

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Kelurahan Sukomanunggal

Wulandari Wulandari

STIE IBMT Surabaya

Email: wulandari.lan17@gmail.com

Iswati Iswati

STIE IBMT Surabaya

Email: iswatiibmt@gmail.com

Jl. Raya Kupang Baru No.8, Sonokwijenan, Kec. Sukomanunggal, Surabaya, Jawa Timur

Korespondensi penulis: wulandari.lan17@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research was to find out and analyze how much influence Customer Satisfaction and price have on customer purchasing decisions in Sukomanunggal Village. This research uses a quantitative method with a descriptive type. Withdrawal of samples using random sampling technique and the number of respondents as many as 100 people. The data analysis method used in this study is multiple regression analysis. The results of this study are that customer satisfaction has a significant and significant effect on Telkomsel card purchasing decisions as seen from the t count $>$ t table ($6.367 > 1.661$), and a significant level that is lower than 0.05, namely $0.003 > 0.05$. price has a significant and significant effect on Telkomsel card purchasing decisions as seen from the value of t count $>$ t table $6.524 > 1.661$ and sig $0.000 < 0.05$. Customer satisfaction and price have a significant effect on Telkomsel card purchasing decisions as seen from the value of t count $>$ t table f count $>$ f table ($108.994 > 3.090$) and a sig value of $0.000 < 0.05$ means that simultaneously all independent variables have significant and significant effect on the dependent variable.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Price, and Purchase Decisions*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko *Euro Sport* Surabaya. Metode yang dipakai adalah kuantitatif dengan jenis deskriptif. sampel untuk penelitian ini berjumlah 50 sampel dengan teknik pengambilan sampel random sampling sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. hasil penelitian bahwa Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Toko *Euro Sport* terlihat dari nilai t hitung $>$ t tabel ($4,744 > 1,678$), dan taraf signifikan yang lebih yang lebih rendah 0,05 yakni 0,000, harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Toko *Euro Sport* terlihat dari nilai t hitung $>$ t tabel ($2,237 > 1,678$), dan sig $0,030 > 0,05$, (Kualitas Produk dan Harga) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Toko *Euro Sport* terlihat dari nilai t hitung $>$ tabel f hitung $>$ f tabel ($79,992 > 3,195$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$ artinya secara simultan semua variabel bebas berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terkait, nilai R square senilai 27% Sedangkan sisanya adalah variabel yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Pada saat ini, peran teknologi komunikasi dan informasi semakin penting karena pemerintah melakukan social distancing dan physical distancing. Hal ini terjadi, akibat Pandemi Covid-19 (corona virus disease 2019) yang membuat akses pergerakan manusia terbatas. Oleh karena itu, untuk mengatasi pembatasan tersebut diterapkanlah teknologi informasi yang dapat memberikan keefisienan waktu dan biaya serta tenaga. Di berbagai bidang, teknologi informasi sangatlah bermanfaat, seperti di bidang pendidikan, bidang pemerintahan, bidang bisnis, dan bidang sosial. Bidang pendidikan manfaat teknologi

Received November 15, 2023; Accepted Desember 18, 2023; Accepted Februari 29, 2023

* Wulandari Wulandari, wulandari.lan17@gmail.com

informasi dilaksanakan dengan cara Class Online. Bidang pemerintahan dengan cara penyebaran informasi melalui website dan sarana komunikasi melalui video conference. Bidang bisnis dengan sistem e-commerce. Bidang sosial melalui media hiburan dan komunikasi serta sosial media. Bidang Kesehatan dengan cara mapping dan tracking data persebaran Covid-19. Di dalam bidang tersebut membutuhkan internet untuk bekerja dari rumah (*working from home* atau *distance learning*) yang dianjurkan pemerintah di masa pandemi ini. Sedangkan, internet membutuhkan sarana dan prasarana telekomunikasi. Adapun sarana dan prasarana telekomunikasi ini didukung oleh operator telekomunikasi. Salah satu operator telekomunikasi adalah telkomsel. Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler GSM kedua di Indonesia, dengan layanan pascabayar yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Pada November 1997 Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan prabayar GSM.

Telkomsel ini mengklaim sebagai operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia, dengan 26,9 juta pelanggan dan memiliki market share sebesar 55% (Maret 2006) dan pada tahun 2019 mengalami pertumbuhan positif dengan jumlah 59,6 %. Sedangkan menurut Ririe Adriansyah selaku direksi PT. Telkomsel Menurut Ririe, potensi digitalisasi Indonesia membutuhkan GDP Impact sebanyak US\$ 121 miliar pada tahun 2020-2025.

Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu simpati (prabayar), Kartu AS (prabayar), Loop (prabayar) serta Kartu HALO (pascabayar). Telkomsel selalu berusaha menyediakan layanan seluler seluas-luasnya berstandar layanan kelas global dan mengacu pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Menurut Tjiptono (2015: 146), “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Jadi, disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi.

Menyadari arti pentingnya kepuasan pelanggan, maka hal ini perlu diperhatikan oleh PT. Telkomsel, yakni sebuah perusahaan yang bergerak di bidang operator jasa telekomunikasi seluler dengan frekuensi jaringan operator 900/1800 GSM, di mana dalam menjalankan aktivitas usahanya, maka perusahaan perlu memperhatikan mengenai masalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian PT. Telkomsel adalah kepuasan pelanggan dan harga. Kedua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan harga tersebut menjadi variabel dalam penelitian ini.

Oleh karena itu, peneliti mengangkat Kelurahan Simomulyo sebagai tempat penelitian dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Kelurahan Sukomanunggal”.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2013:138) menyatakan kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika, kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika, kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan puas atau senang.

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika, kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Jika, kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Maka, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang. Perusahaan pemasaran terkemuka akan mencari cara sendiri untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan membeli kembali dan mereka akan memberitahu kepada yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak dari mereka janjikan. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas.

Harga

Harga merupakan sebuah nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang pada dasarnya diakui dalam satuan mata uang (Dollar, Rupiah, Yen, dan lain-lain). Sedangkan, definisi harga dari perspektif pemasaran yaitu satuan mata uang atau satuan alat ukur (termasuk barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar mendapatkan hak penggunaan atau kepemilikan suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2014:193).

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Setiyaningrum et al., 2015:128), mengatakan harga merupakan total semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan (benefit) atas kepemilikan atau pemakaian suatu produk atau jasa.

Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono. 2014:21).

Selanjutnya Kotler dan Keller (2012:227) menambahkan bahwa, proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah. Pencarian informasi, evaluasi alternatif yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh, sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey. (Sugiyono, 2015) penelitian survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat yang sudah ditetapkan atau populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis bersifat kuantitatif atau statistik. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh kepuasan pelanggan dan harga terhadap keputusan pembelian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dibawah ini dijabarkan responden yang menjadi sampel penelitian, penulis sudah menyebarkan sebanyak 100 buah kuisisioner untuk 100 responden penelitian, identitas diri yang ditanyakan adalah Usia, Jenis kelamin dan Pendapatan.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	40	40%
Perempuan	60	60%
Total	100	100%

Tabel diatas menunjukkan presentase jenis kelamin responden, dimana responden yang jenis kelamin laki-laki berjumlah 40 orang (40%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 60 orang (60%).

Tabel 4.2
Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18-25	69	69%
26-35	13	13%
>35	18	18%
Total	100	100%

Tabel diatas menunjukkan presentase usia responden, dimana responden yang berusia diantara 18-25 tahun berjumlah 69 orang (69% %), lalu responden yang berusia diantara 26-35 tahun berjumlah 13 orang (13%), kemudian responden yang berusia diantara >35 tahun berjumlah 18 orang (18%).

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regressi model lainnya adalah regresi yang didalam terdapat variabel moderator. Variabel moderator adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, rumus dari pengujian regresi untuk model tersebut adalah :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3$$

Tabel 4.11
Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,767	1,246		,616	,540
	Kepuasan Pelanggan_X1	,462	,073	,457	6,367	,000
	Harga_X2	,494	,076	,468	6,524	,000

a. Keputusan Pembelian : TOTAL_Y

Penjelasan dari tabel diatas adalah :

$$0,767 = 0,462 + 0,494 + \beta_3$$

- Nilai Konstanta sebesar 0,762 menunjukkan nilai variabel independent yaitu Kepuasan Pelanggan dan Harga tidak mengalami perubahan maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 7,67%
- Koefisien regresi X1 sebesar 0,462 menunjukkan besaran nilai variabel Kepuasan Pelanggan pada kartu Telkomsel mengalami penyesuaian 1% maka akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 4,62%
- Koefisien regresi X2 sebesar 0,494 menunjukkan besaran nilai variabel Harga pada kartu Telkomsel mengalami penyesuaian 1% maka akan menaikkan Harga sebesar 4,94%

Pembahasan

Nilai t hitung untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah 6,637 dan nilai signifikannya 0,000, jika t hitung $>$ tabel maka terdapat hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian, untuk $N = 100$ diperoleh t tabel senilai ($df = N-3$) 1,661 dalam penelitian ini $6,637 > 1,661$, lalu terlihat pula nilai signifikan yang lebih rendah dari 0,05 yakni $0,000 < 0,05$ artinya dalam penelitian ini Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada kartu Telkomsel, dengan demikian semakin baik Kepuasan Pelanggan kartu Telkomsel, maka semakin tinggi Keputusan Pembelian.

Menurut Kotler (2013:138) menyatakan kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika, kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika, kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan puas atau senang.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan (Nurhasanah, N., Anggarani Wpt, A., 2019). Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli dengan produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kepuasan Pelanggan berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian kartu Telkomsel terlihat dari nilai t hitung $>$ t tabel ($6,367 > 1,661$), dan taraf signifikan yang lebih rendah dari 0,05 yakni $0,003 < 0,05$
2. Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Peembelian kartu Telkomsel terlihat dari nilai t hitung $>$ t tabel $6,524 > 1,661$ dan sig $0,000 < 0,05$

Kepuasan Pelanggan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian kartu Telkomsel terlihat dari nilai t hitung $>$ t tabel f hitung $>$ f tabel ($108,994 > 3,090$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$ artinya secara simultan semua variabel bebas berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, ada beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan kepada pihak-pihak yang bersangkutan :

1. Bagi pihak PT. Telkomsel

Bagi pihak PT. Telkomsel diharapkan untuk memperhatikan harga yang ditentukan apakah pembeli mampu membeli produk yang ditawarkan, karena tidak semua pembeli mampu atau butuh terhadap produk tersebut.

Bagi pihak PT. Telkomsel diharapkan mempertimbangkan lagi harga-harga yang telah ditentukan, harga yang cenderung tidak terjangkau mempengaruhi pembeli untuk membeli produk-produk lain selain PT. Telkomsel, hal ini dikarenakan produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Telkomsel masih cenderung tinggi harganya daripada produk-produk lain seperti IM3, TRI, XL, dan lain-lain.

Bagi pihak PT. Telkomsel diharapkan melihat kembali produk yang dikeluarkan apakah sudah memenuhi kebutuhan internet yang diperlukan oleh pembeli, hal ini dikarenakan masih banyak pembeli yang mempertimbangkan penggunaan kartu Telkomsel atau kartu lainnya yang dimana harganya cenderung sama dengan pengeluarannya.

Untuk pihak PT. Telkomsel diharapkan memperhatikan kembali sarana dan prasarana yang ada dikantor apakah sudah cukup memadai atau belum, sehingga membuat kenyamanan tersendiri bagi calon pembeli.

Pelayanan diharapkan untuk terus ditingkatkan, terutama kehandalan dan ketanggapan karena dalam memberikan pelayanan kehandalan dan ketanggapan secara baik konsumen akan mendapatkan kepuasan tersendiri sehingga akan membangun citra yang baik antara perusahaan dan konsumen PT. Telkomsel.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai penelitian ini, peneliti menyarankan untuk lebih dikembangkan lagi dan tambahkan variabel independent maupun indikator yang lain, metode penelitian dan lokasi yang berbeda dari penelitian ini, karena pada dasarnya setiap lokasi memiliki nilainya masing-masing maupun dalam segi kepuasan pelanggan dan harganya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulijaafri, Aliya, Endang M Sasmita, and Bida Sari. "LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN." 3(1): 71–79.
- D Laksana, Ryan. 2021. "TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMSUM PADA Oleh RYAN DHARMAWAN LAKSANA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universi."
- Kurnia, Sari (2021). 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Motor Kawasaki Prima Di Kota Batam."
- Kurniawan, Mohamad Taufik. 2021. "DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PT . TELKOM INDONESIA DI KOTA SEMARANG."
- KUSBASTIO, HENDRIK. 2022. *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WIFI INDIHOME.*
- Made, Muhammad Gigih. 2021. "PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR HARIAN SUARA MERDEKA." : 1–12.
- Nasir, Moechammad, and Chalvin Septianarditya. 2021. "Analisis Kepuasan Pelanggan Indihome Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi."
- Nirmala, Eki Citra. 2021. "Oleh: Eki Citra Nirmala 217120187." [https://repository.ummat.ac.id/3506/14/COVER-BAB III.pdf](https://repository.ummat.ac.id/3506/14/COVER-BAB%20III.pdf).
- Pijar Guntara, Sangga. 2021. "SERAGAM FUTSAL PADA TOKO FOCUS KONVEKSI DI OLEH: SANGGA PIJAR GUNTARA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI."
- Pradila, Eka. 2017. "Pengaruh Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt. Bank Btpn Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa."
- Priyono, Anggun D W I. 2011. *INTERVENING PADA OBJEK WISATA MUSEUM.*
- RAHMADANI. 2021. "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusankonsumen Dalam Pembelian Rumah." : 130.
- S Suharto, Agustinus. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen PT Bina San Prima Cabang Semarang)."
- Sibuea, Adelina. 2019. "KEPUTUSAN PEMBELIAN INDIHOME PADA STO MEDAN Oleh : UNIVERSITAS MEDAN AREA KEPUTUSAN PEMBELIAN INDIHOME PADA STO (SENTRAL TELEPHON OMATIS) PT . TELKOM AKSES MEDAN Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Ma."

- Sitanggang, Teresia, Naili Farida, and Dinalestari Purbawati. 2023. "KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN INDIHOME Pendahuluan Sumber : Data Primer Yang Diolah , 2022 Kerangka Teori." 12(1): 157–64.
- Sulastri, Emi. 2022. "PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN TRANSPORTASI ONLINE GRAB BIKE."
- SUPIATI. 2016. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, HARGA, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMASANGAN INDIHOME PT. TELEKOMUNIKASI KABUPATEN BULUKUMBA."
- Tolan, Mita Sari. 2021. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)." 2(5): 360–64.
- Utari. 2019. "PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK BRI SYARIAH (PERSERO) TBK PALOPO."
- Widianti, S R I. 2012. "ANALISIS BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PENJUALAN LEMPUK DURIAN PADA GERAJ OLEH-OLEH KHAS RIAU 'YOLANDA' PEKANBARU." (Marketing Mix).