

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *PROVIDER* SMARTFREN PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Fikri Rapsanjani

NIM : 212020139

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *PROVIDER* SMARTFREN PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Fikri Rapsanjani

NIM : 212020139

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fikri Rapsanjani

NIM : 212020139

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan *Provider* Smartfren Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I 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 ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2024


METERAI
TEMPEL
DEAN0942696594
Fikri Rapsanjani

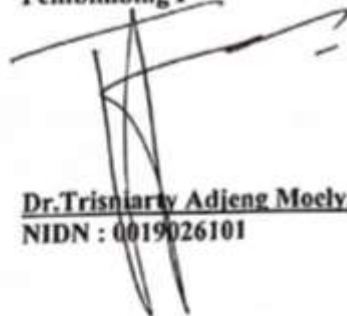
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan *Provider* Smartfren Pada
Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
Nama : Fikri Rapsanjani
Nim : 212020139
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Februari 2024

Pembimbing I



Dr. Trisniarty Adjeng Moclwati, S.E., M.M.
NIDN : 0019026101

Pembimbing II



Fitantina, S.E., M.Si.
NIDN : 0028026301

Mengetahui
Dekan
U.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zulaicha Trihandayani, S.E., M., Si.
NIDN: 0229057501

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang"

"Meski sering gagal, aku tidak pernah berpikir bahwa angan-anganku itu adalah sesuatu yang tidak mungkin. Karena jika sekali saja aku berpikir seperti itu, maka kekuatan untukku bertahan pun akan menghilang. Jadi, tidak peduli saya terlihat ceroboh dan bodoh, saya selalu berpikir bahwa saya pasti bisa."Fikri Rapsanjani"

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Al-Baqarah :286)

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Bapak tersayang (Apri)) dan Ibuku sayang (Emi Kalsum)
- ❖ Adik adik ku (EdwinRahil Ibrahim & Muhammad Rayyan Pratama)
- ❖ Teman-temanku
- ❖ Almamater

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Smartfren Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang". Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Bapak Hairizon dan Ibu Maziroh yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si dan ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr.Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M.dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Dr. Dinarossi Utami, S.E.,M.Si dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal
7. Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Palembang yang mengizinkan saya untuk melakukan penelitian, dan juga responden yang membantu mengisi pertanyaan kuesioner.
8. Dhelvia Julianty terima kasih selalu memotivasi dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini
9. Seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Sahabat-sahabat seperjuangan terbaikku angkatan 2020

Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.

Palembang, Maret 2024
Penulis,



Fikri Rapsanjani
212020139

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Landasan Teori	11
2. Penelitian Sebelumnya	21
B. Kerangka Pemikiran.....	25

C. Hipotesis.....	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian	32
C. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Populasi dan Sampel	34
E. Data yang Diperlukan.....	36
F. Metode Pengumpulan Data	37
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Simpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 Prariset Mahasiswa Terhadap Kartu Smartfren	5
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Penelitian Sebelumnya	25
Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator.....	34
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	50
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	51
Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel IV.4 Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	52
Tabel IV.5 Responden Berdasarkan Semester	53
Tabel IV.6 Responden Berdasarkan Fakultas	53
Tabel IV.7 Kepuasan Pelanggan	52
Tabel IV.8 Kualitas Produk.....	55
Tabel IV.9 Harga.....	58
Tabel IV.10 Promosi	61
Tabel IV.11 Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel IV.12 Hasil Uji F (Simultan).....	67
Tabel IV.13 Hasil Uji t (Parsial)	68
Tabel IV.14 Hasil Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 Operator Seluler dengan Pengguna Terbanyak.....	4
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	11
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar IV.2 Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	49
Gambar IV.3 Responden Berdasarkan Semester Pendidikan	50
Gambar IV.4 Responden Berdasarkan Fakultas	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioener
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Surat keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 11 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 14 : Plagiat Cheker
- Lampiran 15 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 16 : Sertifikat AIK
- Lampiran 17 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Fikri Rapsanjani, Trisniarty Adjeng Moelyati, Fitantina / Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Smartfren Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif, variabel yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi. Sampel yang digunakan sebanyak 105 responden yang diambil dengan metode *Purposive Sampling*. Data utama yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t serta koefisien determinasi. Hasil penelitian dari regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh positif terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan provider Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, ada pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan ada pengaruh signifikan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi mampu berkontribusi terhadap naik turunnya keputusan pembelian sebesar 67,5%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Fikri Rapsanjani, Trisniarty Adjeng Moelyati, Fitantina / The Influence of Product Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction of Smartfren Providers among Muhammadiyah University Students in Palembang.

This research aims to determine the influence of Product Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction of Smartfren providers among Muhammadiyah University Palembang students simultaneously and partially. This type of research uses associative research, the variables used are Customer Satisfaction, Product Quality, Price and Promotion. The sample used was 105 respondents taken using the Purposive Sampling method. The main data used is primary data using a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression, F and t hypothesis testing and the coefficient of determination. The research results from multiple linear regression show that product quality, price and promotion have a positive effect on customer satisfaction for Smartfren providers among Muhammadiyah University students in Palembang. The results of simultaneous hypothesis testing show that there is a significant influence of Product Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction. Partially, it shows that there is a significant influence of Product Quality on Customer Satisfaction, there is a significant influence of Price on Customer Satisfaction and there is a significant influence of Promotion on Customer Satisfaction of Smartfren providers among Muhammadiyah University Palembang students. The results of the coefficient of determination show that the variables Product Quality, Price and Promotion are able to contribute to the ups and downs in purchasing decisions by 67.5%.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Purchasing Decisions

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis (Tjiptono dan Diana, 2020:3). Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Kepuasan pelanggan hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani, karena itu diperlukan usaha yang meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2017:150).

Menurut Tjiptono (2019:37) terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan antara lain kualitas produk, harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan dan fasilitas. Menurut konsumen semua hal yang dimiliki harus memiliki kualitas yang baik untuk digunakan dalam waktu lama oleh karena itu kualitas dari suatu

produk haruslah penting, selain itu harga yang dijual terhadap suatu produk merupakan daya tarik bagi konsumen, apabila harga yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang diterima maka konsumen akan merasa puas dan promosi mengenai produk merupakan sarana yang baik agar konsumen mengetahui produk yang dijual secara detail sehingga menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen yang akan membelinya.

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adalah kualitas produk, menurut Kotler dan Keller (2017:156) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan totalitas dari fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kebutuhan untuk memenuhi konsumen. Kualitas dari sebuah produk yang dirasakan oleh konsumen langsung mempengaruhi keputusan pembelian. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan pada penggunaannya. Produk memiliki peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang dilihat dari produk yang beranekaragam, desain maupun ukuran serta fungsi dan kegunaannya, sehingga konsumen merasa ingin melakukan pembelian terhadap produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Keumudian kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh harga, menurut Tjiptono (2019:208) harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Namun keputusan mengenai harga terutama dalam konteks pemasaran jasa tidak mudah dilakukan disatu sisi harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek,

namun disisi lain sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kontemporer.

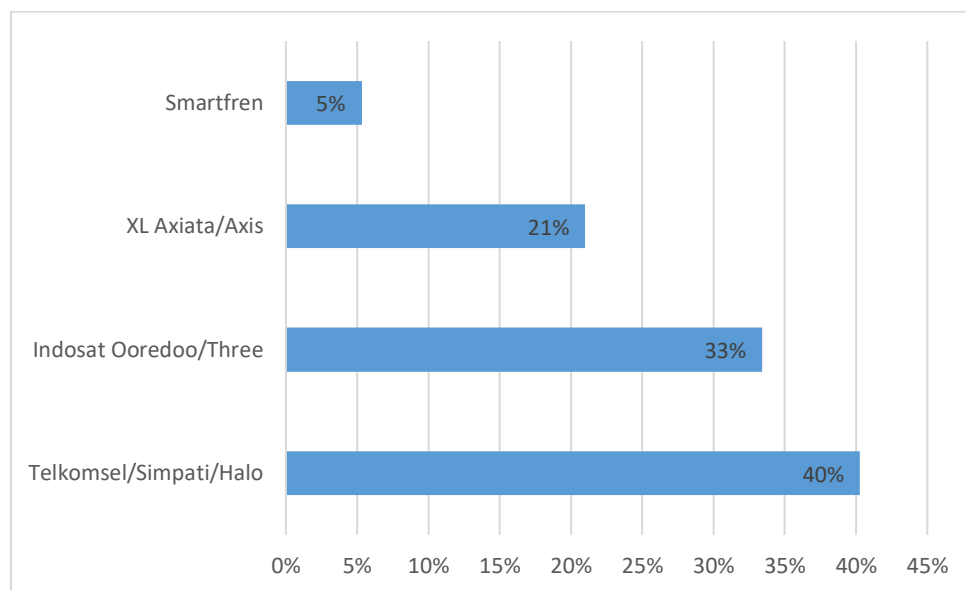
Selain kualitas produk dan harga terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan yaitu promosi. Malau (2018:103) menyatakan promosi adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah yang dibeli pelanggan serta membuat konsumen puas sehingga melakukan pembelian kembali. Menurut pelaksanaannya perusahaan sering kali harus bekerja sama dengan berbagai perantara guna menawarkan produknya ke pasar.

Di era Globalisasi ini telah banyak lahir produk jenis *handphone* seperti *android, iphone, ipad, tablet, note* dan sebagainya yang memiliki kecanggihan yang tinggi. Di Indonesia saat ini ada 3 *provider* besar yang menggunakan teknologi berbasis GSM yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Seluler Tbk. (Telkomsel), PT. Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat), dan PT. Excelcomindo Pratama Tbk. (Pro XL). Disusul dengan munculnya perusahaan - perusahaan jasa telekomunikasi baru baik berbasis GSM maupun CDMA, yaitu Hutchison CPT (Three), Axis (Axis), PT. Telkom Indonesia (Telkom Flexi), Mobile-8 (Fren), PT. Smart Telecom (Smart, PT.). Hal ini tentu memicu terjadinya persaingan antar *provider* atau kartu prabayar, dan membuat para pelaku pasar dan produsen untuk dapat memenangkan persaingan ini (Lenzun, 2014).

Salah satu *provider* yaitu PT Smartfren Telecom Tbk (IDX:FREN) merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi terdepan di

Indonesia. Pada tahun 2015, Smartfren berinovasi dengan meluncurkan layanan 4G LTE Advanced komersial pertama di Indonesia, dan di awal tahun 2016, Smartfren kembali mencetak sejarah sebagai perusahaan telekomunikasi pertama di Indonesia yang menyediakan layanan Voice over LTE (VoLTE) secara komersial. Pada tahun 2017, Smartfren mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan operator 4G terdepan melalui migrasi pelanggan CDMA menjadi pelanggan 4G, sehingga Perseroan saat ini merupakan satu-satunya operator yang beroperasi di jaringan 4G sepenuhnya (Pamungkas, 2020).

Minat konsumen dalam menggunakan salah satu *provider* sebagai layanan komunikasi dapat dilihat dalam gambar I.1.



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2023

Gambar I.1 **Operator Seluler dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia Awal 2023**

Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa, sebanyak 40% responden menggunakan operator seluler Telkomsel/Simpati/Halo untuk mengakses internet melalui ponsel pada awal tahun 2023. Terlihat bahwa tingkat penggunaan operator

seluler masyarakat Indonesia paling banyak diminati yaitu Telkomsel/Simpati/Halo. Selain itu terlihat juga bahwa penggunaan operator seluler terendah yaitu Smartfren dengan penggunaan berkisar hanya 5%.

Berdasarkan informasi yang diperoleh maka peneliti melakukan pengamatan terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang sebagai berikut:

Tabel I.1
Prariset Mahasiswa Terhadap Kartu Smartfren

No	Pernyataan	Jumlah (Orang)	
		Ya	Tidak
Kepuasan			
1	Merasa puas dengan kinerja yang diberikan Smartfren	12	18
2	Merasakan kepuasan terhadap sinyal walaupun dikondisi listrik padam	14	16
3	Merasakan kepuasan karena spesifikasi yang tertera dijelaskan secara detail	11	19
Kualitas Produk			
4	Kualitas kinerja sinyalnya yang begitu baik untuk digunakan saat keperluan	10	20
5	Kualitas kinerja internet sudah sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan	8	22
6	Kecepatan pelayanan dalam perbaikan masalah	10	20
Harga			
7	Harga yang beredar masih dapat terjangkau	13	17
8	Harga Smartfren sesuai dengan kualitas dengan spesifikasi yang dijanjikan	11	19
9	Harga yang dijual sesuai dengan daya saing kompetitor	12	18
Promosi			
10	Menampilkan iklan untuk mengenalkan produk Smartfren	13	17
11	Memberikan promosi yang dapat menarik minat pembelian	12	18
12	Mahasiswa membicarakan bahwa Smartfren bagus untuk digunakan	5	25

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa, 2023.

Berdasarkan hasil prariset Tabel I.1 pada 30 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang diperoleh pernyataan mengenai kartu Smartfren sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Mahasiswa berpendapat kualitas kinerja sinyalnya yang begitu lemah untuk digunakan saat keperluan, seperti penggunaan di beberapa wilayah, kemudian kualitas kinerja internet kurang sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan, seperti menjanjikan bahwa sinyal yang diberikan sudah sangat cepat namun kenyataannya tidak dan Kurangnya kecepatan pelayanan dalam perbaikan masalah, seperti saat terjadi gangguan permasalahan sinyal yang harus lama menunggu. Hal ini membuktikan bahwa terjadi kekurangan pada sisi kualitas produk Smartfren sehingga menjadi permasalahan.

2. Harga

Mahasiswa berpendapat harga yang beredar masih belum terjangkau, seperti harga yang dijual beberapa outlet masih tinggi. Kemudian Harga Smartfren belum sesuai dengan kualitas dengan spesifikasi yang dijanjikan, seperti ada beberapa paket tertentu yang menjual harga yang tinggi yang menjanjikan pemakaian sangat lancer namun ternyata tidak sesuai dan Harga yang dijual tidak sesuai dengan daya saing lainnya, seperti beberapa operator lain yang serupa namun menjual produknya dengan harga yang berbeda. Hal ini membuktikan bahwa terjadi kekurangan pada sisi harga Smartfren sehingga menjadi permasalahan.

3. Promosi

Mahasiswa berpendapat jarang menampilkan iklan mengenai produk Smartfren, seperti jarang menampilkan iklan atau spanduk yang dapat menarik perhatian. Kemudian kurang memberikan promosi yang menarik minat beli konsumen, seperti penambahan kuota tertentu yang dapat membuat mahasiswa tertarik membeli, dan Mahasiswa membicarakan bahwa Smartfren kurang bagus untuk digunakan seperti internet dan bermain game yang begitu lambat membuat perasaan mahasiswa menjadi kesal. Hal ini membuktikan bahwa terjadi kekurangan pada sisi promosi Smartfren sehingga menjadi permasalahan.

Hasil permasalahan yang ditemukan membuat kepuasan pelanggan merasa belum tercapai sehingga mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang tidak memilih *provider* Smartfren.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar minat konsumen terhadap produk *provider* Smartfren, dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Promosi mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Apakah Harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Apakah Promosi mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Penulis

Dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan terkait teori kualitas produk dan harga terhadap pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi tambahan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Daftar Pustaka

- Asiati, D. I., dkk. (2019) *Metedologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Xl Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Sari, D. M., & Susilowati, S. (2019). Harga, kualitas produk, dan promosi pada kepuasan pelanggan seluler. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*, 27(3), 109-119.
- Damanik, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel Di Cv. Yudra Group (*Doctoral dissertation, Universitas Mikroskil*).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7, 17–32.
- Hasan, Iqbal (2017). Statistik II. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hurriyati, R., (2020), Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Imam, G. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Kotler, P & Amstrong. (2018). *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas
- Lenzun, J. J., Massie, J. D., & Adare, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.
- Mahrom, Yudha., dkk. (2023). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Dan*

Skripsi. Cetakan Ke-15. Palembang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Tambunan, B., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Kartu Prabayar XI Axiata di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 858-875.

Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. (2020). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*, Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).