



## **PENGARUH HARGA PAKET, KUALITAS JARINGAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL DI DESA LABUHAN BONTONG KEC TARANO SUMBAWA**

**Nelly Septarini, Rusdan, Junaidi Sagir**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mataram

Email : [nellyseptarini@gmail.com](mailto:nellyseptarini@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3282>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga paket, Kualitas jaringan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kartu Prabayar Telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kecamatan Tarano, Sumbawa. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data penelitian menggunakan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti merekomendasikan kepada perusahaan untuk memperbaiki strategi penetapan harganya, memperhatikan daerah yang jaringan yang sering bermasalah, memberikan janji promosi sesuai dengan kenyataan di lapangan, memberikan banyak lagi bonus maupun hadiah-hadiah menarik, terus melakukan inovasi mengenai promosi maupun layanan, dan perusahaan harus berfokus untuk mengembangkan produknya agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

**Kata Kunci : Harga Paket, Kualitas Jaringan, Promosi dan Kepuasan Pelanggan**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of package price, network quality, and promotion on customer satisfaction with Telkomsel prepaid cards in Labuhan Bontong Village, Tarano District, Sumbawa. The type of research used is causal-associative research with a quantitative approach. The research data collection used a sample survey method. The population in this study were Telkomsel prepaid card users in Labuhan Bontong Village, with a sample size of 105 respondents, with sampling techniques using non-probability sampling and the purposive sampling method. The data analysis used is multiple linear regression using SPSS version 22. The analysis results show that package price, network quality, and promotion have a positive and significant effect on Telkomsel Prepaid Card customer satisfaction. Based on the research results, researchers recommend that companies improve their pricing strategies, pay attention to network areas that are often problematic, provide promotional promises that match the reality in the field, provide many more bonuses and attractive prizes, continue to innovate regarding promotions and services, and focus on developing their products to stay relevant to market needs.*

**Keywords: Package Price, Network Quality, Promotion, and Customer Satisfaction**



## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG

Di zaman yang serba modern ini teknologi dan komunikasi semakin berkembang sehingga mengubah pola perilaku maupun gaya hidup masyarakat melalui digital. Hal tersebut membuat masyarakat tidak akan terpisahkan meski jarak dan waktu yang jauh. Sehingga pada akhirnya telekomunikasi menjadi sangat penting dan memegang peranan yang sangat kuat pada masa sekarang ini di kehidupan manusia. Dengan adanya komunikasi berbasis teknologi mempermudah manusia untuk saling bertukar informasi dengan jarak yang jauh.

Salah-satu bentuk teknologi informasi dan komunikasi di era sekarang ini adalah alat komunikasi yang dapat dibawa berupa telepon genggam atau handphone. Siapapun dapat mengirim dan menerima informasi dengan cepat tanpa memandang usia, kehadirannya memiliki efek mendalam pada umat manusia. Handphone seolah-olah menjadi kebutuhan wajib yang harus dimiliki setiap orang.

Perusahaan telekomunikasi menyadari peluang tersebut, bahwa teknologi komunikasi itu menjadi hal yang sangat diperlukan di masa sekarang ini, sehingga para perusahaan telekomunikasi berlomba-lomba dan terus melakukan inovasi agar produknya menjadi yang terbaik dan bisa memenangkan pasar persaingan pada kompetitor yang sama.

Penyedia kartu seluler seperti Telkomsel, XI Axiata, Indosat ooredoo, Tri (3), dan Smartfren banyak digunakan di Indonesia saat ini. Maraknya provider dalam dunia telekomunikasi telah meningkatkan persaingan antar perusahaan provider tersebut.

Desa Labuhan Bontong merupakan salah-satu desa yang berada di Kecamatan Tarano dengan jumlah penduduk pada tahun 2022 sebanyak 3.066 penduduk, jumlah operator komunikasi yang dapat berfungsi di Desa Labuhan Bontong ada dua yaitu XI Axiata dan Telkomsel. Mayoritas penduduk di Desa Labuhan Bontong menggunakan telkomsel, dikarenakan sinyalnya yang cukup kuat sedangkan XI-Axiata sinyalnya belum kuat dan merata, tetapi pada tahun 2022 sinyal dari XI-Axiata mengalami perkembangan sinyalnya sudah cukup kuat meskipun belum begitu merata sehingga tidak jarang sebagian masyarakat Desa Labuhan Bontong sekarang ini

sudah menjadikan XI-Axiata menjadi pilihan utama mereka ketika berada di luar Desa Labuhan Bontong dan menjadikan pilihan kedua ketika berada di Desa Labuhan Bontong.

Peningkatan jumlah operator seluler telah meningkatkan persaingan antar operator seluler untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Bukti persaingan ini bisa dilihat dari banyaknya promo yang ditawarkan oleh operator seluler, menawarkan tarif sms dan nelpon murah, tarif paket internet murah, bahkan banyak memberikan bonus. Dan setelah itu operator lainnya mulai menerbitkan iklan, promosi, dan teks serupa sebagai tanggapan satu sama lain.

Pemasaran merupakan ujung tombak dalam kegiatan yang dilakukan perusahaan yang bertujuan untuk membuat perusahaan berkembang. Manajemen dalam bidang pemasaran merupakan patokan keberhasilan perusahaan dalam mencapai keinginannya. Karena persaingan yang ketat, perusahaan harus dapat mengintegrasikan fungsi-fungsi utama untuk menghasilkan nilai ekonomi secara optimal.

Kepuasan pelanggan adalah keadaan mampu memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan, suatu pelayanan dianggap memuaskan jika dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Mengukur kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam memberikan pelayanan yang lebih efisien, efektif, dan lebih baik. Jika pelanggan tidak merasa puas terhadap layanan yang diberikan perusahaan, maka layanan tersebut dikatakan tidak efektif dan efisien. Hal ini sangat penting terutama bagi pelayanan publik. Menurut Umar (2005) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai fase perasaan dari konsumen setelah mereka membandingkan apa yang mereka terima dengan yang apa yang diharapkan konsumen.

Kepuasan pelanggan dijadikan sebagai tolok ukur dari perusahaan, karena puas atau tidaknya pelanggan menentukan konsumen tersebut akan kembali lagi membeli produk maupun jasa tersebut atau mengeluh akan ketidakpuasannya kepada konsumen lain, dengan begitu kepuasan konsumen dijadikan sebagai tolok ukur apa yang harus diubah atau diperbaiki dari produk atau layanan dari perusahaan kedepannya agar pelanggan yang tadinya



merasa tidak puas dan dirugikan menjadi puas karena keluhannya dapat diatasi. Tjiptono dan Chandra (2011) menyatakan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu : kualitas produk, harga, promosi, layanan, dan suasana.

Dalam penelitian ini dipilih faktor harga, kualitas jaringan, dan promosi sebagai fokus penelitian, karena ketiga faktor tersebut lebih dominan dibandingkan faktor-faktor yang lainnya. Sehingga peneliti tertarik menggunakan ketiga variabel tersebut untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 1.2**

**Harga Paket Telkomsel dan XI Axiata per tanggal 8 Mei 2023**

Nama Provider	Besar Paket (GB)	Harga	Keterangan	Besar Paket (GB)	Harga	Keterangan
Telkomsel	25	150.000	Masa Aktif 30 Hari	2,5	30.000	Masa Aktif 7 Hari
XI	26	90.000	Masa Aktif 30 Hari	2,5	9.900	Masa Aktif 7 Hari

**Sumber : Official Website Masing-Masing Provider**

Tabel 1.2 merupakan perbandingan harga paket dari Telkomsel dan XI-Axiata, dapat diketahui bahwa harga paket dari XI-Axiata jauh lebih murah dibandingkan dengan provider telkomsel. Sehingga dapat dikatakan bahwa harga paket dari telkomsel cukup mahal dibandingkan provider lainnya.

Pada situasi ini kartu Telkomsel masih menjuarai pangsa pasar, hal tersebut dipengaruhi oleh kualitas jaringannya yang kuat hingga ke pelosok desa meskipun harga dari produknya tergolong mahal, tetapi akhir-akhir ini kualitas jaringan dari telkomsel cukup buruk dan sering mengalami gangguan.

Telkomsel juga banyak kegiatan yang disponsori sehingga membuat produknya menjadi terkenal dan memberikan janji promosi atau bonus-bonus yang sangat menarik agar konsumennya mengalami kepuasan, tetapi yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan kenyataannya, beberapa

konsumen mengeluhkan bonus yang diberikan telkomsel sangat jarang dan bahkan harga promo dari harga paketnya tidak jauh berbeda dengan harga di luar promo, pembagian jenis kuota yang terlalu banyak dan bahkan terkadang tidak bisa digunakan.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berkaitan dengan harga paket, kualitas jaringan dan promosi. Penulis memilih ketiga variabel tersebut dikarenakan fenomena yang terjadi di Desa Labuhan Bontong mengenai kartu prabayar telkomsel tidak lepas dari keterikatan dengan persoalan yang berhubungan dengan aspek harga paket, kualitas jaringan, dan promosi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka dari itu judul yang diambil oleh peneliti pada penelitian ini adalah “ Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Di Desa Labuhan Bontong Kec. Tarano, Sumbawa”.

### Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, kepuasan pelanggan merupakan hal yang wajib ditingkatkan oleh suatu perusahaan melalui strategi-strategi pemasaran, oleh karena itu perlu dianalisis faktor-faktor apa saja yang yang mempengaruhi seorang konsumen mengalami kepuasan, dikarenakan akhir-akhir ini banyak keluhan yang dibagikan oleh masyarakat mengenai kartu prabayar telkomsel dan ada beberapa masyarakat dari Desa Labuhan Bontong yang sudah beralih ke provider lain, maka dari itu dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel harga paket, kualitas jaringan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, karena belum diketahui secara pasti apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

### KAJIAN PUSTAKA

#### Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan konsumen adalah sentimen konsumen berupa kegembiraan maupun ketidakpuasan yang muncul dari perbandingan suatu produk dengan harapan konsumen terhadap produk tersebut. Pelanggan akan merasa tidak puas jika tampilan produk yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan. Di sisi lain, pelanggan puas ketika produk memenuhi atau melebihi harapan mereka.



Menurut Indrasari (2019:92) ada beberapa indikator dari kepuasan pelanggan :

1. Kesesuaian harapan
2. Berminat untuk melakukan pembelian kembali
3. Bersedia untuk merekomendasikan produk tersebut

## Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:324) harga adalah nilai yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan agar konsumen dapat menerima manfaat-manfaatnya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) , ada empat indikator yang menjadi ciri dari harga, adapun keempat indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga, harga yang mampu dijangkau oleh semua masyarakat berdasarkan segmen pasar yang telah dipilih.
2. Kecocokan harga dengan kualitas produk, kualitas dari sebuah produk menentukan harga yang ditawarkan kepada pelanggan.
3. Daya saing harga, dengan harga yang dipasarkan apakah lebih besar atau lebih rendah dari harga pesaing.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, pelanggan akan merasa senang ketika mereka menerima manfaat dari suatu produk setelah mengkonsumsinya, apakah produk yang diberikan sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan.

## Kualitas Jaringan

Menurut Waode (2014:44) Kualitas Jaringan adalah kemampuannya untuk menghubungkan satu titik ke titik lain dengan koneksi yang ada sehingga orang lain dapat berkomunikasi dan menyampaikan informasi.

Menurut Waode (2014:44) adapun indikator pada kualitas jaringan dibagi menjadi 3 yaitu :

1. Kecepatan jaringan
2. Jangkauan terluas hingga ke kota-kota terpencil
3. Sinyal terkuat.

## Promosi

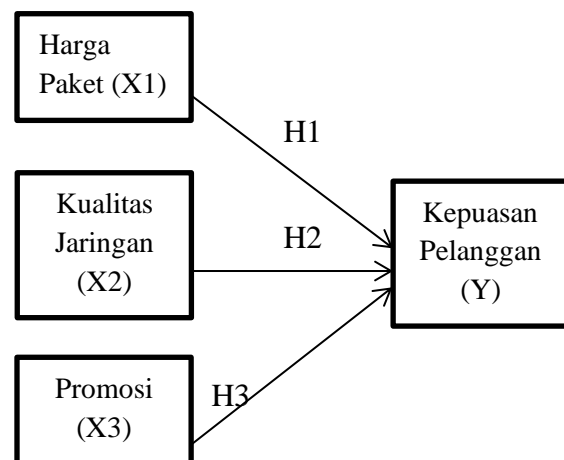
Menurut Lupiyoadi (2013:178) pengertian promosi lebih lanjut adalah kegiatan promosi yang

dilakukan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan manfaat maupun keunggulan dari suatu produk sebagai alat untuk mempengaruhi seorang konsumen dalam kegiatan pembelian dan penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Kotler dan Keller (2016:272) menyatakan ada beberapa indikator-indikator dalam promosi yaitu :

1. Pesan promosi (promotion message) merupakan sebuah ukuran seberapa bagus promosi yang telah dijalankan maupun ditawarkan kepada pelanggan atau pasar. Semakin jelas promosi yang diiklankan oleh pemasar, semakin muda bagi konsumen untuk memahami maksud dan implikasi dari promosi tersebut.
2. Media promosi (promotion media) merupakan media seperti apa yang telah ditetapkan dan digunakan perusahaan untuk melaksanakan promosi.
3. Waktu promosi (promotion time), semakin tepat waktu yang dipilih dan semakin akurat target yang dituju, semakin besar peluang pemasar untuk menjangkau banyak konsumen.
4. Frekuensi promosi (promotion frequency) merupakan kuantitas promosi penjualan yang dilaksanakan secara serentak oleh perusahaan melalui sarana promosi. Semakin sering seorang pemasar mengiklankan suatu produk, semakin besar kemungkinan pelanggan akan menangkap promosi tersebut.

## Kerangka Konseptual







## Hipotesis Penelitian

H<sub>1</sub> : Harga paket berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel.

H<sub>2</sub> : Kualitas Jaringan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel.

H<sub>3</sub> : Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Penelitian tentang pengaruh harga paket, kualitas jaringan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada kartu prabayar telkomsel akan dilaksanakan di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

### Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi merupakan seluruh subjek atau objek yang ada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat yang berkaitan dengan masalah yang ada dalam penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Berdasarkan definisi tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu Prabayar Telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

### Metode Pengumpulan Data

Penelitian pengaruh harga paket, kualitas jaringan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel ini menggunakan metode pengumpulan data sampel *survey*. Sampel *survey* didefinisikan sebagai metode yang dapat dilakukan pada populasi skala besar maupun kecil Sugiyono (2013).

### Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket dan online *survey*. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.

## Hasil dan Pembahasan

### Identitas Responden

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	69	65,7%
2	Laki-Laki	36	34,3%
	Total	105	100%

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil dari 105 kuesioner yang disebar kepada pengguna kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, dapat dilihat pada tabel 4.1 terdapat 69 responden perempuan dengan persentase sebesar 65,7% dan 36 responden laki-laki dengan persentase sebesar 34,3%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna kartu prabayar telkomsel adalah perempuan.

**Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia**

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 20 tahun	33	31,4%
2	20 - 30 tahun	43	41%
3	31 - 40 tahun	17	16,2%
4	41 - 50 tahun	8	7,6%
5	> 51 tahun	4	3,8%
	Total	105	100%

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 105 responden pengguna kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, dapat dilihat pada tabel 4.2 terdapat 33 responden yang berada pada usia < 20 tahun dengan persentase 31,4%, 43 responden yang berada pada interval usia 20-30 tahun dengan persentase sebesar 41%, 17 responden yang berada pada interval usia 31-40 tahun dengan persentase 16,2%, 8 responden pada interval usia 41-50 tahun dengan persentase 7,6% dan 4 responden yang berada pada usia > 51 tahun dengan persentase 3,8%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong berada pada interval usia 20-30 tahun.



**Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir**

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD/MI	1	1%
2	SMP/MTS	22	21%
3	SMA/SMK/SLA	45	42,9%
4	D3/S1	34	32,4%
5	S2/S3	3	2,91%
<b>Total</b>		<b>105</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 105 responden pengguna kartu prabayar telkomsel Desa Labuhan Bontong, dapat dilihat pada tabel 4.3 diketahui bahwa terdapat 1 responden yang berjenjang pendidikan SD/MI dengan persentase 1%, 22 responden berjenjang pendidikan SMP/MTS dengan persentase 21%, 45 responden berjenjang pendidikan SMA/SMK/SLA dengan persentase 42,9%, 34 responden berjenjang pendidikan D3/S1 dengan persentase 32,4%, dan 3 responden berjenjang pendidikan S2/S3 dengan persentase 2,91%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna kartu prabayar telkomsel berjenjang pendidikan SMA/SMK/SLA.

**Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	7	6,7%
2	Pegawai Swasta (BUMN)	7	6,7%
3	Wiraswasta	35	33,3%
4	Lainnya	56	53,3%
<b>Total</b>		<b>105</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 105 responden kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, dapat dilihat dari tabel 4.4 terdapat 7 responden sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan persentase 6,7%, 7 responden sebagai pegawai swasta (BUMN) dengan persentase 6,7%, 35 responden sebagai wiraswasta dengan persentase 33,3%, dan 56 responden memilih lainnya atau pekerjaan lainnya selain 3 kategori pekerjaan tersebut dengan persentase 53,3%. Dari data tersebut dapat

diketahui bahwa mayoritas pengguna kartu prabayar telkomsel adalah pekerjaan lainnya.

**Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan waktu penggunaan kartu prabayar telkomsel**

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	< 1 tahun	7	6,7%
2	1-2 tahun	10	9,5%
3	3-4 tahun	18	17,1%
4	> 5 tahun	70	66,7%
<b>Total</b>		<b>105</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 105 responden kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, dapat dilihat pada tabel 4.5 terdapat 7 responden yang menggunakan kartu prabayar telkomsel < 1 tahun dengan persentase 6,7%, 10 responden selama 1-2 tahun dengan persentase 9,5%, 18 responden selama 3-4 tahun dengan persentase 17,1%, dan 70 responden dengan persentase 66,7% menggunakan kartu prabayar telkomsel > 5 tahun. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas waktu penggunaan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong adalah > 5 tahun.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga paket (X1), kualitas jaringan (X2), promosi (X3) sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Peneliti menggunakan tabel *Unstandardized Coefficients B*, dikarenakan tabel tersebut biasanya digunakan untuk model regresi yang dimana fungsinya untuk meramalkan gambaran masa depan. Berdasarkan penjelasan di atas hal ini sesuai dengan definisi dari Analisis regresi linear berganda yang merupakan persamaan regresi yang menjelaskan dan menggambarkan pengaruh suatu variabel bebas terhadap beberapa variabel terikat. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi keadaan (kenaikan dan penurunan) variabel dependen.



**Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandar dized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
	1 (Constant)	.739	1.944		.380
Harga Paket	.253	.076	.318	3.341	.001
Kualitas Jaringan	.347	.113	.300	3.082	.003
Promosi	.244	.079	.266	3.083	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data primer diolah dengan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dilihat nilai konstanta 0,739 dan untuk Harga Paket (nilai b) sebesar 0,253 sementara Kualitas Jaringan (nilai b) sebesar 0,347 serta Promosi (nilai b) sebesar 0,244. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,739 + 0,253X_1 + 0,347X_2 + 0,244X_3$$

Yang berarti :

- Nilai konstanta pada persamaan tersebut adalah 0,739. Ini artinya bahwa apabila ketiga variabel tidak ada perubahan atau diasumsikan tetap maka nilai dari kepuasan pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel di Desa Labuhan Bontong sebesar 0,739 atau dengan kata lain pengguna kartu telkomsel di Desa Labuhan Bontong mengalami kepuasan.
- Pengaruh Harga Paket (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan persamaan diatas maka diperoleh koefisien regresi sebesar 0,253, ini artinya bahwa untuk setiap peningkatan variabel Harga Paket sebesar 1 satuan maka akan

meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,253.

- Pengaruh Kualitas Jaringan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan persamaan diatas maka diperoleh koefisien regresi sebesar 0,347, ini artinya bahwa untuk setiap peningkatan variabel Kualitas Jaringan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,347.
- Pengaruh Promosi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan persamaan diatas maka diperoleh koefisien regresi sebesar 0,244, ini artinya bahwa untuk setiap peningkatan variabel Promosi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,244.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.13954220
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.040
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



Sumber : data primer diolah dengan SPSS Versi 22

Pendekatan Kolmogorov-Smirnov, yaitu dengan kriteria jika nilai Asymp.Sig (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut berkontribusi normal. Pada tabel diatas hasil pengolahan data primer dapat dilihat besarnya perolehan nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,200 > 0,05 dapat dikatakan data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai Tolerance dan nilai VIF. Jika nilai Tolerance lebih besar dari > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga Paket	0,427	2.344	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Jaringan	0,408	2.453	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Promosi	0,519	1.925	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa nilai tolerance dari variabel harga paket (0,427), kualitas jaringan (0,408), dan promosi (0,519) > 0,10 dan VIF dari ke empat variabel tersebut harga paket (2.344), Kualitas jaringan (2.453) dan promosi (1.925) < 10,00. Maka kesimpulannya adalah data bebas dari gejala multikolinearitas, artinya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Dengan dasar apabila Sig > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila Sig < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser**

Variabel	Sig		Kesimpulan	
X1	0,065	>	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,169	>	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,074	>	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa signifikansi semua variabel > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model tersebut dan telah memenuhi uji heteroskedastisitas.

### Uji T

Uji T dilakukan untuk melihat apakah variabel independen yang terdiri dari Harga Paket (X1), Kualitas Jaringan (X2), dan Promosi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen terkait Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian dilakukan pada taraf signifikansi 5% atau 0,05.

Untuk melakukan pengujian dalam hipotesis ini maka dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan beberapa ketentuan sebagai berikut :

- Jika t hitung < t tabel atau Sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak
- Jika t hitung > t tabel atau Sig < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima

Rumus mencari t tabel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 105-3-1) \\
 &= (0,025 ; 101)
 \end{aligned}$$

$$t \text{ tabel} = 1,983$$

Keterangan :

$\alpha$  = tingkat signifikansi 5%

n = jumlah sampel





k = jumlah variabel

Pada tabel 4.10 akan disajikan data hasil perhitungan t hitung serta tingkat signifikansi masing-masing variabel X dan variabel Y.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.739	1.944		.380	.705
Harga Paket	.253	.076	.318	3.341	.001
Kualitas Jaringan	.347	.113	.300	3.082	.003
Promosi	.244	.079	.266	3.083	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data primer diolah dengan SPSS Versi 22

- Berdasarkan tabel 4.10 diketahui nilai t hitung harga paket (X1) sebesar 3,341 dengan nilai signifikan 0,001. Artinya nilai Sig untuk pengaruh harga paket (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,341 > t$  tabel 1,983. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga paket berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan tabel 4.10 diketahui nilai t hitung kualitas jaringan (X2) sebesar 3,082 dengan nilai signifikan 0,003. Artinya nilai Sig untuk pengaruh kualitas jaringan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah  $0,003 < 0,005$  dan nilai t hitung  $3,082 > t$  tabel 1,983. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa kualitas jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- Berdasarkan tabel 4.10 diketahui nilai t hitung promosi (X3) sebesar 3,083 dengan nilai signifikan 0,003. Artinya nilai Sig untuk pengaruh promosi (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah  $0,003 < 0,005$  dan nilai t hitung  $3,083 > t$  tabel 1,983. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menggambarkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen. Berikut tabel yang menjelaskan tentang Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

**Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.611	.599	3.186

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga Paket, Kualitas Jaringan

Sumber : data primer diolah dengan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa Nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,599, yang artinya pengaruh variabel bebas yaitu harga paket (X1), kualitas jaringan (X2), dan promosi (X3) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) sebesar 59,9% sementara 40,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



## PEMBAHASAN

### Pengaruh Harga Paket Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari keseluruhan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel harga paket mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian regresi linear berganda yang diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,253 dan uji t yang diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,341 > 1,983$ ) dan tingkat nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Dari kriteria tersebut dapat diartikan bahwa variabel harga paket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

Hasil penelitian ini menguatkan teori yang diungkapkan oleh Kotler & Amstrong bahwa harga merupakan sejumlah nilai (uang) yang diberikan pelanggan agar mendapat keuntungan pada saat menggunakan atau memiliki produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah-satu elemen yang dapat membuat konsumen menjadi puas. Sebuah perusahaan harus berupaya menghasilkan dan memberikan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan dari konsumen dengan harga yang terjangkau.

Hasil penelitian ini juga menguatkan teori yang diungkapkan oleh Lupiyoadi, bahwa faktor-faktor kepuasan pelanggan salah-satunya adalah harga. Produk atau jasa yang memiliki kualitas yang sama tetapi memiliki perbedaan harga yang lebih murah akan memberikan nilai tinggi bagi pelanggan. Penentuan harga yang dilakukan perusahaan sangat menentukan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rafdi (2021) dengan judul pengaruh kualitas produk, harga, dan Brand Trust terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pengguna kartu prabayar Telkomsel Simpati Kota Malang), dengan hasil penelitian bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Jaringan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari keseluruhan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian regresi linear berganda yang diperoleh nilai koefisien regresi 0,347 dan uji t yang diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,082 > 1,983$ ) dan tingkat nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Dari kriteria tersebut dapat diartikan bahwa variabel kualitas jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

Hasil penelitian ini menguatkan teori dari Waode bahwa Kualitas jaringan adalah titik dimana kita memiliki koneksi yang menghubungkan satu titik dengan titik lainnya dan memungkinkan kita untuk berkomunikasi dan mengirimkan informasi kepada orang lain. Terdapat hubungan antara kualitas jaringan dengan perilaku konsumen sangat berpengaruh, karena jika jaringan berkualitas baik dan sesuai dengan preferensi konsumen, tentunya pengguna akan dengan senang hati menggunakan provider tersebut. Kualitas jaringan juga erat kaitannya dengan perilaku konsumen saat memutuskan menggunakan kembali produk tersebut atau tidak. Kualitas jaringan menjadi senjata ampuh untuk menunjukkan sebuah keunggulan pada bidang provider. Oleh karena itu, perusahaan harus terus menyediakan jaringan yang berkualitas seperti kecepatan internet, jaringan yang luas dan kuat agar tetap kompetitif. Penjelasan ini menunjukkan hubungan antara kualitas jaringan dengan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung dan dikuatkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hasrina, Rachmawati, dan Syauki (2022) dengan judul penelitian pengaruh kualitas jaringan, kualitas pelayanan, emosional, dan biaya terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas jaringan, kualitas pelayanan, emosional dan biaya terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna kartu telkomsel baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif parsial dan simultan antara kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan



Dari keseluruhan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian regresi linear berganda yang diperoleh nilai koefisien regresi 0,244 dan uji t yang diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,083 > 1,983$ ) dan tingkat nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Dari kriteria tersebut dapat diartikan bahwa variabel kualitas jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

Tjiptono dan Chandra (2012) mengatakan bahwa promosi adalah bentuk penawaran dengan insentif jangka pendek yang difokuskan kepada pembeli, pedagang grosir dan pengecer yang dirancang untuk memperoleh respon tertentu. Promosi telah menjadi salah satu hal terpenting dalam membangun sebuah perusahaan. Tanpa promosi pelanggan tidak akan mengetahui produk dan layanan apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Ada banyak jenis promosi yang bisa dijalankan oleh pelaku bisnis, namun pelaku bisnis bebas memilih promosi mana yang akan digunakannya. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan semakin menarik, semakin besar keinginan konsumen untuk mencoba produk tersebut, kepuasan pelanggan salah-satunya akan muncul ketika perusahaan menawarkan produk baru yang sesuai dengan promosi dan kenyataan di lapangan.

Hasil penelitian ini didukung dan dikuatkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Arifin, Primanto dan Rahmawati (2020) dengan judul pengaruh word of mouth, citra merek, brand trust, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu Telkomsel studi kasus pada masyarakat kelurahan Bago Tulungagung, hasil penelitian menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

## Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “ Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa”. Responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini berjumlah 105 orang yang bertempat tinggal di Desa Labuhan

Bontong dan merupakan pengguna kartu prabayar telkomsel. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS Versi 22 terhadap permasalahan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Harga Paket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian regresi linear berganda yang diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,253 dan uji t yang diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,341 > 1,983$ ) dan tingkat nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Dari kriteria tersebut dapat diartikan bahwa variabel harga paket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

2. Variabel Kualitas Jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian regresi linear berganda yang diperoleh nilai koefisien regresi 0,347 dan uji t yang diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,082 > 1,983$ ) dan tingkat nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Dari kriteria tersebut dapat diartikan bahwa variabel kualitas jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

3. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian regresi linear berganda yang diperoleh nilai koefisien regresi 0,244 dan uji t yang diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,083 > 1,983$ ) dan tingkat nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Dari kriteria tersebut dapat diartikan bahwa variabel kualitas jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kec Tarano, Sumbawa.

## Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Berikut implikasi hasil penelitian yang ditemukan :



## Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui harga paket berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan semakin baik harga paket yang ditawarkan kepada konsumen maka semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh pelanggan pada kartu Prabayar telkomsel.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui kualitas jaringan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan semakin baik kualitas jaringan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh pelanggan pada kartu Prabayar telkomsel.

Selain itu berdasarkan hasil penelitian, diketahui promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan semakin baik promosi yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh pelanggan pada kartu Prabayar telkomsel.

## Implikasi Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bisa digunakan oleh perusahaan agar kedepannya harus mampu memberikan yang terbaik kepada pelanggannya dengan mempertimbangkan faktor-faktor apa saja yang dapat membuat konsumen merasa puas.

### b. Bagi Konsumen

Konsumen dapat lebih berhati-hati dan lebih baik menghindari produk yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan lain. Sebelum melakukan keputusan pembelian lebih baik konsumen mencari informasi mengenai produk atau jasa yang akan mereka gunakan agar kedepannya meminimalisir resiko akan ketidakpuasan.

## Daftar Pustaka

Arifin, R., Primanto, A. B., & Rahmawati, N. D. 2020. Pengaruh word of mouth, citra merek, brand trust, kualitas produk, dan promosi

terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu telkomsel studi kasus pada masyarakat Kelurahan Bago Tulungagung. *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 5492-5499.

Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Kotler & Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Rafdi, I. A. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Trust terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Pengguna Kartu Simpati Kota Malang*. Fakultas Ekonomi: Universitas Islam Negeri.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2011. *Service, Quality, and Satisfaction ed.3*. Yogyakarta: Andi.

Waode. 2014. *Pengaruh Fitur Produk, Harga, Jaringan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar AS pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2011-2013*. Kendari: Universitas Haluoleo.