinerja.....	98
5.6	Analisis Regresi Linear Berganda	104
5.7	Uji Hipotesis	105
5.7.1	Uji Simultan (Uji F)	105
5.7.2	Uji Parsial (Uji t).....	106
5.7.3	Uji Koefisien Determinasi (r^2)	108
5.8	Pembahasan Penelitian	108
BAB VI	PENUTUP	110
6.1	Kesimpulan.....	110
6.2	Saran	111
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Layanan Operator Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau	6
Tabel 1.2 Data Pengguna Layanan Operator Telkomsel Berdasarkan Pekerjaan di Kecamatan Talang Muandau	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Penilaian Skala Ordinal	43
Tabel 3.3 Data Jenis Produk Telkomsel	43
Tabel 3.4 Data Perbandingan Telkomsel dan XI	44
Tabel 5.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 5.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 5.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 5.4 Uji Validitas	59
Tabel 5.5 Uji Reliabilitas	62
Tabel 5.6 Tanggapan responden terhadap sim card (kartu sim) Telkomsel	63
Tabel 5.7 Tanggapan responden terhadap voucher internet Telkomsel	63
Tabel 5.8 Tanggapan responden terhadap menara jaringan Telkomsel	64
Tabel 5.9 Tanggapan responden terhadap GraPARI Telkomsel	65
Tabel 5.10 Tanggapan responden terhadap gedung perusahaan Telkomsel	65
Tabel 5.11 Tanggapan responden terhadap pengeluaran jaringan hingga ke pelosok daerah	66
Tabel 5.12 Tanggapan responden terhadap perubahan jaringan dari generasi ke generasi semakin sempurna	67
Tabel 5.13 Tanggapan responden terhadap tarif produk dan layanan yang semakin terjangkau	68
Tabel 5.14 Tanggapan responden terhadap kecepatan jaringan 4G dan kini 5G pun sudah mulai bisa di akses di beberapa kota	69
Tabel 5.15 Tanggapan responden terhadap berupaya mempertahankan layanan dengan tujuan layanan tersebut dapat terus dalam keadaan yang stabil dengan cara melakukan perawatan secara berkala terutama ketika terjadi gejala yang dapat menyebabkan kerusakan yang tidak diinginkan	70
Tabel 5.16 Tanggapan responden terhadap melakukan perbaikan jaringan secepat dan sebaik mungkin jika terjadi masalah kerusakan	71
Tabel 5.17 Tanggapan responden terhadap perlindungan dan keamanan data pelanggan	72
Tabel 5.18 Tanggapan responden terhadap Jaminan jaringan yang stabil	72
Tabel 5.19 Tanggapan responden terhadap Pembaruan layanan	73

Tabel 5.20	Tanggapan responden terhadap memberitahukan promosi-promosi yang ada melalui pesan singkat	74
Tabel 5.21	Tanggapan responden terhadap kebijakan-kebijakan Telkomsel dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan melalui <i>customer service</i> dan email <i>cs@telkomsel.co.id</i>	75
Tabel 5.22	Tanggapan responden terhadap memberikan informasi yang jelas dan terpercaya melalui aplikasi MyTelkomsel.....	76
Tabel 5.23	Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	77
Tabel 5.24	Tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga	81
Tabel 5.25	Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk.....	82
Tabel 5.26	Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat	82
Tabel 5.27	Tanggapan responden terhadap promo harga murah untuk kuota data di awal bulan.....	84
Tabel 5.28	Tanggapan responden terhadap beli pulsa pakai LinkAja, GoPay dan ShopeePay dapat cashback	84
Tabel 5.29	Tanggapan responden terhadap prabayar.....	85
Tabel 5.30	Tanggapan responden terhadap pascabayar	86
Tabel 5.31	Rekapitulasi Jawaban Variabel Harga	87
Tabel 5.32	Tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga	89
Tabel 5.33	Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saingnya	90
Tabel 5.34	Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat atau fungsinya	90
Tabel 5.35	Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang menyentuh seluruh jangkauan wilayah jaringan hingga ke pelosok negeri.....	92
Tabel 5.36	Tanggapan responden terhadap kebijakan perusahaan dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tanggap	92
Tabel 5.37	Tanggapan responden terhadap pembaruan layanan ke arah lebih baik dan selalu berusaha untuk memperbaikinya.....	93
Tabel 5.38	Tanggapan responden terhadap efisien dalam memperoleh layanan.....	94
Tabel 5.39	Tanggapan responden terhadap mudah untuk memperoleh produk yang diinginkan	95
Tabel 5.40	Tanggapan responden terhadap pelayanan yang cepat, nyaman dan aman	96
Tabel 5.41	Tanggapan responden terhadap harga pulsa dan paket data yang terjangkau	96
Tabel 5.42	Tanggapan responden terhadap tarif telepon dan sms yang terjangkau... ..	97
Tabel 5.43	Tanggapan responden terhadap keberadaan sinyal yang kuat dan stabil	98
Tabel 5.44	Tanggapan responden terhadap kemudahan mendapatkan isi ulang pulsa	99
Tabel 5.45	Tanggapan responden terhadap kelengkapan pilihan tarif untuk	

kuota telpon dan sms	99
Tabel 5.46 Rekapitulasi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan.....	101
Tabel 5.47 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	104
Tabel 5.48 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	106
Tabel 5.49 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	107
Tabel 5.50 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	33
Gambar 4.1 Persentase Jumlah Pelanggan Operator Seluler di Indonesia.....	54
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkomsel.....	55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan di era globalisasi ini tentu tidak terlepas begitu saja dari keberhasilan perusahaan-perusahaan dan tentunya sebagai dampak dari inovasi dan kreatifitas para pebisnis di masa-masa modern sekarang ini. Itulah yang kemudian menyebabkan semua elemen perusahaan bekerja keras agar mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan sejenis dengan membawa tawaran-tawaran produk yang berkualitas untuk mencapai keberhasilan yang sesuai dengan harapan. Produk adalah semua yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen (Sumarni dan J. Supranto dalam Pongoh, 2013:88).

Perkembangan ekonomi di berbagai Negara baik perusahaan jasa maupun industri barang, tentu menuntut adanya perubahan dan kemajuan dibidang teknologi komunikasi. Pada masa-masa sekarang ini masyarakat telah diperkenalkan oleh kecanggihan teknologi yang pada umumnya disebut *International Network* atau internet. Dengan bantuan akses internet setiap pengguna akan dimudahkan menjalani kesehariannya baik untuk belajar, bekerja maupun bagi mereka yang ingin menjelajahi dunia. Berbicara mengenai perubahan teknologi komunikasi dari generasi

ke generasi, maka kita mengenal teknologi sudah bertransformasi sedemikian banyak. Mulai dari generasi pertama hingga terakhir sudah sebanyak lima generasi atau lebih kita kenal sebagai 1G, 2G, 3G, 4G dan 5G. Huruf G merujuk pada kata “*Generation*” atau generasi, masing-masing generasi memiliki standar jaringan tertentu yang disesuaikan dengan standar jaringan telepon dan sistem telepon seluler yang ada pada saat itu.

Pada dasarnya kebutuhan pengguna telekomunikasi adalah untuk berkomunikasi dengan orang yang hendak dihubungi. Baik melalui panggilan suara maupun pesan singkat. Namun seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi kearah yang lebih baik maka mereka mengharapkan kepuasan dalam pemakaian sebuah produk agar keinginan mereka untuk mengetahui informasi tentang dunia luar, agar menambah pengetahuan, membantu pekerjaannya agar menjadi lebih mudah dan seterusnya dapat tercapai.

Dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pengguna produk yang tentunya semua ini bergantung pada produk apa yang digunakan, maka hal ini akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan atas penggunaan produk tersebut. Menurut Chandra dalam Laely (2016:62) yang mengemukakan bahwa, konsep pemasaran menekankan pentingnya kepuasan pelanggan dalam menunjang keberhasilan organisasi dalam mewujudkan keberhasilan organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan pendapat yang telah dikemukakan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan, bahwa tujuan sebuah organisasi perusahaan tentu dapat tercapai apabila para pengguna produk dan layanan tersebut merasa dipuaskan oleh

perusahaan selaku pemilik produk. Kepuasan seringkali diukur dengan tinggi rendahnya nilai yang terkandung di dalam layanan tersebut, nilai dapat berubah cepat dari baik ke buruk jika tidak dibentengi dengan perubahan-perubahan ke arah yang lebih baik secara terus menerus. Menurut Griffin dalam Pongoh (2013:87) menyatakan bahwa sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya.

Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis. Menurut Kotler & Keller dalam Lenzun et al. (2014:1239) berpendapat, kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan ini akan disertai oleh keinginan mereka untuk terus menggunakan produk tersebut, yang tentunya sikap loyalitas inilah yang mampu menjadikan produk tersebut bertahan dan terus bersaing dengan produk-produk sejenis lainnya dan berlaku baik pada perusahaan industri barang maupun industri jasa. Produk jasa pada umumnya akan membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan (Widjaja dalam Priambudi & Setyowati, 2017:434).

Sebelum kepuasan pelanggan dapat tercapai, maka pihak perusahaan akan mengusahakan pelayanan mereka mampu memberikan kenyamanan dihati para pelanggan produk mereka. Dengan di rasakannya kenyamanan tersebut, maka diharapkan mereka akan merasa benar-benar diperhatikan dan di istimewa oleh

pihak perusahaan yang bersangkutan. Tjiptono dalam Manus W. & Lumanauw (2015:696) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Setiap usaha akan menimbulkan berbagai rintangan termasuk rintangan dibidang pelayanan sebelum mencapai keberhasilan yang sesungguhnya. Untuk itu sikap dan langkah antisipasi diperlukan oleh setiap perusahaan agar tidak tertinggal dari para pesaing dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen baik pada masa kini maupun dimasa yang akan datang. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet yang cepat dan tanpa hambatan (Suriyani dalam Insyroh & Setyowati, 2018:133).

Selain kualitas pelayanan, masyarakat mengharapkan produk yang mereka butuhkan dan mereka inginkan tersebut terjangkau atau sesuai dengan kemampuan daya beli mereka. Kosumen akan mempertimbangkan harga sebagai salah satu syarat dalam pemilihan produk apa yang akan mereka beli dan mereka pakai. Kesesuaian antara kemampuan daya beli dan harga yang di tetapkan atas produk yang mereka butuhkan dan mereka inginkan akan menjadikan mereka tanpa ragu dalam memakai produk tersebut. Maka dari itu harga memiliki peranan yang cukup penting untuk menjadi salah satu kriteria dalam membeli suatu produk. Menurut Hutapea dalam Insyroh & Setyowati (2018:133) Harga merupakan salah satu faktor yang harus dikendalikan secara serasi dan selaras dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Maka jelasnya harga bukan hanya menjadi penting bagi pihak konsumen produk,

tetapi juga merupakan kriteria yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh perusahaan karena harga mampu mempengaruhi jumlah penjualan suatu produk yang ditawarkan.

Kemudian setelah memperhatikan bahwa harga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan, maka perusahaan-perusahaan operator akan melakukan strategi perkembangan merek untuk memperbesar merek dagang mereka. Dengan merek yang sudah dikenal diseluruh lapisan masyarakat maka hal ini dirasa sudah menjadi nilai tambah bagi pihak perusahaan atas produk yang akan mereka luncurkan. Perkembangan merek dagang juga tidak terlepas dari kualitas yang mereka miliki. Contohnya, PT. Telekomunikasi Seluler yang sudah berusaha membesarkan merek “Telkomsel” agar dikenal masyarakat disegala penjuru dunia. Tujuan dari *branding* sendiri adalah untuk membentuk persepsi masyarakat, membangun rasa percaya masyarakat terhadap *brand* hingga membangun rasa cinta masyarakat atas *brand*. Tujuan ini akan diikuti oleh manfaat berupa memberi daya tarik bagi konsumen atas merek yang dijual perusahaan, agar memudahkan pihak perusahaan mendapatkan loyalitas dari konsumen serta akan memberi peluang bagi perusahaan untuk menetapkan harga jual yang lebih tinggi terhadap produk-produk yang akan diluncurkan.

Saat sekarang ini para pengguna operator seluler lebih banyak menggunakan layanan dari operator Telkomsel jika dibandingkan dengan layanan-layanan dari operator yang lainnya. Pengguna Telkomsel sendiri terdiri dari keluarga, saudara, tetangga, teman bahkan para masyarakat umum lainnya. Berikut akan ini disajikan

dalam tabel mengenai data-data yang berkaitan dengan jumlah para pengguna layanan dari operator Telkomsel yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

Tabel 1.1 Data Pengguna Layanan Operator Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau

No.	Nama Desa	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1	Beringin	21	28	30	79
2	Koto Pait	10	9	11	30
3	Kuala Penaso	6	7	4	17
4	Melibur	11	14	15	40
5	Serai Wangi	25	28	29	82
6	Tasik Serai	25	25	23	73
7	Tasik Serai Barat	26	26	27	79
8	Tasik Serai Timur	20	22	26	68
9	Tasik Tebing Serai	31	34	40	105
Jumlah		175	193	205	573

(Sumber: Data Observasi di Kecamatan Talang Muandau, 2022)

Dari tabel 1.1, bahwa selama 3 tahun terakhir pengguna produk Telkomsel sudah meningkat sebanyak 573 orang yang tersebar di 9 desa yang ada di Kecamatan Talang Muandau. Di setiap tahunnya perubahan jumlah pengguna terus meningkat secara signifikan. Tentunya ini merupakan peningkatan yang cukup berarti bahwa produk Telkomsel ini memiliki kualitas baik dari pelayanannya dan harganya yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat di Kecamatan Talang

Muandau.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Tabel 1.2 Data Pengguna Layanan Operator Telkomsel Berdasarkan Pekerjaan di Kecamatan Talang Muandau

Jenis Pekerjaan	Persentase Pengguna (%)	Persentase Bukan Pengguna (%)	Total
Wirausahawan	50%	50%	100%
Petani/Pekebun	70%	30%	100%
Aparatur/Pejabat Negara/Tenaga Pengajar	75%	25%	100%
Pelajar/Mahasiswa	80%	20%	100%

(Sumber: Data Observasi di Kecamatan Talang Muandau, 2022)

Menurut hasil observasi pada tabel 1.2, pelajar atau mahasiswa menduduki posisi dimana lebih besar atau lebih banyak menggunakan kartu perdana Telkomsel yaitu sebesar 80%. Hal ini berarti pelajar atau mahasiswa menduduki peringkat tertinggi dalam menggunakan kartu perdana Telkomsel jika dibandingkan dengan jenis masyarakat dengan pekerjaan lainnya. Kemudian diikuti aparatur atau pejabat negara atau tenaga pengajar, petani atau pekebun dan wirausahawan.

Di Indonesia, 95 persen pelanggan Telkomsel ternyata memakai layanan prabayar jika dibandingkan dengan pascabayar. Perbedaan prabayar dan pascabayar adalah terletak dari mekanisme pembayarannya. Kartu prabayar memiliki mekanisme pembayaran sebelum pengguna memakai layanan seluler seperti memakai pulsa atau data internet. Sedangkan kartu pascabayar memiliki mekanisme pembayaran setelah pengguna memanfaatkan layanan seluler seperti pulsa dan data internet. Hal ini pun sejalan dengan data observasi dimana seluruh pengguna kartu perdana Telkomsel yang ada di Kecamatan ini adalah menggunakan kartu dengan mekanisme prabayar.

Seperti yang saat sekarang ini diketahui secara umum oleh masyarakat Indonesia, Telkomsel sendiri memiliki karakteristik dibenak pengguna layanan operator. Serasa berbeda dari layanan operator yang lainnya, memiliki posisi yang kuat hingga membangun citra yang baik dan keyakinan pengguna atas kualitas produk Telkomsel yang unggul. Maka hal ini merupakan bagian dari dampak yang dihasilkan oleh kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau hingga memberi rasa puas dihati para pelanggan Telkomsel. Maka dari itu, berdasarkan uraian-uraian yang telah dijelaskan dengan detail diatas, penulis kemudian tertarik untuk melakukan penelitian dibidang pemasaran dengan mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat di rumuskan permasalahan penelitian yakni adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat di tetapkan tujuan penelitian yakni adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau
2. Untuk mengetahui dan menganalisis harga terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Akademis

Semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu tambahan informasi, menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sumber referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan bahwa kualitas pelayanan dan harga yang dibanderol pada produk-produknya tersebut mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah suatu penjabaran secara singkat tentang seluruh bagian yang ada dalam penelitian. Penelitian ini terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang akan dibahas dalam penelitian, kemudian berisi tentang penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan juga hipotesis penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang lokasi dan objek penelitian, operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan memuat deskripsi objek penelitian, visi dan misi objek penelitian, serta struktur organisasi perusahaan.

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan memaparkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan beserta pembahasannya.

BAB VI. PENUTUP

Bab yang terakhir ini akan memuat kesimpulan dan saran penelitian berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang objektif dan memperoleh wawasan ilmu pengetahuan yang lebih luas, maka peneliti menggunakan referensi yang berasal dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema yang sejenis. Berikut ini akan dijelaskan mengenai masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini secara detail bersama dengan indikatornya masing-masing.

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

Menurut Yamit dalam Lenzun et al., (2014:1239) Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dan dengan harapannya. Jarak antara sebuah keinginan konsumen atas kualitas suatu produk yang dihasilkan atau yang diproduksi oleh perusahaan dengan kenyataannya merupakan hal yang tidak dengan mudah dapat terpenuhi, kepuasan tidak akan pernah ada batasnya karena sifat manusia yang haus akan perubahan ke arah lebih baik. Tidak mudah bagi perusahaan memenuhi keinginan pelanggannya, tetapi untuk bisa terus bertahan di masa modern ini maka setiap orang, setiap kelompok organisasi dan perusahaan dituntut untuk terus melakukan yang terbaik yang bisa mereka lakukan sehingga mampu membawa manfaat bagi banyak orang.

Setiap masyarakat akan melakukan evaluasi sebaik mungkin agar tidak salah pilih dalam mengambil keputusan, karena hal ini akan berdampak secara langsung pada kepuasan mereka ketika menggunakan produk barang maupun jasa tersebut. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengamatan konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono dalam Saleleng et al., 2014:1059). Selain itu, kepuasan pelanggan juga tentunya dapat membawa perusahaan pada tingkatan yang lebih tinggi dengan reputasi yang lebih baik. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan dan meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell dalam Manus W. & Lumanauw, 2015:698).

Kinerja memiliki peranan yang begitu penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan karena hasil dipengaruhi proses dan proses akan menentukan seberapa layak pelayanan tersebut untuk digunakan kembali. Kepuasan pelanggan bisa didapatkan jika berbagai aspek telah menjadi keunggulan perusahaan dalam memberi pelayanan yang membantu para konsumen, misalnya saja produk yang dipasarkan harus berkualitas. Kepuasan pelanggan mendekati perusahaan untuk meraih loyalitas pelanggan dan loyalitas pelanggan ini adalah hal yang paling diharapkan oleh setiap perusahaan selaku produsen.

1) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Dimensi yang akan digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna atau pelanggan adalah dimensi yang dianggap sesuai dengan kondisi yang ada. Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi yang dikemukakan menurut Irawan dalam Puspitasari & Tjahjawati (2016:61) diantaranya :

1. Harga

Bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Sebaliknya, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

2. *Service quality*

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit untuk ditiru. Kualitas pelayanan merupakan penggerak (*driver*) yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL. Berdasarkan konsep *servqual* menyebutkan terdapat lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

3. Biaya dan kemudahan

Faktor pendorong yang terakhir dari kepuasan pelanggan adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Hal ini termasuk juga berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan

produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Kotler & Keller dalam Saleleng et al., (2014:1059) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Sehingga dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai atau memiliki dua dimensi yang diantaranya yaitu:

1. Harapan
 2. Kinerja
- 2) Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan yaitu sekumpulan variabel-variabel yang mampu mengidentifikasi ataupun menunjukkan suatu kondisi-kondisi tertentu kepada para peneliti dalam melakukan pengukuran rasa puas atau kepuasan dihati para pengguna atas penggunaan suatu produk maupun jasa tertentu. Indikator dari masing-masing dimensi kepuasan pelanggan yang ada dan terdapat di dalam penelitian ini yakni adalah sebagai berikut:

- a) Harga
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saingnya

- c. Kesesuaian harga dengan manfaat atau fungsinya
- b) *Service quality*
 - a. Kualitas pelayanan yang menyentuh seluruh jangkauan wilayah jaringan hingga ke pelosok negeri
 - b. Kebijakan perusahaan dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tanggap
 - c. Pembaruan layanan ke arah lebih baik dan selalu berusaha untuk memperbaikinya
- c) Biaya dan kemudahan
 - a. Efisien dalam memperoleh layanan
 - b. Mudah untuk memperoleh produk yang diinginkan
- d) Harapan, indikatornya sebagai berikut:
 - a. Pelayanan yang cepat, nyaman dan aman
 - b. Harga pulsa dan paket data yang terjangkau
 - c. Tarif telepon dan sms yang terjangkau
- e) Kinerja, indikatornya sebagai berikut:
 - a. Keberadaan sinyal yang kuat dan stabil
 - b. Kemudahan mendapatkan isi ulang pulsa
 - c. Kelengkapan pilihan tarif untuk kuota telpon dan sms

Kepuasan pelanggan atau konsumen terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk.

b. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud.

3) Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Seluruh usaha yang dilakukan oleh departemen perusahaan menuju pada satu keinginan konsumen, yaitu kepuasan dalam pemakaiannya. Rasa puas tentu menyebabkan konsumen ingin melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan juga merupakan suatu konsep pemasaran yang tentunya sudah lama dikenal di dalam ilmu pemasaran. Di masa sekarang setiap perusahaan saling berlomba menciptakan produknya baik barang maupun jasa yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, hal ini menyebabkan perusahaan baru banyak muncul untuk membawa perubahan ke arah lebih baik. Setiap perusahaan akan memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, sehingga semakin banyaknya tawaran-tawaran yang bermunculan ini tentu menjadikan masyarakat memilih yang terbaik untuk kemudian menjadi pelanggannya. Kejadian ini akan mendorong pada setiap perusahaan untuk terus melakukan inovasi-inovasi yang kreatif mungkin agar perusahaan mereka dapat terus mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Menurut Philip Kotler dalam Maulana (2016:115-116) ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

b. Survei kepuasan konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telephone, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

c. Ghost Shopping

Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

d. Analisis kehilangan konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk kita.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan tentunya merupakan bagian yang penting dan harus di usahakan oleh setiap perusahaan agar mampu bertahan dalam persaingan di

era modern sekarang ini. Menurut Lupiyoadi dalam Untarini (2016:104) kualitas layanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Artinya, kualitas pelayanan itu begitu penting karena dampaknya sangat mempengaruhi kemampuannya dalam bertahan di persaingan yang semakin ketat seperti saat-saat sekarang dan bahkan mempengaruhi kesuksesannya di masa depan. Untuk itu diharapkan dengan pelayanan yang berkualitas tinggi perusahaan mampu mencapai keberhasilannya di masa depan. Keberhasilan yang dimaksud adalah tercapainya tujuan yang diinginkan dengan tingkat mutu yang diharapkan lebih baik atau lebih besar dari tingkat standarisasi.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam SATI (2012:24) definisi kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Hal ini berarti pelayanan adalah sebuah aktivitas yang dilakukan untuk menyelesaikan kebutuhan konsumen, objeknya tidak akan berpindah tangan, tetapi manfaatnya akan dirasakan oleh pihak yang diberi pelayanan. Jelasnya upaya pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan akan berpengaruh terhadap kenyamanan dalam hati para konsumen, kenyamanan tersebut akan membawa rasa keinginan untuk terus

menjadi pelanggan atas produk yang bersangkutan. Sesungguhnya semua kegiatan yang digencarkan oleh pihak perusahaan layanan hanya memiliki satu tujuan, yaitu perkembangan ke arah lebih baik. Perkembangan ini tentu merupakan salah satu akibat dari seluruh usaha yang dilakukan karena keinginan yang kuat untuk mewujudkan harapan masyarakat.

Secara sederhana, kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekpektasi pelanggan (Tjiptono dalam Saleleng et al., 2014:1059). Dengan demikian baik atau buruk, positif atau negatif dan berkualitas atau tidak berkualitas adalah sebuah persepsi konsumen atas penilaian mereka terhadap usaha perusahaan dalam membantu memenuhi kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan yang baik dan yang unggul akan dapat mendatangkan hasil yang sesuai dengan harapan perusahaan, jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan berkualitas maka hal ini akan menjadikan perusahaan terus berkembang ke arah lebih baik dan terus diminati oleh masyarakat selaku konsumen produk.

1) Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi servqual adalah sebuah dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Dengan menggunakan dimensi servqual ini, maka akan diketahui jarak antara harapan atau ekspektasi para pelanggan layanan terhadap layanan-layanan yang benar-benar mereka rasakan atau yang mereka terima dari perusahaan-perusahaan selaku

penyedia dari layanan-layanan tersebut. Berdasarkan pendapat Parasuraman dalam Insyroh & Setyowati (2018:133) terdapat lima dimensi pokok kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kemudahan akses (*emphaty*), penampilan fisik (*tangible*).

2) Indikator Kualitas Pelayanan

a) Berwujud (*tangible*)

- a. Sim card (kartu sim) Telkomsel
- b. Voucher internet Telkomsel
- c. Menara jaringan Telkomsel
- d. GraPARI Telkomsel
- e. Gedung perusahaan Telkomsel

b) Keandalan (*reliability*)

- a. Penggelaran jaringan hingga ke pelosok daerah
- b. Perubahan jaringan dari generasi ke generasi semakin sempurna
- c. Tarif produk dan layanan yang semakin terjangkau

c) Daya Tanggap (*responsiveness*)

- a. Kecepatan jaringan 4G dan kini 5G pun sudah mulai bisa di akses di beberapa kota
- b. Berupaya mempertahankan layanan dengan tujuan layanan tersebut dapat terus dalam keadaan yang stabil dengan cara

melakukan perawatan secara berkala terutama ketika terjadi gejala yang dapat menyebabkan kerusakan yang tidak diinginkan

c. Melakukan perbaikan jaringan secepat dan sebaik mungkin jika terjadi masalah kerusakan

d) Jaminan (*assurance*)

a. Perlindungan dan keamanan data pelanggan

b. Jaminan jaringan yang stabil

c. Pembaruan layanan

e) Empati (*emphaty*)

a. Memberitahukan promosi-promosi yang ada melalui pesan singkat

b. Kebijakan-kebijakan Telkomsel dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan melalui *customer service* dan email cs@telkomsel.co.id

c. Memberikan informasi yang jelas dan terpercaya melalui aplikasi MyTelkomsel

3) Persepsi dan Keunggulan Kualitas Pelayanan

Persepsi terhadap pelayanan merupakan cara pandang seseorang terhadap kemampuan pihak perusahaan dalam memberikan pelayanannya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Produk-produk yang berkualitas akan memberi persepsi tersendiri di masyarakat tentang kelebihan-kelebihan dan akan terus semakin luas karena adanya

rekomendasi dari pelanggan ke konsumen atas produk dan akan meningkatkan peran pihak perusahaan dalam mengembangkan mutu produk. Kualitas tidak bisa di tawar karena akan berdampak pada keunggulan produk, berdampak pada produktivitas dan mempengaruhi citra perusahaan. Sudah hal umum bahwa konsumen adalah raja sehingga hal yang harus dilakukan oleh produsen adalah melayani konsumennya.

Keunggulan pelayanan harus bisa diwujudkan oleh setiap departemen agar perusahaan mampu bersaing di era yang semakin modern saat sekarang ini. Kemampuan perusahaan untuk menjadi yang terbaik tidak terlepas dari kerja keras para karyawannya. Menurut Ridaningsih dalam Untarini (2016:105) menyatakan kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggannya dan begitu juga sebaliknya. Kepuasan pelanggan memang adalah tujuan utama dari seluruh kerja keras yang dilakukan, karena rasa puas menjadikan pihak konsumen merasa ingin terus berlangganan dan sikap setia ini adalah harapan perusahaan. Hal ini ada kaitannya dengan kesuksesan perusahaan, lebih tepatnya ketika konsumen terpuaskan oleh pelayanan-pelayanan perusahaan, tentu mereka akan setia dan semakin banyak masyarakat yang setia terhadap produk dan layanan di satu perusahaan itu, maka hal ini akan menyebabkan perusahaan mampu bertahan bahkan unggul. Perusahaan akan terus bertahan dalam

persaingan yang terus semakin ketat baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang jika mereka mampu mempertahankan dan terus semakin maju.

2.1.3 Harga

Harga merupakan salah satu kriteria yang sangat penting untuk menjadi pertimbangan sebelum memutuskan sebagai konsumen perusahaan. Hurriyati dalam Pongoh (2013:88) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya. Untuk memperoleh kembali biaya yang sudah dikeluarkan atas suatu produk dan untuk menghasilkan laba, maka hal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan transaksi penjualan, baik penjualan produk barang maupun produk jasa. Hal ini karena penjualan merupakan kegiatan yang dapat secara langsung menghasilkan uang sebagai alat pembayaran yang sah dan kegiatan tersebut akan mampu menimbulkan perubahan terhadap kondisi keuangan perusahaan. Itulah sebabnya kenapa perusahaan-perusahaan perlu mempertimbangkan harga sebagai salah satu faktor yang mampu untuk mempengaruhi keputusan-keputusan pembelian konsumen. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan (Ferdinand dalam Mongi et al., 2013:2338).

Kaitan yang erat terhadap nilai yang terkandung di dalam suatu produk menyebabkan produk tersebut berharga. Nilai yang tinggi menyebabkan harga yang dibanderol pun menjadi mahal dan setiap perusahaan yang menjual produk baik barang maupun jasa harus berlomba untuk menciptakan nilai, mutu atau kualitas yang terkandung di dalam produk agar menjadi semakin berharga. Keinginan produsen dan konsumen tentang harga yang ditetapkan atas suatu produk yang dijual memiliki perbedaan, produsen mengharapkan harga tinggi seiring dengan kualitasnya yang tinggi, namun sebaliknya pihak konsumen menginginkan harga yang terjangkau dengan produk-produk yang tetap berkualitas tinggi.

Setiap perusahaan menukarkan produknya baik yang berbentuk barang maupun jasa kepada pihak konsumen dengan kembali mengambil uang sebagai alat tukar yang sah dan jumlah uang tersebut dipengaruhi oleh seberapa tinggi kualitas yang terkandung di dalam produk atau layanan tersebut. Menurut Tjiptono dalam Untarini (2016:104) secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Jadi disimpulkan bahwa disaat produsen memberi pelayanan yang dibutuhkan konsumen maka pihak konsumen harus mengorbankan sejumlah uang sebagai alat pembayaran yang sah.

1) Dimensi Harga

Dalam menetapkan harga, sudah pasti perusahaan akan mempertimbangkan hal-hal apa saja yang akan mampu mempengaruhi penetapan harga yang dapat dilihat dari berbagai sudut dimensi. Dimensi harga menurut Assuari dalam SATI (2012:31-32) adalah sebagai berikut :

1. Tingkat Harga, pada umumnya harga ditetapkan perusahaan disesuaikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang berubah dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dari tahun atau waktu tertentu.
2. Potongan Harga, sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan hasil penerimaan penjualan, perusahaan dapat memberikan potongan harga kepada pembeli yang membeli dalam jumlah besar atau kepada pembeli yang membayar dengan tunai.
3. Cara Pembayaran, syarat-syarat pembayaran merupakan salah satu strategi harga karena termasuk dalam pertimbangan tingkat pengorbanan yang harus dihitung para pembeli atau langganan.

Faktor intern perusahaan yang wajib dipertimbangkan dalam menyusun harga menurut Sutojo dalam Laely (2016:66-67) adalah :

- a) Tujuan harga (*pricing objectives*)
- b) Biaya pengadaan produk (*product's costs*)
- c) Ciri khusus produk (*product's characteristics*)

Sedangkan faktor ekstern perusahaan yang wajib dipertimbangkan dalam menyusun harga adalah :

- a) Persepsi pasar terhadap nilai produk (*value in consumer's*)
- b) Elastisitas harga (*price elasticity*)
- c) Persaingan pasar (*market competition*)
- d) Pengaruh pemerintah (*government influence*)

Menurut Kotler dan Gerry Armstrong dalam Maulana (2016:120) menjelaskan ada empat pendekatan dalam penetapan harga produk sebagai berikut :

- a. Strategi harga premium, menghasilkan produk bermutu tinggi dan memasang harga paling tinggi
- b. Strategi ekonomis, menghasilkan produk bermutu rendah dan memasang harga paling rendah
- c. Strategi nilai baik, menghasilkan produk bermutu tinggi dengan harga yang lebih rendah
- d. Strategi pemasaran harga tinggi, menetapkan harga produk tinggi sehubungan dengan produk tinggi, namun untuk jangka panjang, produk tersebut ditinggalkan oleh konsumen karena keluhan terhadap produk tersebut.

2) Indikator Penetapan Harga

- a) Tingkat Harga
 - a. Keterjangkauan harga

- b. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
 - c. Kesesuaian harga dengan manfaat
- b) Potongan Harga
- a. Promo harga murah untuk kuota data di awal bulan
 - b. Beli pulsa pakai LinkAja, GoPay dan ShopeePay dapat cashback
- c) Cara Pembayaran
- a. Prabayar
 - b. Pascabayar

Harga harus sesuai dengan kemampuan konsumen dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk. Kesesuaian ini diharapkan tidak menimbulkan tekanan kerugian dari salah satu pihak, karena rasa puas akan di dapat jika kedua belah pihak saling menguntungkan satu dengan yang lainnya. Kerugian dipihak konsumen akan menimbulkan keinginan mereka untuk beralih ke produk dari perusahaan lain dan kerugian perusahaan akan menyebabkan kebangkrutan.

3) Tujuan Penetapan Harga

Harga memiliki beberapa tujuan sebelum besarnya ditetapkan oleh perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga menurut Gitosudarmo dalam Laely (2016:66) sebenarnya ada bermacam-macam yaitu :

1. Mencapai target pengembalian investasi atau tingkat penjualan neto suatu perusahaan.
2. Memaksimalkan profit

3. Alat persaingan terutama untuk perusahaan sejenis
4. Menyeimbangkan harga itu sendiri
5. Sebagai penentu market share, karena dengan harga tertentu dapat diperkirakan kenaikan atau penurunan penjualannya.

Tujuan-tujuan tersebut adalah sebagai keinginan perusahaan setelah produk mereka berhasil diluncurkan dan menempati posisi yang kuat di pasar, karena tujuan itu merupakan inti dari setiap kegiatan perusahaan dalam melakukan penetapan harga produk barang maupun jasa.

4) Metode Penetapan Harga

Menurut Kotler dalam Maulana (2016:120-121) terdapat beberapa metode penetapan harga yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Penetapan harga mark-up (*mark-up pricing*).
- b. Penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian.
- c. Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan, artinya melihat nilai yang diyakini oleh pelanggan.
- d. Penetapan harga nilai merupakan harga yang mewakili suatu penawaran bernilai tinggi bagi para konsumen.
- e. Penetapan harga sesuai harga yang berlaku, metode ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan kurang memperhatikan biaya, tetapi berorientasi pada harga pesaing.
- f. Penetapan harga tertutup, artinya berdasarkan perkiraan bagaimana pesaing akan menetapkan harga dan tidak berdasarkan hubungan

yang kaku terhadap biaya, jika perusahaan ingin memegang tender, harus memberikan harga lebih rendah dari pesaing, namun untuk karakteristik perusahaan tidak dapat menetapkan harga di bawah lagi, karena akan membahayakan posisinya sendiri.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wardatul Insyroh, Trias Setyowati (2018)	Determinan Kualitas Pelayanan, Harga dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso	Regresi Linier Berganda	1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Graha Cental Indo Bondowoso, 2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Graha Cental Indo Bondowoso, 3. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Graha Cental Indo Bondowoso.
2	Melysa Elisabeth Pongoh (2013)	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota	Regresi Linier Berganda	Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kartu As Telkomsel

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Manado		di kota Manado.
3	Fanly W. Manus, Bode Lumanauw (2015)	KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN, PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TRI DI KELURAHAN WAWALINTOUAN TONDANO BARAT	Analisis Regresi Berganda	Kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan
4	Deni Iqbal Tawakal, Nindria Untarini (2016)	PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRI DI SURABAYA	Regresi Linier Berganda	Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, harga, dan kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pada pelanggan Tri
5	Nia C. M. Saleleng, Christoffel Kojo, Merlyn Karuntu (2014)	KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu
6	Nur Laely (2016)	Analisis Pengaruh Kepercayaan dan	Model Persamaan	Terdapat pengaruh variabel kepercayaan

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri	Struktural (<i>structural equation model</i>)	<p>terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,126.</p> <p>Terdapat pengaruh dari variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar -0,089.</p> <p>Terdapat pengaruh dari variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkomsel sebesar 0,122.</p> <p>Terdapat pengaruh dari variabel harga terhadap loyalitas pelanggan sebesar -0,406.</p> <p>Terdapat pengaruh langsung dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkomsel di Kota Kediri sebesar 0,091. Hal ini berarti hipotesis 1, hipotesis 2, hipotesis 3, hipotesis 4, dan hipotesis 5 diterima.</p>
7	Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie, Decky Adare (2014)	PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Produk, Harga dan Promosi Secara bersama (Simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di

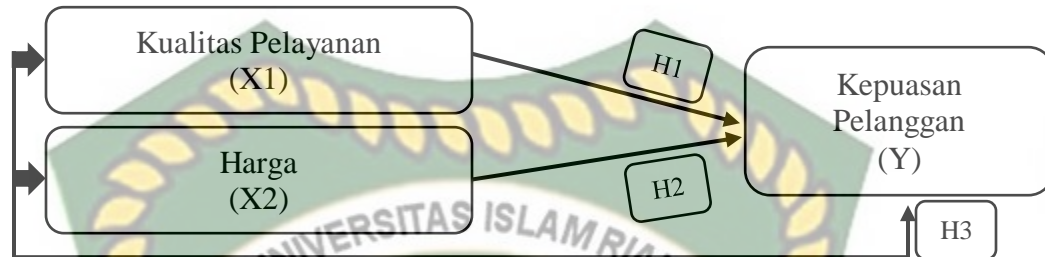
No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		TELKOMSEL		kelurahan Winangun 1, dengan demikian hipotesis diterima

(Sumber: Data Olan, 2022)



2.3 Kerangka Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



(Sumber: Data Olahan, 2022)

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah anggapan dasar atau jawaban sementara yang diberikan atas suatu masalah yang masih bersifat praduga karena masalah tersebut masih harus dibuktikan kebenarannya. Penelitian ini memiliki beberapa hipotesis, yaitu sebagai berikut:

H1 : Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H2 : Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H3 : Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang pilih untuk menjadi tempat penelitian adalah di Kecamatan Talang Muandau.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel adalah para pengguna Kartu Perdana Telkomsel dan yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu komponen yang kemudian disertai dengan aturan-aturan tertentu sehingga dapat memberi arti atau menspesifikasikan suatu kegiatan dengan tujuan untuk mengukur variabel-variabel tersebut. Variabel yang akan diteliti telah terangkum di dalam suatu tabel dengan masing-masing dimensi, indikator dan skala yang digunakan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel (dua variabel independent dan satu variabel dependent)

dan adapun variabel-variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negatif (ferdinand dalam Pratama et al., 2017:10). Variabel independent dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kualitas Pelayanan (X1)
2. Harga (X2)

2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependent adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (ferdinand dalam Pratama et al., 2017:10). Variabel dependent yaitu variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah:

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator/Alat Ukur	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan konsumen adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil	Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saingnya 3. Kesesuaian harga dengan manfaat atau fungsinya 	Ordinal

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator/Alat Ukur	Skala
		produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk (Tjiptono dalam Gofur, 2019:40).			
			<i>Service quality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan yang menyentuh seluruh jangkauan wilayah jaringan hingga ke pelosok negeri 2. Kebijakan perusahaan dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tanggap 3. Pembaruan layanan ke arah lebih baik dan selalu berusaha untuk memperbaikinya 	Ordinal
			Biaya dan kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisien dalam memperoleh layanan 2. Mudah untuk memperoleh produk yang diinginkan 	Ordinal
			Harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang cepat, nyaman dan aman 2. Harga pulsa dan paket data yang terjangkau 3. Tarif telepon dan sms yang terjangkau 	Ordinal

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator/Alat Ukur	Skala
			Kinerja	<ol style="list-style-type: none"> Keberadaan sinyal yang kuat dan stabil Kemudahan mendapatkan isi ulang pulsa Kelengkapan pilihan tarif untuk kuota telpon dan sms 	Ordinal
2	Kualitas Pelayanan (X1)	Goetsch dan Davis dalam Gofur (2019:38-39) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.	Tangible	<ol style="list-style-type: none"> Sim card (kartu sim) Telkomsel Voucher internet Telkomsel Menara jaringan Telkomsel GraPARI Telkomsel Gedung perusahaan Telkomsel 	Ordinal
			Reliability	<ol style="list-style-type: none"> Penggelaran jaringan hingga ke pelosok daerah Perubahan jaringan dari generasi ke generasi semakin sempurna Tarif produk dan layanan yang semakin terjangkau 	Ordinal
			Responsiveness	<ol style="list-style-type: none"> Kecepatan jaringan 	Ordinal

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator/Alat Ukur	Skala
				<p>4G dan kini 5G pun sudah mulai bisa di akses di beberapa kota</p> <p>2. Berupaya mempertahankan layanan dengan tujuan layanan tersebut dapat terus dalam keadaan yang stabil dengan cara melakukan perawatan secara berkala terutama ketika terjadi gejala yang dapat menyebabkan kerusakan yang tidak diinginkan</p> <p>3. Melakukan perbaikan jaringan secepat dan sebaik mungkin jika terjadi masalah kerusakan</p>	
			Assurance	<p>1. Perlindungan dan keamanan data pelanggan</p> <p>2. Jaminan jaringan yang stabil</p> <p>3. Pembaruan layanan</p>	Ordinal
			Emphaty	<p>1. Memberitahukan promosi-promosi yang ada melalui pesan singkat</p> <p>2. Kebijakan-kebijakan Telkomsel dalam membantu menyelesaikan</p>	Ordinal

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator/Alat Ukur	Skala
				keluhan pelanggan melalui <i>customer service</i> dan email cs@telkomsel.co.id 3. Memberikan informasi yang jelas dan terpercaya melalui aplikasi MyTelkomsel	
3	Harga (X2)	Harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen (Nirwana dalam Gofur, 2019:39).	Tingkat Harga	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
			Potongan Harga	1. Promo harga murah untuk kuota data di awal bulan 2. Beli pulsa pake LinkAja, GoPay dan ShopeePay dapat cashback	Ordinal
			Cara Pembayaran	1. Prabayar 2. Pascabayar	Ordinal

(Sumber: Data Olahan, 2022)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang akan dijelaskan sebagai berikut:

3.3.1 Data primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dengan mengajukan seperangkat pertanyaan (kuesioner) untuk dijawab oleh responden.

3.3.2 Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan data-data yang tersedia di buku, jurnal dan internet.

3.4 Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel serta teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam Riduwan (2015:54) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Singkatnya populasi merupakan keseluruhan data yang memiliki karakteristik yang sama dan kemudian menjadi objek penelitian. Adapun populasi di dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna kartu Perdana Telkomsel yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian (Kuncoro dalam Priambudi & Setyowati, 2017:438). Artinya sampel itu adalah beberapa objek yang merupakan bagian dari populasi, jika populasi memiliki banyak objek dengan karakter yang sama maka sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang ada. Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri (Bailey dalam Prasetyo & Jannah, 2016:119). Sehingga sampel diperlukan untuk dapat mewakili populasi dan untuk mempermudah proses penelitian karena akan berguna dalam mempersingkat waktu penelitian.

Dikarenakan peneliti mempertimbangkan keterbatasan waktu, maka peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut dengan menggunakan rumus slovin (Umar dalam Ridaningsih et al., 2014:3).

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{573}{1 + 573.10\%^2}$$

$$n = \frac{573}{6,73}$$

$$n = 85,1411589896$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan sebesar 10%

Sehingga diperoleh sampel sebanyak 85,1411589896 responden atau dibulatkan menjadi 85 responden. Dalam menentukan sampel terdapat beberapa teknik yang mendukung yang disebut sebagai teknik sampling. Menurut Sugiyono dalam Sujarweni (2019:106) Teknik sempling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini adalah teknik Simple Random Sampling. Simple Random Sampling adalah cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Subagiyo dalam Sujarweni, 2019:156). Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

yang ditujukan kepada para pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal adalah skala yang didasarkan pada ranking atau urutan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang yang terendah atau sebaliknya.

Tabel 3.2 Penilaian Skala Ordinal

Ranking	Pernyataan
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

(Sumber: Data Olahan, 2022)

2) Observasi (Pengamatan)

Hadi dalam Hikmawati (2020:80) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam metode pengumpulan data observasi ini peneliti turun langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian. Observasi memiliki tujuan untuk mendapatkan gambaran secara langsung mengenai objek yang diteliti dari para pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau.

Tabel 3.3 Data Jenis Produk Telkomsel

Jenis Produk		
Prabayar:	Pascabayar:	Kartu Lain:
simPATI	Telkomsel Halo	by.U
Kartu As		Telkomsel Flash
LOOP		Telkomsel Orbit

(Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Telkomsel>)

Peneliti sudah melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian dan memperoleh beberapa hal yang bersangkutan dari objek penelitian dan objek lain yang sejenis sebagai perbandingan, berikut ini akan di sajikan beberapa hasil dari observasi yang dilakukan:

Tabel 3.4 Data Perbandingan Telkomsel dan XI

Jenis	Produk			
	Telkomsel		XI	
	Harga	Masa Berlaku	Harga	Masa Berlaku
Kartu Sim	Rp.35.000	2022	Rp.30.000	2022
Voucher	Rp.17.000/2,5GB	7 Hari	Rp.14.000/3,5GB	7 Hari
Paket	Rp.40.000/10GB	30 Hari	Rp.40.000/10GB	30 Hari
	Rp.63.000/15GB	7 Hari	Rp.18.000/5,5GB	7 Hari
	Rp.76.000 - 15GB - 150 Menit - 400 Sms	30 Hari	Rp.83.000 - 10GB - 10 Menit - 10GB You Tube	30 Hari
	Rp.70.000 -2.000 Menit Tsel -100 Menit All Operator	30 Hari	Rp.75.000 -325 Menit All Operator	30 Hari

(Sumber: Data Observasi di Kecamatan Talang Muandau, 2022)

3.6 Analisis Data

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan mengenai teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data sehingga di dapatkan dan akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

1) Analisis Deskriptif

Analisis ini merupakan gambaran dari masing-masing variabel dari nilai yang diberikan oleh responden terhadap kuesioner penelitian. Analisis ini merupakan persepsi responden atas suatu objek yang diteliti. Caranya responden akan diberikan seperangkat pertanyaan untuk kemudian para responden menjawab kuesioner yang diberikan peneliti secara keseluruhan terhadap variabel-variabel yang diteliti.

2) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan apabila variabel independen yang akan diteliti berjumlah lebih dari satu. Penelitian ini terdiri atas dua variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis ini diharapkan berguna untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara dua variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), sedangkan yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan (Y). Dalam menentukan hubungan variabel ini maka peneliti dibantu dengan menggunakan program SPSS. Analisis regresi linear berganda ini menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

e = error

3) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang akan digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang kemudian peneliti akan mengujinya dengan berdasarkan Uji secara Simultan (Uji F) dan Uji secara Parsial (Uji t). Pengujian berikut akan bermanfaat untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau. Berikut ini akan dijelaskan mengenai Uji secara Simultan dan Uji secara Parsial:

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dalam penelitian ini variabel independen (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Harga, terhadap variabel dependen yaitu variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Dimana kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < a$

Maka : H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > a$

Maka : H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Dalam penelitian ini variabel independen (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Harga, terhadap variabel dependen yaitu variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Dimana kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < a$

Maka : H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > a$

Maka : H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) adalah suatu analisis yang digunakan untuk bisa mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.



BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

PT. Telekomunikasi Seluler yang beroperasi dengan merek dagang Telkomsel merupakan salah satu perusahaan layanan operator telekomunikasi seluler yang ada di Indonesia. Saat sekarang ini Telkomsel telah menjadi operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. Telkomsel menjadi operator terbesar di Indonesia yang mengoperasikan 236 ribu BTS (*Base Tranceiver Station*) dan telah melayani lebih dari 170 juta pelanggan. Hal ini juga yang telah menjadikan Telkomsel sebagai operator yang mengambil pangsa pasar telekomunikasi seluler Indonesia hampir sebanyak 60% di tahun 2020. Dengan pencapaian tersebut, Telkomsel menjadi operator terbesar keenam di dunia yang melayani ratusan juta pelanggannya dalam satu negara. Membangun kerja sama dengan 575 mitra roaming, layanan Telkomsel saat ini sudah bisa digunakan oleh 200 negara di dunia. Kepemilikan Telkomsel saat ini dipegang oleh Telkom Indonesia sebesar 65% dan Singapore Telecommunications (SingTel) 35%. Telkom Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia, sementara SingTel merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh pemerintah Singapura.

Telkomsel adalah operator telekomunikasi seluler GSM pertama yang ada di Indonesia dengan layanan pascabayar kartuHALO yang telah diluncurkan pada tahun 1995. Ada beberapa pencapaian Telkomsel selama berdiri dan beroperasi, berikut ini sejarah singkat tentang pencapaian Telkomsel sejak awal pendiriannya hingga saat ini:

1. Tahun 1995. Telkomsel diresmikan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) dan juga PT Indosat Tbk. Telkomsel yang menghadirkan layanan pascabayar kartuHalo.
2. Tahun 1997. simPATI kembali diluncurkan dan menjadikan simPATI kartu prabayar pertama di Asia.
3. Tahun 2000. Telkomsel memperkenalkan layanan *mobile banking* pertamanya di Indonesia.
4. Tahun 2001. Telkomsel memperkenalkan layanan *dual band* GSM yang dapat beroperasi di frekuensi 900 dan 1800 MHz.
5. Tahun 2002. Telkomsel kembali memperkenalkan layanan WAP, web dan layanan data melalui SMS untuk dapat berselancar secara online melalui ponsel.
6. Tahun 2003. Telkomsel memperkenalkan layanan roaming internasional dengan mekanisme prabayar pertama di Indonesia.
7. Tahun 2004. Telkomsel berhasil meluncurkan kartu prabayar keduanya yang diberi nama Kartu As. Bergabung dengan beberapa perusahaan telekomunikasi regional, Bridge Alliance, dengan harapan mampu meningkatkan layanannya

bagi pelanggan. Kemudian memperkenalkan teknologi terbaru yang disebut EDGE, dengan kecepatan jaringan mampu melebihi GPRS.

8. Tahun 2005. Call Centre Telkomsel menerima sertifikasi ISO 9001:2000.
9. Tahun 2006. Telkomsel juga memperkenalkan jaringan 3G miliknya di Indonesia.
10. Tahun 2007. Telkomsel memperkenalkan Telkomsel Flash dan *High Speed Download Packet Service* pertama di Indonesia. Memperkenalkan layanan push email. Memperkenalkan TCASH yang sekarang menjadi LinkAja serta layanan uang digital lewat ponsel pertama di Indonesia.
11. Tahun 2008. Operator Telkomsel menghadirkan program Telkomsel Merah Putih, sebagai penyedia jasa telekomunikasi untuk daerah-daerah terpencil serta area perbatasan. Menjadi provider pertama di dunia yang mampu menyediakan layanan *mobile* dan data di atas kapal PELNI. Kemudian memperkenalkan *Hydro Fuel Cell* pertama di Asia.
12. Tahun 2009. Telkomsel kembali meningkatkan kualitas jaringannya menjadi HSPA dengan akses data mencapai 21Mbps.
13. Tahun 2010. Telkomsel memperkenalkan Langit Musik yang merupakan layanan unduh lagu secara utuh untuk pertama kalinya di Indonesia. Selain Langit Musik Telkomsel juga meluncurkan layanan *Mobile Advertising*, mengadakan program Desa Berdering yang membuka akses telekomunikasi ke lebih dari 25.000 desa serta melakukan Uji coba teknologi LTE pertama di Indonesia.

14. Tahun 2011. Fasilitas telekomunikasi R&D di Indonesia berhasil diluncurkan dan memperkenalkan Tap Izy yang merupakan pembayaran elektronik atau *e-wallet* pertama di Indonesia.
15. Tahun 2012. Telkomsel berhasil menjadi operator seluler terbesar keenam di dunia dengan melayani 125 juta pelanggan. Serta memperkenalkan layanan *mobile* Wi-Fi pertama di Indonesia.
16. Tahun 2013. GraPARI berhasil diresmikan di Hong Kong dan memperkenalkan pelayanan Mobile GraPARI.
17. Tahun 2014. Telkomsel meluncurkan kembali kartu prabayarnya untuk kalangan muda yang kemudian dinamakan LOOP. Layanan 4G LTE secara komersial siap diluncurkan di Indonesia.
18. Tahun 2015. Telkomsel meresmikan GraPARI yang ada di Mekkah, Arab Saudi. Memperkenalkan TCASH Tap dan meluncurkan T-Drive yang merupakan solusi asisten berkendara dengan cerdas.
19. Tahun 2016. Telkomsel meresmikan GraPARI digital pertamanya di Mall Pondok Indah 3. Memperkenalkan T-Bike, layanan Telkomsel yang terkoneksi dengan sepeda motor berhasil diluncurkan. TCASH bersama BTPN juga menghadirkan TCASH Extra, layanan keuangan yang menghubungkan tabungan dan uang elektronik pertama di Indonesia.
20. Tahun 2017. Telkomsel kembali menghadirkan layanan GraPARI secara virtual. Menghadirkan Telkomsel *Fleetsight*, layanan Internet of Things (IoT) untuk

solusi pengelolaan kendaraan atau armada perusahaan serta melakukan uji coba teknologi 5G pertama di Indonesia.

21. Tahun 2018. Telkomsel memelopori komersialisasi teknologi *Narrowband Internet of Things (NB-IoT)*, meluncurkan MAXstream, layanan video *on demand* untuk bisa dinikmati tayangannya yang premium lokal dan internasional. Merilis aplikasi mobile game pertama, 'ShellFire' dan menghadirkan pengalaman teknologi 5G pada perhelatan Asian Games tahun 2018.
22. Tahun 2019. Telkomsel melakukan transformasi layanan keuangan elektronik TCASH menjadi LinkAja, menghadirkan by.U, layanan seluler prabayar digital pertama di Indonesia, melakukan uji coba dan demo jaringan 5G untuk segmen industri serta melakukan uji coba panggilan video call menggunakan jaringan 5G pertama di Indonesia.
23. Tahun 2021. Telkomsel meluncurkan jaringan 5G pada tanggal 27 Mei dengan sinyal yang hanya bisa didapat di Kelapa Gading dan Pantai Indah Kapuk di Jakarta Utara, Pondok Indah dan Widya Chandra di Jakarta Selatan, Bumi Serpong Damai dan Alam Sutera di Tangerang Selatan, serta Batam. Telkomsel juga meluncurkan logo baru dalam acara penghargaan Telkomsel Awards 2021 yang disiarkan secara langsung di RCTI, MAXstream dan YouTube pada tanggal 18 Juni, melakukan perubahan nama kartuHalo menjadi Telkomsel Halo serta peleburan simPATI, Kartu As dan LOOP menjadi Telkomsel PraBayar.

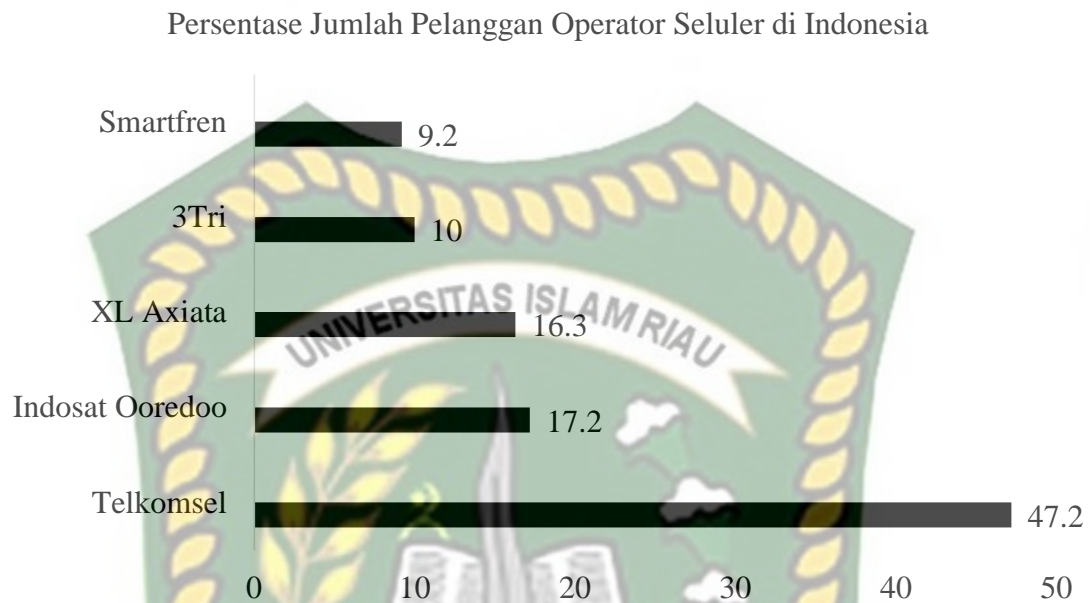
Secara keseluruhan, jumlah pelanggan operator seluler yang ada di Indonesia pada tahun 2021 menurut Garuda, Telkomsel memiliki pelanggan terbanyak yaitu

sekitar 165 juta, di susul oleh Indosat Ooredoo 60 juta, XL Axiata 57 juta, 3Tri 35 juta, dan Smartfren 32 juta. Dari total SIMCard yang berjumlah sekitar 350 juta dan digunakan oleh 272 juta penduduk Indonesia.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Gambar 4.1 Persentase Jumlah Pelanggan Operator Seluler di Indonesia



Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211111123003-213-719673/timbang-timbang-merger-susulan-usai-indosat-tri>

4.2 Visi dan Misi Telkomsel

4.2.1 Visi Telkomsel

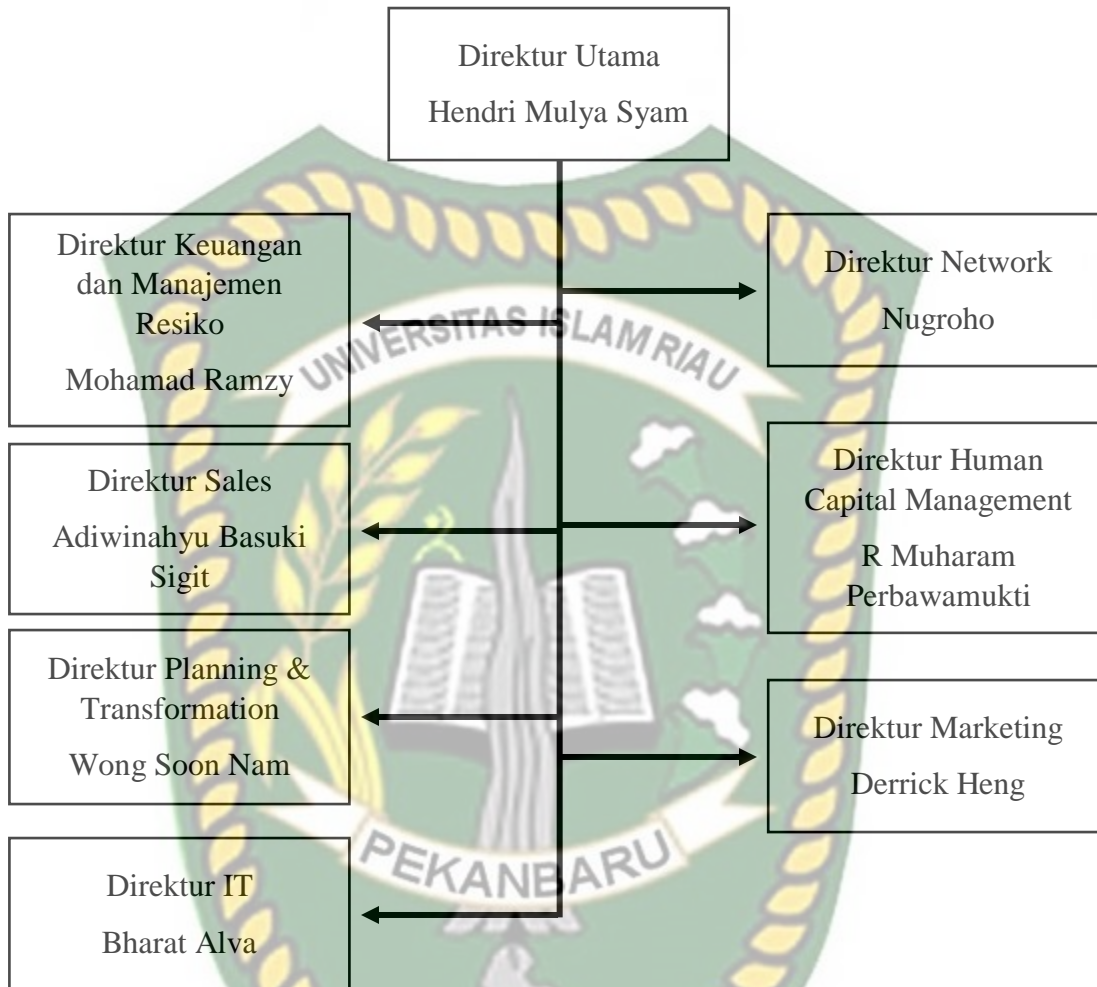
Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya.

4.2.2 Misi Telkomsel

Memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

4.3 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkomsel

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkomsel



(Sumber: <https://www.telkomsel.com/en/about-us/board-directors>)

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identifikasi Responden

Untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis menggunakan sampel sebagai responden penelitian yang terdiri dari 85 orang sebagai pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau. Kuesioner yang diberikan kepada responden tersebut dikembalikan sepenuhnya karena setiap pertanyaan yang mereka jawab diharapkan dapat membawa manfaat bagi penulis selaku peneliti demi perkembangan ilmu pengetahuan mahasiswa terutama yang berasal dari wilayah tersebut. Kuesioner yang diberikan kepada responden berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga yang masalah tersebut dipertanyakan untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Adapun masalah yang diteliti yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau. Beberapa karakteristik responden dalam penelitian ini akan dijelaskan yaitu sebagai berikut:

5.1.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada tabel 5.1 yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 5.1

Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	45	52,9
2	Perempuan	40	47,1
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak menjadi pengguna layanan Telkomsel adalah yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 45 orang (52,9%), sedangkan perempuan berjumlah 40 orang (47,1%).

5.1.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan Umur dapat dilihat pada tabel 5.2 yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 5.2

Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	17 – 25 tahun	38	44,7
2	26 – 33 tahun	25	29,4
3	34 – 42 tahun	12	14,1
4	43 – 50 tahun	10	11,8
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa umur responden yang paling banyak menjadi pengguna layanan Telkomsel adalah yang berumur 17-25 tahun berjumlah 38 orang (44,7%), umur 26-33 tahun berjumlah 25 orang (29,4%), umur 34-42 tahun berjumlah 12 orang (14,1%), sedangkan umur 43-50 tahun berjumlah 10 orang (11,8%).

5.1.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada tabel 5.3 yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 5.3

Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Wirausahawan	21	24,7
2	Petani/Pekebun	23	27,1
3	Pelajar/Mahasiswa	20	23,5
4	Aparatur/Pejabat Negara/Tenaga Pengajar	21	24,7
	Jumlah	85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang paling banyak menjadi pengguna layanan Telkomsel adalah yang bekerja sebagai wirausahawan berjumlah 21 orang (24,7%), petani atau pekebun berjumlah 23 orang (27,1%), pelajar atau mahasiswa berjumlah 20 orang (23,5%), sedangkan aparatur atau pejabat negara atau tenaga pengajar berjumlah 21 orang (24,7%).

5.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas mampu menunjukkan suatu data bisa dikatakan valid atau sah. Suatu kuesioner akan dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan yang ada mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Hasil uji validitas data untuk setiap variabel yang ada dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.4 sebagai berikut:

Tabel 5.4

Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel a = 0,05	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,474	0,213	0,000	Valid
	X1.2	0,397	0,213	0,000	Valid
	X1.3	0,609	0,213	0,000	Valid
	X1.4	0,413	0,213	0,000	Valid
	X1.5	0,473	0,213	0,000	Valid
	X1.6	0,777	0,213	0,000	Valid
	X1.7	0,709	0,213	0,000	Valid
	X1.8	0,662	0,213	0,000	Valid

Variabel	Indikator	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel a = 0,05	Sig.	Keterangan
	X1.9	0,592	0,213	0,000	Valid
	X1.10	0,510	0,213	0,000	Valid
	X1.11	0,716	0,213	0,000	Valid
	X1.12	0,581	0,213	0,000	Valid
	X1.13	0,775	0,213	0,000	Valid
	X1.14	0,662	0,213	0,000	Valid
	X1.15	0,594	0,213	0,000	Valid
	X1.16	0,592	0,213	0,000	Valid
	X1.17	0,542	0,213	0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,828	0,213	0,000	Valid
	X2.2	0,764	0,213	0,000	Valid
	X2.3	0,764	0,213	0,000	Valid
	X2.4	0,734	0,213	0,000	Valid
	X2.5	0,728	0,213	0,000	Valid
	X2.6	0,400	0,213	0,000	Valid
	X2.7	0,708	0,213	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,824	0,213	0,000	Valid
	Y.2	0,753	0,213	0,000	Valid
	Y.3	0,761	0,213	0,000	Valid
	Y.4	0,616	0,213	0,000	Valid
	Y.5	0,778	0,213	0,000	Valid
	Y.6	0,743	0,213	0,000	Valid
	Y.7	0,737	0,213	0,000	Valid
	Y.8	0,671	0,213	0,000	Valid
	Y.9	0,552	0,213	0,000	Valid

Variabel	Indikator	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel a = 0,05	Sig.	Keterangan
	Y.10	0,637	0,213	0,000	Valid
	Y.11	0,613	0,213	0,000	Valid
	Y.12	0,727	0,213	0,000	Valid
	Y.13	0,706	0,213	0,000	Valid
	Y.14	0,758	0,213	0,000	Valid

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap indikator yang ada di variabel-variabel yang diteliti memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Dimana r tabelnya pada penelitian ini adalah 0,213. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang ada di dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran suatu data dengan menggunakan suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang. Suatu penelitian dapat di andalkan apabila mampu memberikan hasil yang konsisten setiap kali dilakukan pengukuran yang sama. Singkatnya, reliabilitas atau keandalan dapat diartikan sebagai konsistensi dari serangkaian pengukuran yang dilakukan.

Hasil uji reliabilitas data untuk setiap variabel yang ada dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.5 sebagai berikut:

Tabel 5.5

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,882	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,830	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,921	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel-variabel yang diteliti memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar daripada koefisien reliabilitas. Dimana koefisien reliabilitas pada penelitian ini adalah 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang ada di dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

5.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

5.3.1 Berwujud (*tangible*)

Berwujud adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut adalah hal yang berwujud nyata. Berikut lima pernyataan mengenai *tangible* yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.2.1.1 Sim card (kartu sim) Telkomsel

Tabel 5.6

Tanggapan responden terhadap sim card (kartu sim) Telkomsel

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	55	64,7
2	Setuju	18	21,2
3	Netral	12	14,1
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 55 orang atau 64,7%, yang menyatakan setuju sebanyak 18 orang atau 21,2%, dan yang menyatakan netral sebanyak 12 orang atau 14,1%.

5.2.1.2 Voucher internet Telkomsel

Tabel 5.7

Tanggapan responden terhadap voucher internet Telkomsel

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	42	49,4
2	Setuju	26	30,6
3	Netral	15	17,6
4	Tidak setuju	2	2,3
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 42 orang atau 49,4%, yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang atau 30,6%, yang menyatakan netral sebanyak 15 orang atau 17,6%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,3%.

5.2.1.3 Menara jaringan Telkomsel

Tabel 5.8

Tanggapan responden terhadap menara jaringan Telkomsel

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	50	58,8
2	Setuju	26	30,6
3	Netral	8	9,4
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 50 orang atau 58,8%, yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang atau 30,6%, yang menyatakan netral sebanyak 8 orang atau 9,4%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.2.1.4 GraPARI Telkomsel

Tabel 5.9

Tanggapan responden terhadap GraPARI Telkomsel

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	26	30,6
2	Setuju	30	35,3
3	Netral	27	31,8
4	Tidak setuju	2	2,3
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 26 orang atau 30,6%, yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang atau 35,3%, yang menyatakan netral sebanyak 27 orang atau 31,8%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,3%.

5.2.1.5 Gedung perusahaan Telkomsel

Tabel 5.10

Tanggapan responden terhadap gedung perusahaan Telkomsel

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	23	27,1
2	Setuju	31	36,5
3	Netral	29	34,1
4	Tidak setuju	1	1,2

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 23 orang atau 27,1%, yang menyatakan setuju sebanyak 31 orang atau 36,5%, yang menyatakan netral sebanyak 29 orang atau 34,1%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.3.2 Keandalan (*reliability*)

Keandalan adalah kemampuan pihak perusahaan dalam memberikan layanan bagi pelanggannya dengan baik yang sesuai dengan harapan dan hal tersebut bisa dibidang lebih bersifat abstrak karena manfaatnya hanya bisa dirasakan tanpa bisa disentuh. Berikut tiga pernyataan mengenai *reliability* yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.2.2.1 Penggelaran jaringan hingga ke pelosok daerah

Tabel 5.11

Tanggapan responden terhadap penggelaran jaringan hingga ke pelosok daerah

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	33	38,8

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
2	Setuju	46	54,1
3	Netral	5	5,9
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 33 orang atau 38,8%, yang menyatakan setuju sebanyak 46 orang atau 54,1%, yang menyatakan netral sebanyak 5 orang atau 5,9%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.2.2.2 Perubahan jaringan dari generasi ke generasi semakin sempurna

Tabel 5.12

Tanggapan responden terhadap perubahan jaringan dari generasi ke generasi semakin sempurna

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	24	28,2
2	Setuju	47	55,3
3	Netral	11	12,9
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	2	2,3
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 24 orang atau 28,2%, yang menyatakan setuju sebanyak 47 orang atau 55,3%, yang menyatakan netral sebanyak 11 orang atau 12,9%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,3%.

5.2.2.3 Tarif produk dan layanan yang semakin terjangkau

Tabel 5.13

Tanggapan responden terhadap tarif produk dan layanan yang semakin terjangkau

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	19	22,3
2	Setuju	27	31,8
3	Netral	28	32,9
4	Tidak setuju	7	8,2
5	Sangat tidak setuju	4	4,7
	Jumlah	85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 19 orang atau 22,3%, yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang atau 31,8%, yang menyatakan netral sebanyak 28 orang atau 32,9%, yang menyatakan tidak setuju

sebanyak 7 orang atau 8,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,7%.

5.3.3 Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya Tanggap adalah tentang bagaimana pihak perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan para pelanggannya. Berikut tiga pernyataan mengenai *responsiveness* yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.2.3.1 Kecepatan jaringan 4G dan kini 5G pun sudah mulai bisa di akses dibeberapa kota

Tabel 5.14

Tanggapan responden terhadap kecepatan jaringan 4G dan kini 5G pun sudah mulai bisa di akses dibeberapa kota

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	22	25,9
2	Setuju	38	44,7
3	Netral	21	24,7
4	Tidak setuju	4	4,7
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 22 orang atau 25,9%, yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang atau 44,7%, yang menyatakan

netral sebanyak 21 orang atau 24,7%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,7%.

5.2.3.2 Berupaya mempertahankan layanan dengan tujuan layanan tersebut dapat terus dalam keadaan yang stabil dengan cara melakukan perawatan secara berkala terutama ketika terjadi gejala yang dapat menyebabkan kerusakan yang tidak diinginkan

Tabel 5.15

Tanggapan responden terhadap berupaya mempertahankan layanan dengan tujuan layanan tersebut dapat terus dalam keadaan yang stabil dengan cara melakukan perawatan secara berkala terutama ketika terjadi gejala yang dapat menyebabkan kerusakan yang tidak diinginkan

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	26	30,6
2	Setuju	50	58,8
3	Netral	9	10,6
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 26 orang atau 30,6%, yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang atau 58,8%, dan yang menyatakan netral sebanyak 9 orang atau 10,6%.

5.2.3.3 Melakukan perbaikan jaringan secepat dan sebaik mungkin jika terjadi masalah kerusakan

Tabel 5.16

Tanggapan responden terhadap melakukan perbaikan jaringan secepat dan sebaik mungkin jika terjadi masalah kerusakan

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	30	35,3
2	Setuju	38	44,7
3	Netral	16	18,8
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 30 orang atau 35,3%, yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang atau 44,7%, yang menyatakan netral sebanyak 16 orang atau 18,8%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.3.4 Jaminan (*assurance*)

Jaminan adalah yang berkaitan dengan kepastian yang didapat pelanggan dari perusahaan atas penggunaan produk perusahaan. Berikut tiga pernyataan mengenai *assurance* yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.2.4.1 Perlindungan dan keamanan data pelanggan

Tabel 5.17

Tanggapan responden terhadap perlindungan dan keamanan data pelanggan

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	46	54,1
2	Setuju	30	35,3
3	Netral	7	8,2
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
	Jumlah	85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 46 orang atau 54,1%, yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang atau 35,3%, yang menyatakan netral sebanyak 7 orang atau 8,2%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.2.4.2 Jaminan jaringan yang stabil

Tabel 5.18

Tanggapan responden terhadap Jaminan jaringan yang stabil

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	27	31,8

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
2	Setuju	33	38,8
3	Netral	23	27,1
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 27 orang atau 31,8%, yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang atau 38,8%, yang menyatakan netral sebanyak 23 orang atau 27,1%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.2.4.3 Pembaruan layanan

Tabel 5.19

Tanggapan responden terhadap Pembaruan layanan

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	22	25,9
2	Setuju	44	51,8
3	Netral	19	22,3
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 22 orang atau 25,9%, yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang atau 51,8%, dan yang menyatakan netral sebanyak 19 orang atau 22,3%.

5.3.5 Empati (*emphaty*)

Empati adalah kemampuan yang dimiliki untuk dapat merasakan keadaan emosional orang lain, seperti simpati dan mencoba membantu menyelesaikan masalah orang lain tersebut. Berikut tiga pernyataan mengenai *emphaty* yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.2.5.1 Memberitahukan promosi-promosi yang ada melalui pesan singkat

Tabel 5.20

Tanggapan responden terhadap memberitahukan promosi-promosi yang ada melalui pesan singkat

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	16	18,8
2	Setuju	48	56,5
3	Netral	19	22,3
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 16 orang atau 18,8%, yang

menyatakan setuju sebanyak 48 orang atau 56,5%, yang menyatakan netral sebanyak 19 orang atau 22,3%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.2.5.2 Kebijakan-kebijakan Telkomsel dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan melalui *customer service* dan email cs@telkomsel.co.id

Tabel 5.21

Tanggapan responden terhadap kebijakan-kebijakan Telkomsel dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan melalui *customer service* dan email cs@telkomsel.co.id

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	17	20,0
2	Setuju	43	50,6
3	Netral	24	28,2
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 17 orang atau 20,0%, yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang atau 50,6%, yang menyatakan

netral sebanyak 24 orang atau 28,2%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.2.5.3 Memberikan informasi yang jelas dan terpercaya melalui aplikasi MyTelkomsel

Tabel 5.22

Tanggapan responden terhadap memberikan informasi yang jelas dan terpercaya melalui aplikasi MyTelkomsel

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	27	31,8
2	Setuju	51	60,0
3	Netral	6	7,1
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 27 orang atau 31,8%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang atau 60,0%, yang menyatakan netral sebanyak 6 orang atau 7,1%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

Tabel 5.23

Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Keterangan	Frekuensi					Jumlah
			SS	S	N	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
1	Sim card (kartu sim) Telkomsel	Frekuensi	55	18	12	0	0	85
		Skor	275	72	36	0	0	383
2	Voucher internet Telkomsel	Frekuensi	42	26	15	2	0	85
		Skor	210	104	45	4	0	363
3	Menara jaringan Telkomsel	Frekuensi	50	26	8	0	1	85
		Skor	250	104	24	0	1	379
4	GraPARI Telkomsel	Frekuensi	26	30	27	2	0	85
		Skor	130	120	81	4	0	335
5	Gedung perusahaan Telkomsel	Frekuensi	23	31	29	1	1	85
		Skor	115	124	87	2	1	329
6	Penggelaran jaringan hingga ke pelosok daerah	Frekuensi	33	46	5	0	1	85
		Skor	165	184	15	0	1	365
7	Perubahan jaringan dari generasi ke generasi semakin sempurna	Frekuensi	24	47	11	1	2	85
		Skor	120	188	33	2	2	345
8	Tarif produk dan layanan yang semakin terjangkau	Frekuensi	19	27	28	7	4	85
		Skor	95	108	84	14	4	305
9	Kecepatan jaringan 4G dan kini 5G pun sudah mulai bisa di akses di beberapa kota	Frekuensi	22	38	21	4	0	85
		Skor	110	152	63	8	0	333
10	Berupaya	Frekuensi	26	50	9	0	0	85

No	Pernyataan	Keterangan	Frekuensi					Jumlah
			SS	S	N	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
	mempertahankan layanan dengan tujuan layanan tersebut dapat terus dalam keadaan yang stabil dengan cara melakukan perawatan secara berkala terutama ketika terjadi gejala yang dapat menyebabkan kerusakan yang tidak diinginkan	Skor	130	200	27	0	0	357
11	Melakukan perbaikan jaringan secepat dan sebaik mungkin jika terjadi masalah kerusakan	Frekuensi	30	38	16	0	1	85
		Skor	150	152	48	0	1	351
12	Perlindungan dan keamanan data pelanggan	Frekuensi	46	30	7	1	1	85
		Skor	230	120	21	2	1	374
13	Jaminan jaringan yang stabil	Frekuensi	27	33	23	1	1	85
		Skor	135	132	69	2	1	339
14	Pembaruan layanan	Frekuensi	22	44	19	0	0	85
		Skor	110	176	57	0	0	343
15	Memberitahukan promosi-promosi yang ada melalui pesan singkat	Frekuensi	16	48	19	1	1	85
		Skor	80	192	57	2	1	332
16	Kebijakan-kebijakan Telkomsel dalam membantu	Frekuensi	17	43	24	1	0	85
		Skor	85	172	72	2	0	331

No	Pernyataan	Keterangan	Frekuensi					Jumlah
			SS	S	N	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
	menyelesaikan keluhan pelanggan melalui <i>customer service</i> dan email <i>cs@telkomsel.co.id</i>							
17	Memberikan informasi yang jelas dan terpercaya melalui aplikasi MyTelkomsel	Frekuensi	27	51	6	0	1	85
		Skor	135	204	18	0	1	358
Jumlah Frekuensi			505	626	279	21	14	1445
Jumlah Skor			2525	2504	837	42	14	5922

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel rekapitulasi diatas mengenai variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau, maka dapat dilihat nilai terendah dan nilai tertinggi sebagai berikut:

$$\text{Nilai Maksimal} = 17 \times 5 \times 85 = 7225$$

$$\text{Nilai Minimal} = 17 \times 1 \times 85 = 1445$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{7225 - 1445}{5} = \frac{5780}{5} = 1156$$

Untuk dapat mengetahui tingkat kategori tinggi rendahnya skala mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau, maka dapat ditentukan sebagai berikut:

Sangat baik = 6069 - 7225

Baik = **4913 - 6069**

Cukup = 3757 - 4913

Tidak Baik = 2601 - 3757

Sangat Tidak Baik = 1445 - 2601

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah skor untuk variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki jumlah skor sebesar 5922 yang berada pada rentang 4913 – 6069 yang berada dalam kategori baik.



5.4 Analisis Deskriptif Variabel Harga

5.4.1 Tingkat Harga

Tingkat harga adalah ukuran dari harga secara keseluruhan untuk suatu barang atau jasa dalam perekonomian selama interval tertentu yang biasanya seseuai dengan harga umum. Berikut tiga pernyataan mengenai tingkat harga yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.3.1.1 Keterjangkauan harga

Tabel 5.24

Tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	18	21,2
2	Setuju	25	29,4
3	Netral	35	41,2
4	Tidak setuju	6	7,1
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 18 orang atau 21,2%, yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang atau 29,4%, yang menyatakan netral sebanyak 35 orang atau 41,2%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 7,1%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.3.1.2 Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Tabel 5.25

Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	17	20,0
2	Setuju	42	49,4
3	Netral	23	27,1
4	Tidak setuju	2	2,3
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 17 orang atau 20,0%, yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang atau 49,4%, yang menyatakan netral sebanyak 23 orang atau 27,1%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,3%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.3.1.3 Kesesuaian harga dengan manfaat

Tabel 5.26

Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	18	21,2
2	Setuju	39	45,9

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
3	Netral	26	30,6
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
	Jumlah	85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 18 orang atau 21,2%, yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang atau 45,9%, yang menyatakan netral sebanyak 26 orang atau 30,6%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.4.2 Potongan Harga

Potongan harga adalah strategi yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pengurangan harga suatu barang atau jasa dari harga yang sebelumnya sudah ditetapkan untuk menciptakan *impulsif buying* demi meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa. Berikut dua pernyataan mengenai potongan harga yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.4.2.1 Promo harga murah untuk kuota data di awal bulan

Tabel 5.27

Tanggapan responden terhadap promo harga murah untuk kuota data di awal bulan

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	20	23,5
2	Setuju	33	38,8
3	Netral	20	23,5
4	Tidak setuju	11	12,9
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 20 orang atau 23,5%, yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang atau 38,8%, yang menyatakan netral sebanyak 20 orang atau 23,5%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11 orang atau 12,9%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.4.2.2 Beli pulsa pakai LinkAja, GoPay dan ShopeePay dapat cashback

Tabel 5.28

Tanggapan responden terhadap beli pulsa pakai LinkAja, GoPay dan ShopeePay dapat cashback

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	16	18,8
2	Setuju	24	28,2
3	Netral	25	29,4
4	Tidak setuju	17	20,0
5	Sangat tidak setuju	3	3,5

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
	Jumlah	85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 16 orang atau 18,8%, yang menyatakan setuju sebanyak 24 orang atau 28,2%, yang menyatakan netral sebanyak 25 orang atau 29,4%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17 orang atau 20,0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,5%.

5.4.3 Cara Pembayaran

Cara pembayaran adalah cara yang dilakukan oleh pelanggan untuk membayar suatu barang atau jasa. Berikut dua pernyataan mengenai cara pembayaran yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.3.3.1 Prabayar

Tabel 5.29

Tanggapan responden terhadap prabayar

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	31	36,5
2	Setuju	33	38,8
3	Netral	21	24,7
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
	Jumlah	85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 31 orang atau 36,5%, yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang atau 38,8%, dan yang menyatakan netral sebanyak 21 orang atau 24,7%.

5.3.3.2 Pascabayar

Tabel 5.30

Tanggapan responden terhadap pascabayar

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	5	5,9
2	Setuju	18	22,2
3	Netral	32	37,6
4	Tidak setuju	21	24,7
5	Sangat tidak setuju	9	10,6
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 5 orang atau 5,9%, yang menyatakan setuju sebanyak 18 orang atau 22,2%, yang menyatakan netral sebanyak 32 orang atau 37,6%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 21 orang atau 24,7%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang atau 10,6%.

Tabel 5.31

Rekapitulasi Jawaban Variabel Harga

No	Pernyataan	Keterangan	Frekuensi					Jumlah
			SS	S	N	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
1	Keterjangkauan harga	Frekuensi	18	25	35	6	1	85
		Skor	90	100	105	12	1	308
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Frekuensi	17	42	23	2	1	85
		Skor	85	168	69	4	1	327
3	Kesesuaian harga dengan manfaat	Frekuensi	18	39	26	1	1	85
		Skor	90	156	78	2	1	327
4	Promo harga murah untuk kuota data di awal bulan	Frekuensi	20	33	20	11	1	85
		Skor	100	132	60	22	1	315
5	Beli pulsa pakai LinkAja, GoPay dan ShopeePay dapat cashback	Frekuensi	16	24	25	17	3	85
		Skor	80	96	75	34	3	288
6	Prabayar	Frekuensi	31	33	21	0	0	85
		Skor	155	132	63	0	0	350
7	Pascabayar	Frekuensi	5	18	32	21	9	85
		Skor	25	72	96	42	9	244
Jumlah Frekuensi			125	214	182	58	16	595
Jumlah Skor			625	856	546	116	16	2159

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel rekapitulasi diatas mengenai variabel independen yaitu variabel harga (X₂) terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di

Kecamatan Talang Muandau, maka dapat dilihat nilai terendah dan nilai tertinggi sebagai berikut:

$$\text{Nilai Maksimal} = 7 \times 5 \times 85 = 2975$$

$$\text{Nilai Minimal} = 7 \times 1 \times 85 = 595$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{2975 - 595}{5} = \frac{2380}{5} = 476$$

Untuk dapat mengetahui tingkat kategori tinggi rendahnya skala mengenai harga terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau, maka dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Sangat baik} = 2499 - 2975$$

$$\text{Baik} = 2023 - 2499$$

$$\text{Cukup} = 1547 - 2023$$

$$\text{Tidak Baik} = 1071 - 1547$$

$$\text{Sangat Tidak Baik} = 595 - 1071$$

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah skor untuk variabel harga (X2) memiliki jumlah skor sebesar 2159 yang berada pada rentang yang berada dalam kategori baik.

5.5 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

5.5.1 Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lainnya untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan pada tempat tertentu. Berikut tiga pernyataan mengenai harga yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.4.1.1 Keterjangkauan harga

Tabel 5.32

Tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	15	17,6
2	Setuju	32	37,6
3	Netral	33	38,8
4	Tidak setuju	5	5,9
5	Sangat tidak setuju	-	-
	Jumlah	85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 15 orang atau 17,6%, yang menyatakan setuju sebanyak 32 orang atau 37,6%, yang menyatakan netral sebanyak 33 orang atau 38,8%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5,9%.

5.4.1.2 Kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saingnya

Tabel 5.33

Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saingnya

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	15	17,6
2	Setuju	37	43,5
3	Netral	30	35,3
4	Tidak setuju	3	3,5
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 15 orang atau 17,6%, yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang atau 43,5%, yang menyatakan netral sebanyak 30 orang atau 35,3%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,5%.

5.4.1.3 Kesesuaian harga dengan manfaat atau fungsinya

Tabel 5.34

Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat atau fungsinya

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	15	17,6

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
2	Setuju	39	45,9
3	Netral	29	34,1
4	Tidak setuju	2	2,3
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 15 orang atau 17,6%, yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang atau 45,9%, yang menyatakan netral sebanyak 29 orang atau 34,1%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,3%.

5.5.2 *Service Quality*

Service quality adalah kemampuan suatu perusahaan dalam membantu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya, dimana kinerjanya akan bergantung pada seberapa tinggi kualitas dari pelayanan tersebut. Berikut tiga pernyataan mengenai *service quality* yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.4.2.1 Kualitas pelayanan yang menyentuh seluruh jangkauan wilayah jaringan hingga ke pelosok negeri

Tabel 5.35

Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang menyentuh seluruh jangkauan wilayah jaringan hingga ke pelosok negeri

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	26	30,6
2	Setuju	43	50,6
3	Netral	14	16,5
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 26 orang atau 30,6%, yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang atau 50,6%, yang menyatakan netral sebanyak 14 orang atau 16,5%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.4.2.2 Kebijakan perusahaan dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tanggap

Tabel 5.36

Tanggapan responden terhadap kebijakan perusahaan dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tanggap

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	21	24,7
2	Setuju	37	43,5
3	Netral	26	30,6
4	Tidak setuju	-	-

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 21 orang atau 24,7%, yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang atau 43,5%, yang menyatakan netral sebanyak 26 orang atau 30,6%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.4.2.3 Perbaruan layanan ke arah lebih baik dan selalu berusaha untuk memperbaikinya

Tabel 5.37

Tanggapan responden terhadap pembaruan layanan ke arah lebih baik dan selalu berusaha untuk memperbaikinya

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	25	29,4
2	Setuju	42	49,4
3	Netral	17	20,0
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 25 orang atau 29,4%, yang

menyatakan setuju sebanyak 42 orang atau 49,4%, yang menyatakan netral sebanyak 17 orang atau 20,0%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.5.3 Biaya dan Kemudahan

Biaya dan kemudahan adalah suatu pengorbanan yang dilakukan atau dikeluarkan oleh pelanggan untuk bisa mendapatkan produk atau pelayanan tersebut dengan mudah, murah dan nyaman. Berikut dua pernyataan mengenai biaya dan kemudahan yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.4.3.1 Efisien dalam memperoleh layanan

Tabel 5.38

Tanggapan responden terhadap efisien dalam memperoleh layanan

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	19	22,3
2	Setuju	44	51,8
3	Netral	22	25,9
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 19 orang atau 22,3%, yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang atau 51,8%, dan yang menyatakan netral sebanyak 22 orang atau 25,9%.

5.4.3.2 Mudah untuk memperoleh produk yang diinginkan

Tabel 5.39

Tanggapan responden terhadap mudah untuk memperoleh produk yang diinginkan

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	15	17,6
2	Setuju	55	64,7
3	Netral	14	16,5
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 15 orang atau 17,6%, yang menyatakan setuju sebanyak 55 orang atau 64,7%, yang menyatakan netral sebanyak 14 orang atau 16,5%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.5.4 Harapan

Harapan adalah suatu bentuk yang mendasar dari kepercayaan akan sesuatu yang diinginkan atau suatu kejadian akan berbuah kebaikan di waktu yang akan datang. Berikut tiga pernyataan mengenai harapan yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.4.4.1 Pelayanan yang cepat, nyaman dan aman

Tabel 5.40

Tanggapan responden terhadap pelayanan yang cepat, nyaman dan aman

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	47	55,3
2	Setuju	33	38,8
3	Netral	5	5,9
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 47 orang atau 55,3%, yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang atau 38,8%, dan yang menyatakan netral sebanyak 5 orang atau 5,9%.

5.4.4.2 Harga pulsa dan paket data yang terjangkau

Tabel 5.41

Tanggapan responden terhadap harga pulsa dan paket data yang terjangkau

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	39	45,9
2	Setuju	23	27,1
3	Netral	19	22,3
4	Tidak setuju	3	3,5

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
5	Sangat tidak setuju	1	1,2
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 39 orang atau 45,9%, yang menyatakan setuju sebanyak 23 orang atau 27,1%, yang menyatakan netral sebanyak 19 orang atau 22,3%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,5%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.4.4.3 Tarif telepon dan sms yang terjangkau

Tabel 5.42

Tanggapan responden terhadap tarif telepon dan sms yang terjangkau

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	41	48,2
2	Setuju	22	25,9
3	Netral	22	25,9
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 41 orang atau 48,2%, yang

menyatakan setuju sebanyak 22 orang atau 25,9%, dan yang menyatakan netral sebanyak 22 orang atau 25,9%.

5.5.5 Kinerja

Kinerja adalah hasil kerja seseorang atau sekelompok orang yang berkualitas dalam menjalankan pekerjaan yang dibebankan kepadanya, singkatnya kinerja ialah tingkat keberhasilan seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya. Berikut tiga pernyataan mengenai kinerja yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

5.4.5.1 Keberadaan sinyal yang kuat dan stabil

Tabel 5.43

Tanggapan responden terhadap keberadaan sinyal yang kuat dan stabil

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	24	28,2
2	Setuju	31	36,5
3	Netral	29	34,1
4	Tidak setuju	1	1,2
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 24 orang atau 28,2%, yang menyatakan setuju sebanyak 31 orang atau 36,5%, yang menyatakan

netral sebanyak 29 orang atau 34,1%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,2%.

5.4.5.2 Kemudahan mendapatkan isi ulang pulsa

Tabel 5.44

Tanggapan responden terhadap kemudahan mendapatkan isi ulang pulsa

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	25	29,4
2	Setuju	42	49,4
3	Netral	18	21,2
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 25 orang atau 29,4%, yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang atau 49,4%, dan yang menyatakan netral sebanyak 18 orang atau 21,2%.

5.4.5.3 Kelengkapan pilihan tarif untuk kuota telpon dan sms

Tabel 5.45

Tanggapan responden terhadap kelengkapan pilihan tarif untuk kuota

telpon dan sms

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	21	24,7

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
2	Setuju	25	29,4
3	Netral	39	45,9
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah		85	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa yang menyatakan sangat setuju adalah sebanyak 21 orang atau 24,7%, yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang atau 29,4%, dan yang menyatakan netral sebanyak 39 orang atau 45,9%.

Tabel 5.46

Rekapitulasi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Keterangan	Frekuensi					Jumlah
			SS	S	N	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
1	Keterjangkauan harga	Frekuensi	15	32	33	5	0	85
		Skor	75	128	99	10	0	312
2	Kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saingnya	Frekuensi	15	37	30	3	0	85
		Skor	75	148	90	6	0	319
3	Kesesuaian harga dengan manfaat atau fungsinya	Frekuensi	15	39	29	2	0	85
		Skor	75	156	87	4	0	322
4	Kualitas pelayanan yang menyentuh seluruh jangkauan wilayah jaringan hingga ke pelosok negeri	Frekuensi	26	43	14	1	1	85
		Skor	130	172	42	2	1	347
5	Kebijakan perusahaan dalam membantu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tanggap	Frekuensi	21	37	26	0	1	85
		Skor	105	148	78	0	1	332
6	Pembaruan layanan ke arah lebih baik dan selalu berusaha untuk memperbaikinya	Frekuensi	25	42	17	1	0	85
		Skor	125	168	51	2	0	346
7	Efisien dalam memperoleh layanan	Frekuensi	19	44	22	0	0	85
		Skor	95	176	66	0	0	337
8	Mudah untuk	Frekuensi	15	55	14	1	0	85

No	Pernyataan	Keterangan	Frekuensi					Jumlah
			SS	S	N	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
	memperoleh produk yang diinginkan	Skor	75	220	42	2	0	339
9	Pelayanan yang cepat, nyaman dan aman	Frekuensi	47	33	5	0	0	85
		Skor	235	132	15	0	0	382
10	Harga pulsa dan paket data yang terjangkau	Frekuensi	39	23	19	3	1	85
		Skor	195	92	57	6	1	351
11	Tarif telepon dan sms yang terjangkau	Frekuensi	41	22	22	0	0	85
		Skor	205	88	66	0	0	359
12	Keberadaan sinyal yang kuat dan stabil	Frekuensi	24	31	29	1	0	85
		Skor	120	124	87	2	0	333
13	Kemudahan mendapatkan isi ulang pulsa	Frekuensi	25	42	18	0	0	85
		Skor	125	168	54	0	0	347
14	Kelengkapan pilihan tarif untuk kuota telpon dan sms	Frekuensi	21	25	39	0	0	85
		Skor	105	100	117	0	0	322
Jumlah Frekuensi			348	505	317	17	3	1190
Jumlah Skor			1740	2020	951	34	3	4748

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel rekapitulasi diatas mengenai variabel dependen yaitu variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau, maka dapat dilihat nilai terendah dan nilai tertinggi sebagai berikut:

$$\text{Nilai Maksimal} = 14 \times 5 \times 85 = 5950$$

$$\text{Nilai Minimal} = 14 \times 1 \times 85 = 1190$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{5950 - 1190}{5} = \frac{4760}{5} = 952$$

Untuk dapat mengetahui tingkat kategori tinggi rendahnya skala mengenai kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau, maka dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Sangat baik} = 4998 - 5950$$

$$\text{Baik} = 4046 - 4998$$

$$\text{Cukup} = 3094 - 4046$$

$$\text{Tidak Baik} = 2142 - 3094$$

$$\text{Sangat Tidak Baik} = 1190 - 2142$$

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah skor untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki jumlah skor sebesar 4748 yang berada pada rentang yang berada dalam kategori baik.

5.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) yaitu kepuasan pelanggan (Y) dan analisis ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 22.

Tabel 5.47
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 ¹ (Constant)	11.587	4.106		2.822	.006
Kualitas Pelayanan (X1)	.259	.081	.269	3.192	.002
Harga (X2)	1.033	.139	.626	7.419	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

$$Y = 11,587 + 0,259 X1 + 1,033 X2 + e$$

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 11,587 + 0,259 \text{ Kualitas Pelayanan} + 1,033 \text{ Harga} + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 11,587 menyatakan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki nilai 0, maka kepuasan pelanggan akan bernilai positif yaitu sebesar 11,587.

2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu sebesar 0,259. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,259.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu sebesar 1,033. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 1,033.

5.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang akan digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang kemudian peneliti akan mengujinya dengan berdasarkan Uji secara Simultan (Uji F) dan Uji secara Parsial (Uji t). Berikut hasil Uji secara Simultan dan Uji secara Parsial berdasarkan data olahan SPSS versi 22.

5.7.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara bersama-sama. Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Tabel 5.48

Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3418.955	2	1709.477	94.884	.000 ^b
	Residual	1477.351	82	18.016		
	Total	4896.306	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

1. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai F hitung sebesar $94,884 > 3,11$ dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

5.7.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara individual. Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Tabel 5.49

Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.587	4.106		2.822	.006
Kualitas Pelayanan (X1)	.259	.081	.269	3.192	.002
Harga (X2)	1.033	.139	.626	7.419	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

2. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai t hitung variabel X1 sebesar $3,192 > 1,989$ dan nilai Sig. variabel X1 sebesar $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai t hitung variabel X2 sebesar $7,419 > 1,989$ dan nilai Sig. variabel X2 sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

5.7.3 Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Hasil dari koefisien determinasi yang akan disajikan ke dalam tabel berikut merupakan uji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22.

Tabel 5.50

Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.698	.691	4.245

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai R Square = 0,698 yang artinya bahwa kemampuan kualitas pelayanan dan harga dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau adalah sebesar 69,8% atau dengan kata lain kualitas pelayanan dan harga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,8%. Sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.8 Pembahasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kemudian dijawab oleh responden untuk memperoleh data tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana

Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau. Pada penelitian ini yang menjadi responden di dominasi oleh laki-laki, responden yang paling banyak adalah yang berumur 17-25 tahun dan bekerja sebagai petani atau pekebun. Hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut menggambarkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki peranan penting dan pengaruh yang besar terhadap tingkat kepuasan mereka sebagai pengguna kartu perdana Telkomsel yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

Harga memiliki pengaruh yang besar dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

Kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang besar dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel yang bertempat tinggal di Kecamatan Talang Muandau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau, maka dapat disimpulkan hasilnya sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ketika menggunakan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau.
2. Variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa harga memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ketika menggunakan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau.
3. Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan dan harga memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ketika menggunakan kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Talang Muandau.

6.2 Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan diantaranya adalah saran untuk pihak perusahaan dan saran untuk peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan perhatiannya terhadap harga atau tarif yang dibanderol di setiap produk dan layanannya. Sehingga nantinya dengan harga yang terjangkau di setiap lapisan masyarakat terutama bagi kalangan tertentu yang sebelumnya sensitif terhadap harga dan kemudian mencari produk lain yang sesuai dengan kemampuan mereka justru berbalik menjadi bagian dari pelanggan yang setia. Akan tetapi tentunya hal tersebut juga harus didukung oleh kualitas layanannya dan secara terus menerus memperhatikan harga sebagai kriteria yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

2. Saran bagi peneliti

Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat terus menjadi semakin lengkap dan berkembang, terutama mengenai bahasa yang digunakan agar nantinya lebih mudah dipahami, penyajian permasalahan dan pembahasan yang lebih lengkap yang tentunya semua ini bertujuan untuk menciptakan penelitian yang lebih sempurna dan yang lebih bermanfaat lagi bagi semua orang. Sehingga penelitian yang dilakukan ini dapat menjadi referensi yang banyak membantu penelitian-penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Gofur, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (Ed.1 Cet 4). Rajawali Pers.
- Insyroh, W., & Setyowati, T. (2018). Determinan Kualitas Pelayanan, Harga dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 132–140. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16212>
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74. s
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. ., & Adare, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237–1245. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/5802/5335>
- Manus W., F., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Emba*, 3(2), 695–705.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113–125. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI DAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SIMPATI TELKOMSEL DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA*, 1(4), 2336–2346. <https://doi.org/10.1055/s-0032-1328522>
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 86–94.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Ed.1 Cet.1). Rajawali Pers.
- Pratama, B. S., Fathoni , SE, MM., A., & B Hashiolan SE, MM, L. (2017). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KARTU PERDANA TELKOMSEL. *Journal of Management*, 3(3), 1–15. <https://doi.org/10.1109/ICME.2017.8019456>
- Priambudi, R. P. G., & Setyowati, E. (2017). Analisa Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 433–450. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEM17/article/view/1202>

- Puspitasari, D., & Tjahjawati, S. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk kartuHALO Terhadap Kepuasan Pengguna. *Jurnal Bisnis Dan Investasi*, 2(3), 56–71.
- Ridaningsih, R., Restuti S.E., M.M, S., & Amsal MM, D. C. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Halo Pada Grapari Telkomsel Pekanbaru. *Jom Fekon*, 1(2), 1–15.
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian* (Cetakan 10). Alfabeta.
- Saleleng, N. C. M., Kojo, C., & Karuntu, M. (2014). KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1057–1067.
- SATI, N. R. (2012). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRA BAYAR INDOSAT IM3 (SURVEI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/4ujhw>
- Sujarweni, V. W. (2019a). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Sujarweni, V. W. (2019b). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustakabarupress.
- Untarini, N. (2016). 2016. *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRI DI SURABAYA*, 4(2), 103–108.

