

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, SINYAL JARINGAN, IMAGE,
DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
PENGGUNA KARTU TELKOMSEL
(Studi Kasus pada Pelanggan Kartu Telkomsel di Daerah Seturan,
Kabupaten Sleman)**

RINGKASAN SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada
program Studi Manajemen**



**INNAH YATIL HASANAH
2116 29021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
AGUSTUS 2020**

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PROMOSI, SINYAL JARINGAN, IMAGE, DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA KARTU TELKOMSEL

(Studi Kasus pada Pelanggan Kartu Telkomsel di Daerah Seturan
Kabupaten Sleman)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

INNAH YATIL HASANAH

No. Mhs.: 211629021

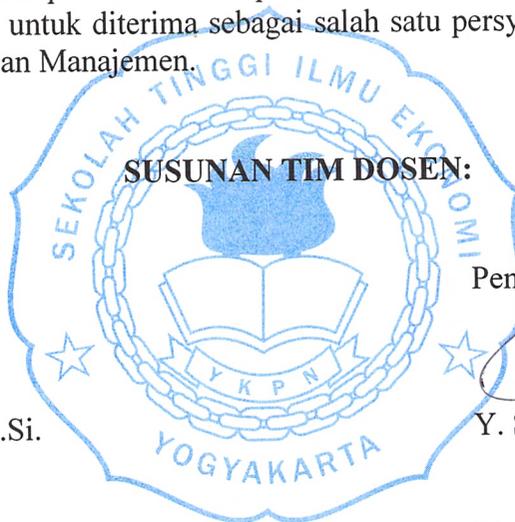
telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Senin 31 Agustus 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing I,



Dr. Rudy Badrudin, M.Si.



Pembimbing II,



Y. Supriyanto, Drs., MM.

Ketua/Penguji,



Tri Heru, Drs, M.Si.

Yogyakarta, 31 Agustus 2020
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to see whether there is influence, promotion, Network signals, images, and services to serve the satisfaction of Telkomsel card users (Case study on Telkomsel card customers in Seturan Area, Sleman Regency) . the data source used in primary data through questionnaires. The data analysis technique used is quantitative data analysis. The research sample was tested using 50 respondents with purposive sampling technique. Based on the test results, the results show that the effect of price, promotion, network signals, images, and services has a positive and significant effect on Telkomsel user satisfaction in the Seturan Area, Sleman Regency.

Keyword: Price Effect, Promotion, Network Signal, Image, service, User Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga, promosi, sinyal jaringan, image, dan layanan terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel (Studi kasus pada pelanggan Kartu Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman) Sumber data yang digunakan yaitu data Primer melalui penyebaran Kuesioner, Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Sampel penelitian yang diuji menggunakan 50 Responden dengan teknik *Purposive Sampling*. Berdasarkan hasil pengujian tersebut memperoleh hasil bahwa Pengaruh Harga, Promosi, Sinyal Jaringan, Image, dan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman.

Kata kunci: Pengaruh Harga, Promosi, Sinyal Jaringan, Image, Layanan, Kepuasan Pengguna.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

I. Pendahuluan

Telkomsel termasuk kedalam sebuah provider dalam telekomunikasi yang terdapat di Indonesia, provider ini juga dapat digolongkan sebagai terbesar di Indonesia. Telkom sendiri mempunyai beberapa vitur yang dijalankan berdasarkan jenisnya yaitu mulai dari GSM (*Global system for Mobile*) dimana mempunyai cakupan secara menyeluruh di dunia. Perusahaan Telkom sendiri mengumumkan jumlah penggunaanya yang sudah menembus 131,5 juta pelanggan di seluruh Indonesia, kemudian mengalami peningkatan pada akhir tahun 2012 sebanyak 125 juta pelanggan. Untuk pendapatan yang diraih oleh perusahaan Telkom sendiri tercatat pertumbuhan pendapatan sebanyak 10,4% dari tahun ke tahun. (www.telkomsel.com)

PT. Telekomunikasi Selular jangan sampai terlengah akan pencapaian prestasi ini karena munculnya perusahaan baru sejenis yang kemudian meningkatkan persaingan dimasing-masing perusahaan yang meningkat cukup banyak. Banyak pesaing juga yang semakin gencar mencari perhatian kepada masyarakat atau calon konsumen untuk dijadikan pelanggannya. Situasi persaingan ini membuat perusahaan berupaya keras dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Dalam menjalankan kinerjanya perusahaan berpatokan kepada kepuasan yang di rasakan pelanggan sebagai tolok ukur kesuksesan strategi pemasaran yang diterapkan. Disamping itu juga perusahaan harus mengetahui bagaimana cara yang digunakan untuk dapat memuaskan konsumen dengan layanannya. Semakin besar kepuasan konsumen akan suatu produk *provider* atau kartu Prabayar semakin kuat pula daya tarik yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ditawarkan perusahaan, sehingga bisa meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan.

II. Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan strategi yang dipakai perusahaan untuk mendapatkan calon konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler (2003) pemasaran proses sosial yang dilakukan individu ataupun kelompok memperoleh kebutuhan dengan membuat, tawar-menawar melakukan pertukaran produk.

Harga

Harga merupakan keseluruhan nilai berupa nominal yang diberikan oleh konsumen yang bersifat sebagai keuntungan bagi perusahaan (Kotler & Keller, 2008).

Promosi

Menurut Sunyoto (2012), fungsi lain dari tindakan promosi tidak sebagai sarana komunikasi yang disalurkan dari perusahaan kepada konsumen, tetapi juga sebagai alat yang berguna untuk memberikan pengaruh kepada konsumen dalam hal melakukan keputusan membeli produk, searah dengan keinginan dan juga kebutuhan.

Sinyal Jaringan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Waode, (2014) kualitas jaringan dijelaskan sebagai suatu tolok ukur yang menghubungkan titik satu dengan titik berbeda yang lainnya dalam suatu koneksi yang sudah ada.

Image

Merek unggulan dalam benak konsumen menciptakan perbedaan dengan merek lainnya sehingga meningkatkan ketersediaan konsumen untuk membeli merek tertentu (Rehman dan Zahid, 2017).

Layanan

Menurut Tjiptono (2008: 1) terdapat tiga kata yang mendasari istilah tersebut, yaitu layanan, jasa, dan servis. Dalam halnya jasa dan service merupakan menggambarkan produk yang tidak mempunyai wujud atau *sector industry* lebih spesifik seperti kesahan, komunikasi, kebersihan, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi dan lain sebagainya. Untuk layanan sendiri menunjukan secara tersirat berkaitan dengan tindakan yang dilakuakn oleh seorang atau kelompok terhadap individu atau kelompok lainya, contoh *customer service*.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler berdasarkan kutipan dari buku Manajemen Pemasaran memaparkan bahawa kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dimiliki oleh seseorang baik itu senang ataupun kecewan yang muncul ketika melakan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perbandingan kinerja produk yang dipilih dengan kinerja yang diharapkan (2007:177).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Harga menjadi salah satu factor penentu tingkat dari kepuasan dari pengguna. Kualitas produk yang sama namun terjadi perbedaan harga dan kecenderungan relative murah akan mempunyai dampak terhadap tingginya nilai yang dimiliki pelanggan. Hal tersebut didukung penelitian Roza (2011) dengan hasilnya terdapat pengaruh yang dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu SimPATI. Hal ini dipertegas juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Koesworodjati (2019) dimana pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel dependennya terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

H₁ : Harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman.

Pengaruh promosi terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Pengaruh promosi dijelaskan sebagai usaha yang dilakukan untuk memberikan penawaran produk dengan tujuan menarik calon pengguna, dengan munculnya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualannya. Penelitian pendukung oleh Roza (2011), menghasilkan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

SimPATI. Hal ini dipertegas juga oleh penelitian oleh Cindy (2017) yang hasilnya menunjukkan ketiga variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet.

H₂ : Promosi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman.

Pengaruh sinyal jaringan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Sinyal jaringan merupakan sarana komunikasi yang dibutuhkan untuk memperlancar komunikasi pelanggan atau pengguna. Hal tersebut didukung penelitian oleh Roza (2011), dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu SimPATI. Hal ini juga dipertegas oleh penelitian terdahulu oleh Pujiastutik (2006), dengan hasil menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas jaringan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telekomunikasi kantor cabang Purwodadi Jawa Tengah.

H₃ : Sinyal Jaringan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman.

Pengaruh image terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Pengaruh image yang memiliki citra baik akan meningkatkan kepuasan konsumen pada suatu produk. Citra merek Telkomsel telah terkenal dimana-mana karena sinyal

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Telkomsel dapat di dapatkan di kota besar sampai dengan daerah terpencil yang lainnya. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Juliana (2019), dengan judul analisis variabel *brand Image*, *service quality*, dan *price* terhadap *customer satisfaction* pelanggan Telkomsel di Karawaci Lippo Village. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel. Hal ini juga dipertegas oleh penelitian terdahulu oleh Rochman (2016), dengan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H₄ : *Image* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman.

Pengaruh layanan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Layanan merupakan kegiatan yang dapat diberikan oleh pihak kepada pihak lain. Layanan dari PT. Telekomunikasi Selular membuka secara resmi yang bernama *GraPARI* (Graha Pari Sraya). Yang berfungsi sebagai media penghubung untuk memberikan info atau melayani pengguna baru maupun pengguna lama dalam menyelesaikan kendala. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Ridaningsih, Dkk (2014), dengan hasil peneltiaa bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kartu Halo pada *GraPARI* Telkomsel di Pekanbaru. Hal ini dipertegas juga oleh penelitian terdahulu oleh Sari (2016) yang menyatakan bahwa berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen nya yaitu kepuasan konsumen kartu GSM Prabayar XL Yogyakarta.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H₅ : Layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman.

III. Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah pada mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman. Teknik pengambilan penelitian ini adalah teknik adalah *Purposive Sampling*. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 50 reponden.

Metode dan Teknik Analisis

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Analisis penelitian menggunakan *pearson correlation* untuk menguji kuesioner. Dalam proses perhitungan penulis menggunakan program *SPSS versi 23.0.*. Dasar pengambilan keputusan apabila nilai dari r hitung $>$ r table maka dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kehandalan jawaban yang diberikan oleh responden pada suatu pertanyaan (Ghozali, 2011). Dengan pengambilan keputusan apabila nilai *cronbach apha* $>$ 0,06 maka dikatakan reliable.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Kualitas Model

Dasar penggunaan uji F ialah untuk mengetahui kualitas model, apakah model regresi baik atau tidak yang nanti dapat menggambarkan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai Signifikansi $< 0,05$ dan hasil F hitung $> F$ table maka hipotesis dapat digunakan.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengetahui seberapa jauh variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi $0 \leq R^2 \leq 1$ model ini menerangkan variabel dependen akan semakin baik bila R^2 mendekati 1.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian mempunyai tingkat kenormalan. Penelitian ini menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ (Imam Ghozali, 2011).

Uji Multikolinieritas

Diartikan sebagai uji ikatan antara variabel bebas yang terdapat dalam model regresi. Pengujian menggunakan indikator, jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat residual yang tidak konsisten antara pengamatan.

Uji Linearitas

Uji Linearitas memiliki maksud untuk mengetahui variabel bebas dengan variabel terkait ada tidaknya keterikatan linier atau tidak. Untuk mengetahui memiliki sifat linear atau tidak dapat dilihat dari tingkat harga signifikansi.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Berfungsi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini secara individual dalam menjelaskan variabel dependen secara parsial. Pengambilan kriteria dalam uji t ialah apabila nilai probabilitas signifikasinya bernilai $< 0,05$, maka hipotesis diterima.

Analisis Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah harga (X1), promosi (X2), sinyal jaringan (X3), image (X4), layanan (X5), dan variabel dependen kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel (Y). adapun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keterangan :

- a = Konstanta
- Y = Kepuasan konsumen
- β = Koefisien regresi
- X1 = Harga
- X2 = Promosi
- X3 = Sinyal Jaringan
- X4 = Image
- X5 = Layanan
- e = Error

IV. Analisis Data dan Pembahasan

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig	Corrected Item – Total Correlation	R-tabel	Keterangan
Harga	X1.1	0,000	0,938	0,2732	VALID
	X1.2	0,000	0,953		
	X1.3	0,000	0,900		
Promosi	X2.1	0,000	0,900		
	X2.2	0,000	0,799		
	X2.3	0,000	0,864		
Sinyal Jaringan	X3.1	0,000	0,809		
	X3.2	0,000	0,824		
	X3.3	0,000	0,817		
Image	X4.1	0,000	0,697		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	X4.2	0,000	0,740		
	X4.3	0,000	0,733		
	X4.4	0,000	0,776		
Layanan	X5.1	0,000	0,828		
	X5.2	0,000	0,791		
	X5.3	0,000	0,793		
Kepuasan	Y1	0,000	0,833		
	Y2	0,000	0,861		
	Y3	0,000	0,762		
	Y4	0,000	0,828		

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dengan menggunakan analisis *total pearson correlation*, mengenai item yang digunakan dalam kuesioner. Membandingkan nilai r tabel dengan signifikasi 0,05 (*2-tailed*) dan nilai N = 50, maka diperoleh nilai r tabel = 0,2732. Maka ditarik kesimpulan bahwa variabel harga, promosi, sinyal jaringan, image, layanan, dan kepuasan dapat dilakukan dengan analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of item	Cronbach alpha	Keterangan
X1	3	0,921	
X2	3	0813	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

X3	3	0,750	Reliabel
X4	4	0,709	
X5	3	0,727	
Y	4	0,824	

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas mengenai uji validitas dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel harga, promosi, sinyal jaringan, image, layanan, dan kepuasan dapat dilakukan $\geq 0,6$. Maka ditarik kesimpulan bahwa variabel yang digunakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

N	50
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,314

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan table diatas, dinyatakan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,314 $\geq 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian mempunyai distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
X1	0,382	2.617	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

X2	0,227	4.406	Tidak terjadi Multikolinieritas
X3	0,493	2.026	
X4	0,532	1.880	
X5	0,193	5.174	

Sumber: Data primer diolah (2020)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel ≤ 10 , dan nilai *tolerance* $\geq 0,1$. Maka ditarik kesimpulan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
X1	.135
X2	.870
X3	.190
X4	.459
X5	.179

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan uji heterostisitas dengan membandingkan nilai absolute residual dengan *alpha* sebesar 5%. Dalam tabel diatas seluruh nilai signifikasi variabel independen $\geq \alpha$, maka ditarik kesimpulan bahwa dalam model regresi tidak terdapat heterostisitas

Uji Linieritas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas

Variabel	F-hitung	F-tabel	Keterangan
X1 dengan Y	0,867	2,323	Linier
X2 dengan Y	0,327	2,583	
X3 dengan Y	0,985	2,811	
X4 dengan Y	0,262	2,583	
X5 dengan Y	0,693	2,583	

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan uji linieritas yang terdapat pada tabel diatas menunjukkan antara variabel X1 dengan Y adalah linier dengan didukung hasil dari nilai $F_{\text{hitung}} = 0,867$ dan nilai $F_{\text{tabel}} = 2,323$ ($F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$). Hasil variabel X2 dengan Y dihasilkan $F_{\text{hitung}} = 0,327$ dan nilai $F_{\text{tabel}} = 2,583$ ($F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$) maka hubungan antar variabel dinyatakan linier. Hasil variabel X3 dengan Y dihasilkan $F_{\text{hitung}} = 0,985$ dan nilai $F_{\text{tabel}} = 2,811$ ($F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$) maka hubungan antar variabel dinyatakan linier. Hasil variabel X4 dengan Y dihasilkan $F_{\text{hitung}} = 0,262$ dan nilai $F_{\text{tabel}} = 2,583$ ($F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$) maka hubungan antar variabel dinyatakan linier. Hasil variabel X5 dengan Y dihasilkan $F_{\text{hitung}} = 0,693$ dan nilai $F_{\text{tabel}} = 2,583$ ($F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$) maka hubungan antar variabel dinyatakan linier.

Analisis Regresi Linier

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Unstandart Coefficients		Standart Coefficients	T	Sig
	B	Std.Error			

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Constanta	2.771	2.465		1.124	.000
X1	.185	.075	.241	2.479	.002
X2	.183	.144	.145	3.274	.009
X3	.428	.175	.274	2.443	.000
X4	.042	.131	.035	3.321	.007
X5	.653	.147	.446	4.442	.000

(sumber: data diolah, (2020))

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi

Adjusted R Square	0,611
-------------------	-------

Berdasarkan analisis linier berganda pada tabel diatas diketahui nilai $R^2=$ 0,611. Hal tersebut menandakan bahwa pengaruh harga, promosi, sinyal jaringan, image, dan layanan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 61% terhadap kepuasan pengguna, sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Uji Kualitas Model

Tabel 4.9 Hasil Uji Kualitas Model

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	121.223	5	24.245	16.423	.000 ^b
Residual	64.957	44	1.476		
Total	186.180	49			

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan 4.9 diatas dengan membandingkan nilai Sig dan tingkat signifikasi yang digunakan didapat bahwa nilai Sig = 0,000 < 0,05. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F table, didapat bahwa f hitung = 16,423 > F table 2,42. Maka disimpulkan bahwa model penelitian berkualitas.

Uji Koefisien Secara Parsial (Uji T)

Tabel 4.10 Hasil Uji Secara Parsial

Variabel	t-hitung	Sig	Keterangan
X1	2.479	.000	H ₁ DITERIMA
X2	3.274	.002	H ₂ DITERIMA
X3	2.443	.009	H ₃ DITERIMA
X4	3.321	.000	H ₄ DITERIMA
X5	4.442	.007	H ₅ DITERIMA

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Harga dijelaskan sebagai biaya nominal yang diberikan oleh konsumen kepada penjual atas produknya. Tujuan harga yang baik adalah persepsi baik dibenak konsumen berkaitan produk yang diperjual belikan. Harga ini sendiri tentunya sangat menyesuaikan dengan produk yang diberikan sehingga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel tentunya di Daerah Seturan, Kabupaten Sleman. Hasil hipotesis pertama sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suswita Roza pada tahun 2011 dan Aprillia Bunga Cindy pada tahun 2017.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh Promosi terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Pemilihan Promosi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang besar. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat meyakinkan calon konsumen agar membeli. Tujuan adanya promosi ini membentuk opini publik pada suatu produk. Hasil hipotesis kedua sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahara pada tahun 2010 dan Marahalim Harahap pada tahun 2016.

Pengaruh Sinyal Jaringan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Penentuan sinyal jaringan yang dilakukan mempunyai pengaruh yang besar. Tujuan sinyal jaringan didefinisikan sebagai sarana penghubung pengguna satu dengan yang lainnya sehingga dapat melakukan hubungan. Hasil hipotesis ketiga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy pada tahun 2017 dan Tri Pujiastutik pada tahun 2006..

Pengaruh *image* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Setiap perusahaan pasti mengusahakan untuk mempunyai *Brand Image* yang baik di mata calon konsumen atau konsumennya. Apabila *image* suatu produk baik akan berdampak pada kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel yang tinggi terhadap suatu produk. Penentuan *image* yang dilakukan mempunyai pengaruh yang besar. Hasil hipotesis keempat sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliana pada tahun 2019 dan Abdul Rochman pada tahun 2016.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh layanan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna kartu Telkomsel.

Penentuan layanan pada Kartu Telkomsel ini mempunyai keunggulan pada harapan yang bersumber dari konsumen kemudian di relisasikan dengan kualitas produk yang memenuhi npengguna kartu Telkomsel. Hasil hipotesis kelima sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harahap pada tahun 2016 dan Ridaningsih, Dkk pada tahun 2014.

V. Kesimpulan

- F. Hasil dari uji F disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan berkualitas.
- Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Telkomsel, sehingga hasil tersebut sesuai dengan hipotesis pertama yang diajukan.
 - Variabel promosi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Terkomsel, sehingga hasil tersebut sesuai dengan hipotesis kedua yang diajukan.
 - Variabel signal jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Terkomsel, sehingga hasil tersebut sesuai dengan hipotesis ketiga yang diajukan.
 - Variabel *image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Terkomsel, sehingga hasil tersebut sesuai dengan hipotesis keempat yang diajukan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- e. Variabel layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Terkomsel sehingga hasil tersebut sesuai dengan hipotesis kelima yang diajukan.

Saran

1. Penelitian yang akan dilakukan selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel tambahan selain variabel yang sudah ada dalam penelitian ini seperti kualitas produk dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang lebih bervariasi dan lebih maksimal.
2. Menambah jumlah data yang digunakan dalam penelitian, memperluas cakupan wilayah penelitian, dan juga menambah jangka waktu penelitian untuk mendapat hasil yang maksimal dan lebih baik dari penelitian ini.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, Nurul., Ratnasari, Ririn Tri. 2015. Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya. *JESTT*. Vol.2 No. 7 : Hal 553-569.
- Alexander, L. Biel (1992). “*Converting Image Into Equity*” *Journal of Advertising Research*. Chapter 5. California
- Aprillia Bunga Cindy. 2017. Analisis pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet (survey Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Basu (2000)= Swastha, Basu., dan Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Basu Swastha. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard, 1995., *Perilaku Konsumen*. Jakarta.Bina Rupa Aksara. Hal.3
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harini. (2008). *Penetapan Harga, Makro Ekonomi Pengantar*, Pt Gramedia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<https://www.kajianpustaka.com/2012/11/teori-pemasaran.html> diakses pada tanggal 03 maret 2020 pukul 22.20 WIB

Juliana. 2019. Analisis pengaruh *brand image*, *service quality*, dan *price* terhadap *customer satisfaction*. E-Jurnal Manajemen. 8(9): 5867-5886

Kismono, Gugup. (2001). *Pengantar Bisnis*. Edisi pertama. Yogyakarta : BPFE.

Kotler (2003) = Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management*. 11th ed. Canada: PrenticeHall.

Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. 10thEdition. "*Marketing an Introduction*". Indonesia: Perason.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. ***Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas***. Indeks: Jakarta

Rehman, H.I.U.R ., & Zahid I. 2017. "*The Impact of Brand Image on Purchase Intention: Moderating Role of Store Image in Pakistan's Retail Sector*". *The IUP Journal of Brand Management*. Vol. XIV. No. 3, 2017. Diambil dari : EBSCO. (12 Maret 2020)

Sunarto,2003= Sunarto. (2003). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit AMUS

Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS

Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat

Suswita, Roza. 2011. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna kartu simpati di kota jambi. *Jurnal penelitian Universitas Jambi*. 13(1): 25-34

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tambunan, K. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto. *Skripsi*. Program Sarjana S1 Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/35986/1/TAMBUNAN>. Pdf (10 Maret 2020)

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. Andy : Yogyakarta

Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

Waode Shaleha. 2014. Pengaruh Fitur Produk, Harga, Jaringan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar As Padamasiswa Manajemen Angkatan 2011-2013 Universitas Haluoleo. Kendari : Universitas Haluoleo

Widayanto. 2018. Pengaruh kualitas produk layanan dan citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* pada pengguna SimCard IM3. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 7(2): 61-67