

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TRI DI SEBERANG
ULU 1 PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Charyna Wahyuning Tyas

Nim : 212020062

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TRI DI SEBERANG
ULU 1 PALEMBANG

Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Charyna Wahyuning Tyas

Nim : 212020062

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Charyna Wahyuning Tyas
Nim : 212020062
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu
I Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata I (satu) baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini 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 di publikasikan 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.

Palembang, Mei 2024



Charyna Wahyuning Tyas

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah:8)

“Fortis Fortuna Adiuvat”

(Keberuntungan berpihak pada mereka yang berani)

“Natus Vincene”

(Terlahir untuk menang)

Persembahan:

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan teruntuk orang-orang yang saya sayangi:

- Ayah ku terkasih Rachmadi dan Ibu ku tercinta Nuraini.
- Kakak-kakakku serta adikku tersayang.
- Keluarga tercinta, serta keluarga besarku.
- Sahabat seperjuanganku (JUSICARAMEL).
- Almamater kebanggaanku.

PRAKATA



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Seberang Ulu 1 Palembang” dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda ku (Rachmadi) dan Ibunda ku (Nuraini) yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang terbaik didunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang

dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Randy Hidayat, S.E., M.Si selaku Penelaah 1 dan Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Penelaah 2 yang telah membantu dan meluangkan waktu sampai skripsi ini selesai.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepada dua orang yang paling berjasa dalam hidup saya, Ayahhanda Rachmadi,S.Pd dan Ibunda Nuraini,S.Pd. Terima kasih

atas kepercayaan yang telah diberikan, terima kasih juga atas pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasihat serta kata-kata cinta yang diberikan. "Tyas pasti bisa" dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya.

8. Kepada Dyah Ayyu Arryn Pramesty, Muhammad Joelyyan Pryhantoro, dan Muhammad Kusuma Bagoes Aprilyyanto selaku kakak dan adik penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat yang luas biasa.
9. Masyarakat Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang yang telah memberikan izin dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini dan memberikan saran kepada penulis.
10. Sahabat seperjuanganku, Imelda Damayanti, Nalitalia Ramjani, Siti Nur Halimah, Rahma Dona, Junawita, dan Lilis Suryani yang telah memberikan dukungan, semangat, saran serta doa yang tulus kepada penulis.
11. Terima kasih juga kepada teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
12. Terakhir, saya ucapkan terima kasih untuk diri ini, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang berada diluar kendali dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah, dalam hal sesulit apapun penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan

sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya dari kesempurnaan Skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot,

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barolatu.

Palembang, Mei 2024

Charyna Wahyuning Tyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRAKATA	v
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRAK	xvi
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
B. Kerangka Pemikiran	30
C. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian	32
C. Operasionalisasi Variabel	32
D. Populasi dan Sampel	33
E. Data yang Diperlukan	35
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tebel I.1 Top Brand Index Kategori Simcard Prabayar	5
Tabel I. 2 Pra Riset Hasil Pengguna Kartu Tri di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang	8
Tabel II. 1 Penelitian Sebelumnya	27
Tabel III. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel IV. 1 Uji Validitas	51
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	52
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan.....	56
Tabel IV.7 Karakteristik Respondden Berdasarkan Lama Menggunakan.....	56
Tabel IV.8 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	58
Tabel IV.9 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X1)	60
Tabel IV. 10 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi (X2)	63
Tabel IV. 11 Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel IV. 12 Uji F	67

Tabel IV. 13 Uji t	68
Tabel IV. 14 Uji Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	30
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Jadwal Penelitian

Lampiran : Kuesioner

Lampiran : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran : Hasil Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi

Lampiran : Tabulasi Data

Lampiran : Tabel Distribusi f

Lampiran : Tabel Distribusi t

Lampiran : Tabel Distribusi r

Lampiran : Surat Keterangan Lunas BPP

Lampiran : Surat Keterangan Selesai Riset dari Tempat Penelitian

Lampiran : Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi

Lampiran : Cek Plagiat Turnitin

Lampiran : Sertifika AIK

Lampiran : Sertifikat Aplikasi Komputer

Lampiran : Sertifikat Aplikasi Komputer dan Bisnis

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Pengelolaan dan Bisnis

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan E-Commerce

Lampiran : Sertifikat SKPI Marketing Strategy

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Marketing daan Branding

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan SPSS

Lampiran : Sertifikat Magang Badan Standardisasi Nasional

Lampiran : Biodata Penulis

ABSTRAK

Charyna Wahyuning Tyas/212020062/2020/ Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Seberang Ulu 1 Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Seberang Ulu 1 Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Seberang Ulu 1 Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah Asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi penelitian adalah 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang dikuantitatifkan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi (R²) dengan tingkat signifikan 10%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda $Y = 3.458 + 0.467X_1 + 0.378X_2$. Secara simultan memperlihatkan adanya Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai Fhitung (80.348) > Ftabel (2,36) dengan tingkat signifikan $F_{0,000} < \text{sig } \alpha = 0,1$. Secara parsial diketahui Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan thitung (4.617) > ttabel (1,290,) dengan tingkat signifikan $0,000 < \text{sig } \alpha = 0,1$. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan thitung (4.943) > ttabel (1,290) dengan tingkat signifikan $0,000 < \text{sig } \alpha = 0,1$. Hasil uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,616 51,6%, sedangkan sisanya 38,4% dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Charyna Wahyuning Tyas/212020062/2020/ The Influence of product quality and promotion on customer satisfaction with Tri prepaid cards across Ulu 1 Palembang.

The problem formulation in this research is the Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction of Tri Prepaid Cards in Seberang Ulu 1 Palembang. This research aims to determine the influence of product quality and promotion on customer satisfaction with Tri prepaid cards in Seberang Ulu 1 Palembang. The type of research used is associative. The data collection technique used in this research is a questionnaire. The research population was 100 respondents. The data analysis used in this research is quantitative and qualitative. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, F test, t test and coefficient of determination (R2) with a significance level of 10%. The research results show that there is an influence of service quality, products and promotions on customer satisfaction. This is proven by the results of multiple linear regression $Y = 3,458 + 0.467X_1 + 0.378X_2$. Simultaneously shows the influence of product quality and promotion on customer satisfaction with a value of $F_{count} (80,348) > F_{table} (2.14)$ with a significant level of $F 0.000 < sig \alpha = 0.1$. Partially, it is known that Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction $t_{count} (4.617) > t_{table} (1.290)$ with a significance level of $0.000 < sig \alpha = 0.1$. Promotion has a significant effect on Customer Satisfaction $t_{count} (4.943) > t_{table} (1.290)$ with a significant level of $0.000 < sig \alpha = 0.1$. The results of the Coefficient of Determination test show that the Adjusted R Square value is 0.616 51.6%, while the remaining 38.4% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Product Quality, Promotion, and Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Para ahli berpendapat menurut Suparyanto, dkk dalam Nursaidah (2015:1) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa. Suatu gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai suatu tujuan perusahaan.

Beberapa ahli menyatakan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang setelah memakai produk tersebut. Menurut Kotler dalam Nursaidah (2021:23) kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Adapun

faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Carudra, dalam Priansa (2017:209) seperti produk, harga, promosi, iklan, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana. Menurut Indrasari (2019:87) faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

Promosi yang baik adalah promosi yang dapat mengenalkan produk atau jasanya kepada masyarakat dan dapat mempengaruhi mereka terhadap kepuasan. Menurut Nursaidah, dkk (2021:93) promosi adalah aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh pemilik produk atau jasa yang diberikan kepada masyarakat yang memiliki tujuan untuk produk atau jasa, nama perusahaan, dan merek dapat di kenal dengan masyarakat sekaligus dapat mempengaruhi agar masyarakat tersebut menggunakan jasa atau produk tersebut.

Kualitas produk merupakan objek yang terus dipertahankan, karena kualitas produk sebagai salah satu sarana *positioning* untuk pemasaran. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Menurut Arraniri, dkk (2021:34) kualitas produk adalah kemampuan, totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat oleh perusahaan.

Penggunaan internet semakin marak dikalangan masyarakat mulai dari anak-anak, orang dewasa, orang lanjut usia dan dengan berbagai jenis profesi. Hal tersebut menjadi tanda bahwa pengguna internet tidak lagi menjadi simbol untuk pemenuhan gengsi tetapi lebih banyak digunakan untuk kebutuhan sehari-hari penggunaannya seperti bisnis. Pada produk kartu sekarang ini banyak yang menawarkan berbagai macam layanan paket internet. Layanan paket internet tersebut ditawarkan dengan berbagai macam pilihan sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing pelanggan.

Pelanggan perlu juga merasa puas setelah menggunakan suatu produk atau jasa yang telah dibelinya. Baik itu senang ataupun kecewa (tidak puas) setelah menggunakan produk adalah hal yang dirasakan sebagai bentuk kepuasan pelanggan. Cara seseorang membandingkan produk juga dapat dikatakan sebagai kepuasan pelanggan.

Berkembangnya berbagai produk handphone dari tahun ke tahun, sekarang handphone banyak menggunakan layanan internet disetiap aplikasi yang terdapat didalamnya diperlukan pula kartu SIM (*SIM Card*) untuk dipasang di dalam *handphone* sebagai tanda pengenal karena di dalam *SIM Card* terdapat nomer telepon pengguna. Kebutuhan internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk dapat mengakses informasi dengan mudah. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet yang

cepat dan tanpa hambatan untuk mendapatkan data ataupun informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

Saat ini sudah banyak sekali penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia dari Telkomsel (Simpati, AS, Loop), Indosat Ooredoo (IM3 Ooredoo, Axis, XL, Tri3 dll). Suatu perusahaan perlu melakukan yang namanya promosi agar produk atau jasa yang dijualnya dapat diketahui orang banyak, sehingga memungkinkan adanya peningkatan dalam hal penjualan (*sales*) serta keuntungan yang didapat.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, ada banyak sekali penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia. Salah satunya ialah Kartu Tri yang berdiri dari tahun 2007, kartu Tri di Indonesia tentunya sudah melakukan yang namanya promosi agar tetap eksis di bidangnya dan agar produknya dapat terus memberikan manfaat kepada pelanggannya. Tri sendiri melakukan berbagai cara promosi seperti *Advertising* yang dilakukan dengan cara memasang iklan di papan reklame ataupun pamflet, sementara untuk *Personal selling* memberikan bonus telfon promo internet, *direct marketing* yang dilakukan dengan cara melalui SMS.

Promosi yang dilakukan oleh Tri untuk para pelanggan dari *Direct marketing* dianggap berlebihan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya SMS promosi yang dikirimkan. Sementara untuk kualitas produknya dirasa juga masih sangat kurang. Sinyal *provider* yang lemah berdampak pada kekuatan jaringan

internet yang lambat adalah hal yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan dan hal itulah yang membuat konsumen atau pelanggan merasa tidak puas akan kartu Tri.

Sebagai penunjang peneliti melampirkan data sekunder yang diperoleh dari kategori Telekomunikasi/IT terhadap Top Brand 2023 Simcard Prabayar dibebberapa data sekunder, dimana salah satu persentasenya menyatakan sebagai berikut:

Tabel I.1
Top Brand Index Kategori Simcard Prabayar

No	Brand	Top Brand Index
1	Simpati	34,70%
2	IM3	17,50%
3	Tri 3	12,00%
4	XL Prabayar	11,60%
5	Kartu As	7,10%

Sumber : Top Brand 2023

Tri Indonesia, atau Tri (digayakan sebagai 3) adalah sebuah produk telekomunikasi seluler berbasis GSM yang dikeluarkan oleh Indosat Ooredoo Hutchison. Tri Indonesia sebelumnya merupakan perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seluler Indonesia yang mengoperasikan jaringan nasional berlisensi 2G, 3G, 4G LTE, dan 5G dengan standar GSM. Seiring dengan

keberadaannya di Indonesia sejak tahun 2007, Tri tumbuh menjadi *mobile lifestyle provider* 95 % pelanggan Tri adalah anak muda dengan gaya hidup digital yang tinggi. Keberhasilan Tri Indonesia dibangun oleh komitmen untuk menghadirkan pengalaman dan nilai terbaik bagi pelanggan, juga semangat untuk memberdayakan anak muda Indonesia.

Seiring berjalannya waktu dapat dilihat di Tabel I.1 bahwasanya kartu Tri tidak masuk dalam peringkat pertama Top brand index, karena pemakaian kartu tertinggi diduduki oleh Simpati dengan Top brand index sebesar 34,70% sedangkan Tri hanya menduduki peringkat ketiga dengan Top Brand Index sebesar 12,00%. Berdasarkan hal tersebut terlihat kartu Tri kurang unggul dibandingkan dengan kartu lainnya. Kepuasan Pelanggan kartu Tri terlihat kurang hal itu ditandai dengan kurangnya niat beli ulang, loyalitas pelanggan, dan adanya perilaku komplain. Hal tersebut dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap kartu Tri.

Kualitas produk berkaitan juga dengan Kepuasan Pelanggan, karena itu konsumen akan membeli produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, jika dilihat dari kualitas produknya kartu Tri terlihat kurang baik karena pendaftaran kartu Tri sulit, kartu Tri tidak dapat digunakan dimana saja, dan sinyal kartu Tri tidak dapat digunakan ketika dalam cuaca buruk. Pada dasarnya konsumen akan puas dengan suatu produk yang mereka beli sesuai dengan keandalan kartu tersebut, jika dilihat dari keandalannya kartu Tri dinilai kurang baik karena sinyal kartu Tri tidak stabil ketika cuaca buruk. Pada dasarnya konsumen akan merasa puas jika produk tersebut sesuai dengan keandalan, *performance*, dan kemudahan penggunaan dari kartu tersebut.

Promosi juga mempengaruhi kepuasan pelanggan karena promosi juga dapat menguasai persaingan dipasar. Kartu Tri sudah banyak diketahui oleh masyarakat, tetapi ada saja masyarakat yang kurang puas terhadap kartu Tri dikarenakan kurang menariknya promosi kartu Tri dibandingkan promosi kartu lain, kurangnya iklan kartu Tri dipapan reklame, dan jarang adanya yang mendapat bonus telfon dan promo internet. Berdasarkan hal tersebut terlihat alat promosi yang digunakan berupa *advertising*, *direct marketing*, dan *sales promotion* kurang membuat pelanggan puas terhadap kartu Tri.

Berdasarkan fenomena diatas sepertinya banyak konsumen yang merasa kurang puas terhadap kartu Tri, hal ini dapat dibuktikan dari hasil pra

riset yang peneliti sebarakan dalam bentuk kuesioner kepada 30 responden di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang.

Berdasarkan pra riset yang telah dilakukan penulis bertempat di wilayah Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang dengan subjek pengguna kartu 3 (Tri) sebagai berikut.

Tabel I.2
Pra riset hasil pengguna kartu Tri di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang

No	Indikator	Puas	Tidak Puas
1.	Kualitas jaringan dan kualitas sinyal kartu tri bagus membuat saya terus menggunakan kartu tri.	13	17
2.	Bonus yang menarik membuat saya terus menggunakan kartu tri.	10	20
3.	Saya ingin selalu menggunakan kartu tri dan tidak ingin pindah ke kartu lain.	11	19
4.	Saya puas dengan kinerja kartu tri dan tidak pernah komplain.	13	17
5.	Cara pendaftaran kartu tri sangat mudah	11	19
6.	Tri adalah kartu yang ideal, lengkap dan memuaskan.	10	20
7.	Sinyal kartu Tri tetap stabil walaupun cuaca buruk	11	19
8.	Kartu tri bisa digunakan dimana saja.	12	18
9.	Saya merasa puas ketika kartu tri dapat memberikan kenyamanan dalam hal jaringan secara maksimal.	10	20
10.	Pihak tri mengiklankan kartu tri melalui berbagai media apa saja.	12	18
11.	Promosi iklan tri di papan reklame	9	21
12.	Promosi kartu tri dilakukan oleh CS	5	25
13.	Puas denga kartu tri melakukan promosi internet melalui SMS marketing secara berlebihan.	14	16

Sumber: Pra riset 2023

Dilihat dari hasil pra riset yang dilakukan terhadap pengguna Tri di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang untuk variabel promosi, variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan banyak yang menyatakan tidak setuju. Promosi kartu Tri menjadi persoalan karena kurangnya promosi tentang kartu Tri itu sendiri, banyak juga masyarakat yang tidak mendapatkan bonus telfon atau mendapatkan promo internet, selain itu juga adanya unsur promosi melalui SMS yang berlebihan dengan unsur pembohongan. Promosi juga dapat mempengaruhi konsumen dalam hal kepuasan pelanggan dalam kartu Tri.

Kemudian kualitas produk pada kartu Tri masih kurang, dilihat dari akses untuk kemudahan dalam mengakses fitur di aplikasi Bima Tri harus menggunakan jaringan internet dan sinyal yang tidak stabil ketika dalam cuaca buruk.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu 1 Palembang** “

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu 1 Palembang ?
2. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu 1 Palembang ?
3. Adakah pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu 1 Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu 1 Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu 1 Palembang.
3. Untuk mengetahui Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Seberang Ulu 1 Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan juga dapat memberikan gambaran dalam kepuasan pelanggan.
2. Bagi lokasi penelitian
Hasil penelitian ini semoga dapat meningkatkan kinerja dalam produktifitas secara efektif dan efisien.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik yang sama dan penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi (2022). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Arraniri, Iqbal, Harjadi, Dikdik. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milineal*. Cirebon : Insania
- Asiati, Diah Isnaini, dkk (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta Selatan : Salemba Empat
- Asiati, Diah Isnaini, dkk (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Terbitan (KDT) Anggota IKKAPI(No.012/SMS/13).
- Fauzi, Ahmad. (2022). *Metodologi Penelitian*. Jawa Tengah : CV. Pena Persada
- Furqon, E., & Achmad, Z. (2022) *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelangan Sera Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Pengguna Kartu Tri Angkatan 2016-2020 di Lingkungan UPN "Veteran" Yogyakarta)*.
- Hanafia, F., Permadi, H. N., & Astuti, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Perdana Telkomsel di Cikarang timur*. Revenue : Lentera Bisnis Manajemen, 1(03), 107-114
- Hanafiadi, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kartu Prabayar Indosat Ooredoo (Studi Kasus Di Kelurahan Cipular, Kecamatan Kebayoran Lama)*.
- Hendrayani, Eka, Hilal, Nur, Sinaga, Roeskani, Wardhana, Aditya, Wisataone, Viottie, Sintinjak, Wahyunita. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat : CV. Media Sains Indonesia.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur : Unitomo Press.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Mizan, R. K. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar XL AXIATA (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan*

Bandung) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).

- Muslih, Basthoumi, Sardanto, Rino, Purnomo, Hery. (2020). *Kepuasan Konsumen Jasa Hotel*. Nganjuk : CV Adjie Media Nusantara
- Nursaidah, Siwiyanti, Leonita, Eka, Hendrayani, Wanawir, Satriadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*. DI Yogyakarta : Samudra Biru.
- Priansa, D, J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabet.
- Rifa'I, Khamdan (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember : Zifatama.
- Rifqi Indrawan, M. U. H. A. M. A. D. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan (Survey pada pelanggan Telkomsel di Jakarta Pusat)*.
- Sahir, Hafni Syafrida. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jawa timur : KBM Indonesia.
- Tjiptono dan Diana, Anastasia. (2019). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta : ANDI (Anggota IKAPI).
- Yahya, dkk. (2018). *Statistik*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada