

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN
TELKOMSEL DI SEBERANG ULU II PALEMBANG

Skripsi



Nama : Handika Sefrian Rizky
NIM : 212016193

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2020

Skripsi

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN
TELKOMSEL DI SEBERANG ULU 11 PALEMBANG

Diajukan untuk Menyusun Skripsi pada
program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang



Nama : Handika Sefrian Rizky
NIM : 212016193

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Handika Sefrian Rizky

Nim : 212016193

Konsentrasi : pemasaran

Judul skripsi : pengaruh kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dampaknya pada loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 11 Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau di publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan di sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karna karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juni 2020



Handika Sefrian Rizky

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

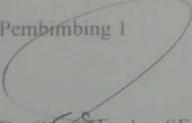
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dampaknya pada loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 11 Palembang

Nama : Handika Sefrian Rizky
Nim : 212016193
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Agustus 2020

Pembimbing 1


Dr. Othar Hendro, SE.M.Si
NIDN : 0213106902

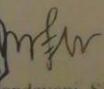
Pembimbing 2


Angreany Hustia, SE.MM
NIDN : 0110128301

Mengetahui
Dekan

Kepala Program studi Manajemen




Zalfa Mandayani, SE.M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Bukanlah Ilmu yang semestinya mendatangiimu, tetapi kamulah seharusnya mendatangi ilmu itu. (Imam Malik)

Persembahan

Dengan mengucapkan rasa syukur alhamdulillah kepada Allah

SWT. Skripsi ini ku persembahkan sebagai wujud kasih sayang :

1. Terkhusus untuk orang tersayang kedua orang tuaku Heri Mulya dan Sista Leni , Terima kasih buat Papa dan Mama atas segala dukungannya, doa yang selama ini yang kalian berikan, dan usaha jerih payah pengorbanan untuk anakmu.
2. Adikku Muhammad Daffa Martalian Rizky dan Muhammad Raffa Alafarezal , serta keluargaku yang telah mendukungku selama ini.
3. Seseorang yang menjadi pendampingku selama mengerjakan Skripsi Pitriyani
4. Dosen pembimbing bapak Dr. Omar Hendro, SE. M.Si dan ibu Anggreainy Hustia, SE., MM, yang meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi.
5. Almamaterku yang kubanggakan Universitas Muhammadiyah Palembang

PRAKATA

Assalamu'alaikum, Wr,Wb.

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas nikmat dan kesehatan, rahmat dan karuniaNya telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Pada penelitian ini penulis menggunakan lima variabel yaitu kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan . Peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan serta harga kepuasan pelanggan dampaknya pada loyalitas pelanggan Telkomsel di seberang Ulu II Palembang menggunakan 15 indikator dengan sampel 150 sampel. Pada Teknik analisis penulis menggunakan program SPSS Ver.21 dan Amos Ver.26

Ucapan terima kasih pertama-tama penulis sampaikan kepada Allah SWT, kemudian kepada ayahanda Heri Mulya dan ibunda Sista Leni tercinta. Mereka adalah orang yang paling banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. “ Wahai Tuhanku, kasihilah kedua nya sebagai mana mereka mengasihi aku sejak kecil”. Adik-adik ku tersayang Muhammad daffa martalian rizky dan Muhammad ravan alfarezel yang penulis sangat sayangi serta keluarga besar yang telah memberikan dukungannya. Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat didalam nya baik isi maupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang di dapatkan penulis.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak DR.H. Abid Djazuli, S.E.,M.M Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs Fauzi Ridwan, M.M Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E. M.Si. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Dr. Omar hendro, S.E.,M.Si selaku pembimbing yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, mengajarkan, memotivasi, dan bimbingannya kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Pimpinan dan seluruh karyawan di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan membantu memberikan saran kepada peneliti.
8. Sahabat-sahabat tersayang semasa kuliah, keluarga manajemen paket 06, teman Seperjuangan Grup Mobile Legend (Patra, Fajri, Pino, Anam, Eko, Reza, Fadli, Arief, Amir, Teja, Handersyah, Imam, Mikel, Refangga, Mitra) dan Sahabat Saya Bagus, Andri, Hafiz, Raden.
9. Terima kasih kepada Pitri yani yang telah berjuang Bersama sampai sekarang yang tidak pernah bosan memberikan semangat, dukungan, dan motivasi dengan sepenuhnya.
10. Untuk almamater dan kampus hijau yang selalu di hati.

Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian. Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu kritik dan yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan nilai skripsi dan untuk penyusunan skripsi selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembacanya. Amin yarobal'alam.

Wassalamualaikum Wr,Wb.

Palembang, Agustus
2020
Penulis,

Handika sefrian rizky

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.	iii
Halaman Persembahan dan Motto	iv
Halaman Prakata	v
Daftar Isi.....	vii
Halaman Daftar Tabel	ix
Halaman Daftar Gambar	x
Halaman Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.	8
D. Manfaat Penelitian.	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN,	
 DAN HIPOTESIS.	10
A. Kajian Kepustakaan.	10
1. Landasan teori.	10
a) Kepuasan Pelanggan.	10
b) Kualitas Produk.....	12
c) Harga Produk.	15
d) Kualitas Pelayanan.....	17
e) Loyalitas Pelanggan.	20
2. Penelitian sebelumnya.....	22
B. Kerangka Pemikiran.....	29
C. Hipotesis.	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	31

A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Operasionalisasi Variabel.	32
D. Populasi Dan Sampel.	32
E. Data Yang Diperlukan.	34
F. Metode Pengumpulan data.....	34
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil Penelitian.	43
1. Deskripsi Tempat Penelitian.	43
2. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.	44
3. Karakteristik Responden.....	44
4. Gambaran Umum Jawaban Responden.	50
5. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	62
B. Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.	86
A. Kesimpulan.	86
B. Saran.	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
Lampiran.

HALAMAN DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Prasurvey Hasil Pengguna Kartu Telkomsel Seberang Ulu II Palembang.....	4
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Tabel IV.5 Variabel Kepuasan Pelanggan	50
Tabel IV.6 Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel IV.7 Variabel Harga Produk.....	55
Tabel IV.8 Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel IV.9 Variabel Loyalitas Pelanggan	60
Tabel IV.10 Hasil Estimasi dengan Metode Part Analisis	63
Tabel IV.11 Hasil Estimasi dengan Metode Part Analisis.	71

HALAMAN DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar IV.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	63

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 jadwal penelitian.....	
Lampiran 2 daftar kuesioner	
Lampiran 3 kartu aktivitas bimbingan	
Lampiran 4 sertifikat toefl.....	
Lampiran 5 sertifikat aik	
Lampiran 6 surat selesai riset.....	
Lampiran 7 plagiarism checker x originality report	
Lampiran 8 Abstrak Bahasa Inggris.....	
Lampiran 9 Persetujuan Skripsi	
Lampiran 10 uji validitas	
Lampiran 11 uji reabilitas	
Lampiran 12 tabulasi.....	
Lampiran 13 analisis Jalur Amos	
Lampiran 14 frekuensi.	
Lampiran 15 Jurnal	

ABSTRAK

Handika Sefrian Rizky / 212016193 / 2020 / Pengaruh kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dampaknya pada loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang / Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang, (2) adakah pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan di Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (3) adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang. (4) adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang, (5) adakah Pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan di Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (6) adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang, (7) adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, penelitian ini menggunakan variabel kepuasan pelanggan, kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan 15 indikator. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang yang berjumlah infinite . Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 150 responden dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah kualitatif yang di kuantitatifkan dengan Teknik analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang, (2) ada pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan di Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (3) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang. (4) tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang, (5) tidak ada Pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan di Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (6) tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang, (7) ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu 2 Palembang.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Handika Sefrian Rizky / 212016193/2020 / Effect of product quality, product prices and service quality on customer satisfaction impact on Telkomsel customer loyalty in Seberang Ulu 2 Palembang / Marketing Management.

The formulation of the problem in this study are (1) is there an effect of product quality on customer satisfaction Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang, (2) is there an effect of product prices on customer satisfaction at Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (3) is there an effect of service quality on customer satisfaction Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang. (4) is there an effect of product quality on customer loyalty Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang, (5) is there an effect of product prices on customer loyalty in Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (6) is there an effect of service quality on customer loyalty Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang , (7) is there an effect of customer satisfaction on customer loyalty Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang. This type of research is associative research, this study uses variables of customer satisfaction, product quality, product prices, service quality and customer loyalty using 15 indicators. The population in this study were the Telkomsel users at Seberang Ulu 2 Palembang, which amounted to invinite. In this study, a sample of 150 respondents was taken with a purposive sampling method. The data used in this study are primary data. Data collection method used in this study is a questionnaire method. The data analysis used is qualitative in quantitative with path analysis techniques (path analysis). The results showed that (1) there was an effect of product quality on customer satisfaction Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang, (2) there was an effect of product price on customer satisfaction at Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (3) there was an effect of service quality on customer satisfaction Telkomsel at Opposite Ulu 2 Palembang. (4) there is no effect of product quality on customer loyalty Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang, (5) there is no effect of product prices on customer loyalty at Telkomsel Seberang Ulu 2 Palembang, (6) there is no effect of service quality on customer loyalty Telkomsel in Seberang Ulu 2 Palembang, (7) there is an effect of customer satisfaction on customer loyalty Telkomsel at Seberang Ulu 2 Palembang.

Keywords: customer satisfaction, product quality, product price, service quality, and customer loyalty.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Apabila dalam suatu bisnis tidak adanya pemasaran, maka konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk yang dihasilkan dari bisnis tersebut dan membuat penjualannya menjadi rendah. Tetapi dengan melakukan suatu pemasaran yang baik akan membuat semua orang tahu tentang produk usaha bisnis yang anda jalani, sehingga memungkinkan banyak konsumen yang tertarik, terlebih lagi produk usaha bisnis anda memiliki kualitas, kuantitas, nilai inovatif, dan keunikan tersendiri.

pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi baik itu kebutuhan manusia maupun sosial. pemasaran yaitu “*meeting needs profitability*”, maksud dari kalimat tersebut adalah pemasaran adalah suatu hal yang dijalankan agar memenuhi setiap kebutuhan para pelanggan dengan cara-cara yang menguntungkan semua pihak bukan hanya untuk satu pihak saja. sosial. Menurut Kotler dan Keller (2016:27)

Perusahaan akan bersifat bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya sangat setia untuk waktu yang lebih lama. Membeli lagi Ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama.

Membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.

Pada kondisi bisnis yang sangat kompetitif ini, dimana tingkat persaingan yang sangat tinggi dengan differensiasi produk atau jasa yang begitu beragam. Maka kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menjadi hal yang begitu sangat penting. Pada perusahaan kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting agar meningkatkan keuntungan sehingga perusahaan selalu menjaga hubungan baik dengan semua pelanggan.

mengatakan bahwa “kepuasan pelanggan tergantung dari persepsi produk relatif terhadap eksploitasi pembeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:39)

kualitas produk yaitu kelebihan suatu barang agar memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang seharusnya diinginkan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:164)

kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut agar memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016:59)

menyebutkan bahwa harga adalah satu satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukkan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2016:218)

loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ataupun melindungi produk maupun layanan yang diminati

dimasa depan terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi akan menyebabkan perilaku beralih. Menurut Kotler dan Keller (2016:153)

Telkomsel adalah merek dan UMTS operator jaringan seluler telpon yang beroperasi di Indonesia. Merek ini dimiliki oleh Telkom Indonesia dan Indosat dalam komposisi dengan saham sebesar 65% yang dimiliki oleh Telkomsel dan sisanya dimiliki oleh Indosat pada awal peluncuran tanggal 26 Mei 1996 di Jakarta. Perusahaan ini menyediakan pelanggan dengan berbagai pilihan yaitu kartu prabayar Simpati dan Kartu AS, ataupun layanan kartu Halo pasca bayar, serta dengan berbagai layanan dan program tambahan. Sepanjang perjalanan sejarahnya Telkomsel menjadi operator Telekomunikasi seluler pertama di Asia dengan memperkenalkan jasa GSM pra-bayar pada bulan November 1997. Merek ini juga merupakan operator pertama di Indonesia yang meluncurkan layanan 3G pada September 2006. Pada tanggal 20 Maret 2009, Telkomsel dan Apple Inc. South Asia Pte.Ltd.

Di tahun 2013 Telkomsel melakukan promo program “Nekad Travel” untuk memberikan bukti bahwa jaringan 3G Telkomsel lebih cepat dan juga lebih memberikan kenyamanan di mana pun hingga ke plosok Tanah Air. Selain itu program ini juga menanamkan nilai bahwa hubungan social yang baik melalui internet maupun interaksi langsung lebih penting dibandingkan dengan materi (uang). Tepat pada 26 Mei 2019 Telkomsel

genap berusia 24 tahun, dan Telkomsel telah memiliki 168 juta Pelanggan dan membangun lebih dari 197 ribu BTS. BTS 4G yang akan dibangun

Telkomsel sepanjang 2020 akan menerapkan Teknologi terbaru dalam pengembangan infrastruktur kapasitas dan kecepatan akses jaringan hingga 3 kali lipat dari BTS 4G regular yang sebelumnya telah dihadirkan Telkomsel.

Berdasarkan prasurvei yang telah dilakukan pada 20 orang pengguna kartu Telkomsel yang berada di wilayah Seberang Ulu II Palembang sebagai berikut :

Tabel 1.1
Prasurvei hasil pengguna kartu Telkomsel Seberang Ulu II Palembang

No	Indikator	setuju	Tidak setuju
1	<i>Re-Purchase</i> / membeli Kembali (kualitas jaringan , bonus yang diberikan, kualitas sinyal, harga dan masa tenggang yang baik akan membuat pelanggan membeli kembali Telkomsel)	3	17
2	Telkomsel telah menciptakan citra merek yang baik sehingga pelanggannya membeli Kembali kartu Telkomsel)	10	10
3	Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama	7	13
4	Kinerja Telkomsel sudah optimal dalam memberikan kemudahan (tersedianya layanan akses seperti kuota unlimited)	8	12
5	Daya tahan atau umur produk seperti frekuensi pemakaian di beri masa tenggang lebih dari 3 bulan	8	12
6	Estetika daya tarik pada produk Telkomsel sudah bagus	6	14
7	responsivitas dari penyedia layanan dalam menanggapi keluhan konsumen (respon yang cepat apabila ada keluhan pengguna Telkomsel dalam bentuk sms terhadap operator).	6	14
8	akses untuk kemudahan dalam pendaftaran kartu Telkomsel cukup baik (prosedur yang mudah untuk daftar hanya dengan menggunakan kartu penduduk)	10	10
9	reliabilitasnya informasi yang diberikan Telkomsel (ada sms dari Telkomsel cara untuk mendapatkan kuota murah dengan mudah)	9	11
10	Penetapan harga yang rendah membuat masyarakat terjangkau dan mampu dalam membeli kartu Telkomsel	9	11
11	sesuainya harga Telkomsel dengan kualitas jasa yang diberikan perusahaan (harga pembelian kuota internet murah dan sebanding dengan kualitas layanan jasa yang diberikan Telkomsel)	9	11
12	Harga dapat mempengaruhi konsumen didalam mengambil keputusan pembelian (banyaknya pembelian kartu Telkomsel dengan harga yang murah tidak menguras ekonomi pengguna)	7	13
13	<i>Trust</i> / tingkat kepercayaan pelanggan (bonus yang di berikan)	8	12
14	<i>Switching Cost</i> / pelanggan Telkomsel tidak terbebani (Ketika mati lampu tidak terjadinya perubahan kualitas jaringan maupun sinyal)	5	15
15	<i>Cooperation</i> / perilaku konsumen yang menunjukkan sikap yang bekerjasama (keinginan pengguna Telkomsel sejalan dengan yang di berikan pasar Telkomsel	8	12

Sumber : Hasil wawancara pendahuluan 2020

Dilihat dari hasil survei yang di lakukan terhadap pengguna Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang untuk kepuasan pelanggan

banyak yang menyatakan tidak setuju, hal tersebut karena melihat pra-survei sebanyak 20 anggota Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang banyak yang menyatakan tidak setuju terhadap Telkomsel Dilihat dari kualitas jaringan, bonus yang di berikan, kualitas sinyal, harga dan masa tenggang yang masih menjadi persoalan sehingga membuat pengguna Telkomsel tidak membeli kembali Telkomsel (*Re-Purchase*) dengan tingkat 85% tidak setuju. Ketika pengguna Telkomsel banyak yang menyatakan tidak setuju terhadap Telkomsel sehingga membuat pelanggan beralih memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing Telkomsel dengan tingkat 50% tidak setuju. Dan juga akan membuat pelanggan Telkomsel belum tertarik membeli produk lain dari perusahaan Telkomsel dengan tingkat 65% tidak setuju.

Kualitas produknya masih belum juga memuaskan, dilihat dari sudut pandang kinerja Telkomsel dalam mengoptimalkan produknya masih belum memberikan kemudahan seperti tersedianya layanan akses seperti kuota unlimited belum tersedia dengan tingkat 60% tidak setuju. Kemudian daya tahan / umur produk atau frekuensi pemakaian konsumen hanya diberi masa tenggang selama 1 bulan, apabila lebih dari 1 bulan tidak memperpanjang atau mengisi pulsa maka kartu akan diblokir dengan tingkat 60% tidak setuju. Untuk estetika daya tarik produknya masih kurang bagus dan warna pada kartu Telkomsel juga kurang menarik dengan tingkat 70% tidak setuju.

Untuk harga produk masih kurang memuaskan karena, penentuan harga yang tinggi membuat masyarakat banyak yang tidak terjangkau dan

tidak mampu dalam membeli kartu maupun layanan internet Telkomsel dengan tingkat 55% tidak setuju. Kurang sesuai harga Telkomsel dengan kualitas jasa yang diberikan perusahaan karena harga pembelian kuota internet mahal tidak sebanding dengan kualitas layanan jasa yang diberikan Telkomsel dengan tingkat 55% tidak setuju. Harga dapat mempengaruhi konsumen didalam mengambil keputusan pembelian seperti kurangnya pembelian kartu Telkomsel karena akan menguras ekonomi pengguna dengan tingkat 65% tidak setuju.

Kemudian untuk kualitas pelayanan masih kurang, pertama dilihat dari Kurangnya responsivitas dari penyedia layanan dalam menanggapi keluhan konsumen seperti kurang respon keluhan pengguna Telkomsel dalam bentuk sms terhadap operator dengan tingkat 70% tidak setuju. Akses untuk kemudahan dalam pendaftaran kartu Telkomsel cukup sulit karena prosedur yang rumit harus daftar dengan menggunakan kartu penduduk dengan tingkat 50% tidak setuju. Dan kurang reliabilitasnya informasi yang diberikan Telkomsel seperti ada sms dari telkomsel cara untuk mendapatkan kuota murah ternyata pas di cari layanan sudah tidak tersedia dengan tingkat 55% tidak setuju.

Untuk loyalitas pelanggan masih kurang bisa dilihat dari kurangnya (*Trust*) kepercayaan masyarakat pengguna Telkomsel terhadap Telkomsel karena bonus yang di berikan kartu Telkomsel masih sedikit dengan tingkat persen 60% tidak setuju. Kemudian

(*Switching Cost*) pelanggan Telkomsel masih terbebani ketika terjadinya perubahan seperti ketika listrik padam maka jaringan akan hilang dan sinyal akan sedikit dengan tingkat 75% tidak setuju. Dilihat dari *cooperation* atau perilaku konsumen yang menunjukkan sikap yang bekerja sama dengan pasar (Telkomsel) masih belum terlihat karena, berdasarkan survey sebanyak 20 pengguna Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang menunjukkan hasil masih banyak yang belum puas artinya apa yang diinginkan pengguna Telkomsel belum sejalan dengan yang diberikan pasar Telkomsel dengan 60% tidak setuju.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Telkomsel di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang”**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang?
2. Adakah pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang?
4. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang?

5. Adakah pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang?
6. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang?
7. Adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang
5. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Seberang Ulu II Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sarana kegiatan belajar dalam menambah wawasan, pemahaman, pengalaman dan pengembangan ilmu dalam menghadapi suatu masalah dengan mendalam, melatih diri dalam mengemukakan dan menyelesaikan masalah secara mandiri dan ilmiah.

2. Bagi Lokasi Peneliti

Memberikan informasi atau masukan kepada perusahaan dalam meningkatkan kualitas kepuasan dan loyalitas yang diberikan kepada pelanggan, sebagai bahan untuk pertimbangan penentuan pengembangan produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Almamater

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi ilmu pengetahuan serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung.: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*.: Raja Grafindo Persada.
- Danang Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service.
- Dudung Juhana dan Irena Larashati. (2017). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Vol 10. No 2 (2017).
- Dwi Mulyono Nugroho. (2015) pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk pelayanan, dan harga produk layanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan prabayar telkomsel. Vol 7.No 2, Juli 2015.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta:Andi.
- Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta:Andi
- Hidayat . A. (2009). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta:Salemba Medika.
- Jessica J. Lenzun, James D.D Massie, Decky Adare. (2014) pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel fakultas ekonomi dan bisnis unsrat, jurusan manajemen universitas sam ratulangi manado. Vol 2, No 3 (2014)
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajement*, Edisi 15. Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles Of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Lovelock, Christoper, Patterson, P. Dan Wirt, J. (2015). *Services Marketin: An Asia-Pasific and Australian Perspektive*, Sixth Edition, Pearson, Australia.

Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta.

Mauludin, Hanif. (2013). *Marketing Research : Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta. Elex Media Komputindo.

Muhammad Adam, S, E.,M.B.A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta Bandung.

Tangkilisan. (2015). *Manajem Publik*. Gramedia Widia. Jakarta.

Vanessa. Gaffar. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*. Bandung: Alfabeta.