

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TRI (3) DI
KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Lika Agustin

NIM : 212021128

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

SKRIPSI
PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TRI (3)
DI SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG

Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajeemen



Nama : Lika Agustin
NIM : 212021128

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lika Agustin
NIM : 212021128
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Dengan ini 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 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 gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2025



Lika Agustin
Lika Agustin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhamamdiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Kartu Prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Nama : Lika Agustin
NIM : 212021128
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan pada
Tanggal, 5 Mei 2025

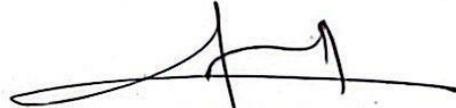
Pembimbing I,



Dr. Maftuhah Nurrahmi, S. E., M. Si

NIDN: 0216057001

Pembimbing II,



Amidi, S.E., M. Si

NIDN: 0229056502

Mengetahui,
Dekan

o.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zulcha Trihandayani, S. E., M. Si. CHRO

NIDN:0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Boleh Jadi kamu membenci sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu buruk bagimu”

(QS. Al-Baqarah:216)

“Ucapan selamat tinggal hanya ada bagi mereka yang mencintai dengan mata mereka. Karena tidak ada yang namanya perpisahan bagi orang yang mencintai dengan hati dan jiwanya. Kematian tidak ada hubungannya dengan kepergian.

Matahari terbenam. Bulan tenggelam.

Tapi mereka tidak menghilang”

(Jalaluddin Rumi)

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

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah dengan ikhlas dan tulus memberikan segalanya untuk kebahagiaan anaknya.
2. Untuk kakak dan kedua adik-adikku tersayang serta keluarga besarku yang selalu mendo'akanku.
3. Teman-teman dan sahabatku tercinta yang telah membantu dan mendukungku.
4. Dosen beserta Almamater kebangganku Universitas Muhammadiyah Palembang.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh

Alhamdu lillahi Robbil 'Alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahamt, berkah, hidayat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang” dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi akan menjadi salah satu syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya yang telah selalu senantiasa membantu perjuangan beliau dalam membawa cahaya petunjuk kepada seluruh umat manusia.

Dengan rasa penuh cinta dan kasih serta kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini terkhusus kepada kedua orang tuaku, Bapak dan Ibu terima kasih telah menyayangi, mendukung dan mendo'akan serta selalu ada untukku. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, maka

dengan kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom Darmasaputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Yudha Mahrom Darmasaputra, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 1 dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 2 yang telah membantu dan meluangkan waktu sampai dengan selesainya skripsi ini.
6. Bapak Edy Liswani, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Kepada kedua orang yang paling berjasa dalam hidup saya, Ayahku Slamet Riyadi dan Ibuku Sukarni. Terima kasih atas semua do'a yang kalian langitkan untukku, terima kasih atas dukungan dan kepercayaannya bahwa

Lika pasti bisa. Terima kasih atas cinta dan perjuangan kalian yang pantang menyerah membesarkan dan memberi pengobatan terbaik untuk Lika.

9. Kepada kakak sepupuku Denis Nur Indah Sari yang banyak memberikan saran dan masukan, serta adik-adikku Panji Dwi Risqula dan Almira Trirahayu Azzahra yang sudah memberikan semangat dan dukungan untukku.
10. Kepada sahabat tercintaku Meila Selphas Gindita yang selalu menemani dan membantuku mengerjakan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada semua teman-teman yang tidak dapat kusebutkan namanya satu-persatu.
12. Masyarakat Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang yang telah memberikan izin dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
13. Dan yang terakhir terima kasih saya ucapkan untuk diri ini yang pantang menyerah dan sudah berjuang sejauh ini. Terima kasih karena selalu bangkit dan dengan berani selalu mencoba memperbaiki kesalahannya. Terima kasih untuk pertahanan diri yang kuat menjadi individu yang selalu bepegang teguh pada jalan yang baik dan terima kasih karena sudah bertahan untuk skripsi ini.

Dan pada akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kepada semua pihak yang utamanya para pembaca yang baik, penulis senantiasa mengharapkan sara dan kritiknya dari kesempurnaan skripsi ini.

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

Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot,

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barrokatuh.

Pelembang, 2025

Lika Agustin

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Phalaman Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Daftar Isi.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	xii
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Masalah.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Keputusan Pembelian	13
c. Produk (<i>Product</i>).....	15
d. Harga (<i>Price</i>).....	18
e. Promosi (<i>Promotion</i>).....	20
B. Penelitian Sebelumnya.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Operasionalisasi Variabel	39
D. Populasi dan Sampling.....	40
E. Data Yang Diperlukan.....	42
F. Metode Pengumpulan Data.....	43
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Hasil Penelitian	53
B. Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89

DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Top Brand Indeks Kartu Prabayar	5
Tabel I. 2 Hasil Pra Riset Keputusan Masyarakat Tidak Memilih Kartu Prabayar Tri (3)	6
Tabel II. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya	28
Tabel III. 1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator, Skala.....	39
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan.....	60
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perkerjaan.....	61
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas	62
Tabel IV. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel IV. 7 Keputusan Pembelian (Y).....	64
Tabel IV. 8 Produk (X1)	67
Tabel IV. 9 Harga (X2)	69
Tabel IV. 10 Promosi (X3).....	72
Tabel IV. 11 Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel IV. 12 Uji F.....	76
Tabel IV. 13 Uji t	77
Tabel IV. 14 Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Perilaku Konsumen	12
Gambar II. 2 Kerangka Pemikiran	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	: Jadwal Penelitian
Lampiran	: Kuesioner
Lampiran	: Tabulasi Data
Lampiran	: Tabel Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran	: Uji Validitas
Lampiran	: Uji Reliabilitas
Lampiran	: Hasil Uji F, Uji t, Dan Koefisien Determinasi
Lampiran	: Tabel r
Lampiran	: Tabel F
Lampiran	: Tabel t
Lampiran	: Surat Keterangan Lunas BPP
Lampiran	: Surat Keterangan Selesai Riset Dan Tempat Penelitian
Lampiran	: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran	: Cek Plagiat Turnitin
Lampiran	: Sertifikat AIK
Lampiran	: Sertifikat Penantar Aplikasi Komputer
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer Dan Bisnis
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Public Speaking</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Social Media Management</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan SPSS
Lampiran	: Biodata Peneliti

ABSTRAK

Lika Agustin/212021128/Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dengan variabel yang digunakan adalah keputusan pembelian (Y), produk (X1), harga (X2), dan promosi (X3). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik pengambilan sampling *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh positif produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. $Y = 2.061 + 0,461 X_1 + 0,145 X_2 + 0,176 X_3$. Hasil uji hipotesis menunjukkan 1) Ada pengaruh signifikan produk, harga dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji $F_{hitung} 99,248 > F_{tabel} 2,14$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,1$. 2) Ada pengaruh signifikan produk terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis t, yaitu $t_{hitung} 6,273 >$ dari $t_{tabel} 1,66$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,1$. 3) Ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis t, yaitu $t_{hitung} 2,417 >$ dari $t_{tabel} 1,66$ dengan nilai signifikan $0,018 < 0,1$. 4) Ada pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis t, yaitu $t_{hitung} 2,903 >$ dari $t_{tabel} 1,66$ dengan nilai signifikan $0,005 < 0,1$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Squared sebesar 0,749. Artinya, bahwa kontribusi variabel produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3) terhadap perubahan variabel keputusan pembelian (Y) kartu prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang sebesar 74,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Lika Agustin / 212021128 / The Influence of Product, Price and Promotion on Purchasing Decisions for Tri (3) Prepaid Cards in Seberang Ulu II District, Palembang City.

The purpose of this study was to determine the effect of product, price and promotion on the purchase decision of Tri Prepaid Card (3) in Seberang Ulu II Palembang City. This type of research is associative, with the variables used are purchasing decisions (Y), products (X1), prices (X2), and promotions (X3). The number of samples in this study were 100 respondents with purposive sampling technique. The data used is promoter data with data collection methods using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F test, t test, and coefficient of determination. The results of multiple linear regression show that there is a positive influence of product, price and promotion on purchasing decisions for Tri (3) prepaid cards in Seberang Ulu II District, Palembang City. $Y = 2.061 + 0.461 X1 + 0.145 X2 + 0.176 X3$. The results of this hypothesis test show 1) There is a significant influence of product, price and promotion together on purchasing decisions for Tri (3) prepaid cards in Seberang Ulu II District, Palembang City. This result is evidenced by the test results $F_{count} 99.248 > F_{table} 2.14$ with a significance level of $0.000 < 0.1$. 2) There is a significant effect of products on purchasing decisions for Tri (3) prepaid cards in Seberang Ulu II District, Palembang City. This is evidenced by the results of the t hypothesis test, namely $t_{count} 6.273 > t_{table} 1.66$ with a significant value of $0.000 < 0.1$. 3) There is a significant effect of price on purchasing decisions for Tri (3) prepaid cards in Seberang Ulu II District, Palembang City. This is evidenced by the results of the t hypothesis test, namely $t_{count} 2.417 > t_{table} 1.66$ with a significant value of $0.018 < 0.1$. 4) There is a significant effect of promotion on purchasing decisions for Tri (3) prepaid cards in Seberang Ulu II District, Palembang City. This is evidenced by the results of the t hypothesis test, namely $t_{count} 2.903 > t_{table} 1.66$ with a significant value of $0.005 < 0.1$. The coefficient of determination shows the Adjusted R Squared value of 0.749. That is, that the contribution of product variables (X1), price (X2) and promotion (X3) to changes in the variable purchase decision (Y) of Tri prepaid cards (3) in Seberang Ulu II District of Palembang City is 74.9% and the rest is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Product, Price, Promotion, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menuntut manusia untuk menguasai teknologi serta internet agar dapat bersaing di berbagai bidang. Kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak besar pada sektor telekomunikasi. Komunikasi memiliki peran krusial dalam kehidupan dan sangat membantu manusia. Penemuan alat komunikasi mengubah gaya hidup manusia, membuatnya lebih mudah dan terasa lebih dekat.

Era global saat ini mendorong banyak perusahaan untuk bersaing dalam meraih keuntungan dengan menciptakan produk yang diminati pasar dan dicari oleh konsumen. Usaha di bidang ini berperan besar dalam memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi. Alat komunikasi yang dahulu umum digunakan masyarakat berupa telepon rumah atau telepon kabel. Perkembangan teknologi menghadirkan telepon tanpa kabel, yang kini dikenal sebagai telepon seluler. Kemunculan teknologi ini mendorong perusahaan telekomunikasi seluler untuk bersaing dalam menciptakan kartu seluler dengan jaringan yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Perusahaan telekomunikasi perlu melakukan pemasaran untuk memaksimalkan keuntungan dan menguasai persaingan. Pemasaran merupakan serangkaian aktivitas yang mempercepat perpindahan barang maupun jasa dari produsen atau distributor hingga ke tangan konsumen.

Menurut Rahmawati, (2023:15) pemasaran adalah penganalisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi.

Perusahaan dalam mengenalkan suatu produk ke konsumen perlu mempelajari serta mengkaji kebutuhan, kebiasaan, dan perilaku konsumennya dalam pemasaran. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Rahmawati (2023:34) perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dilalui seorang konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, bertindak pada konsumsi produk dan jasa, maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

Penting bagi pemasar untuk memahami lebih dalam tentang bauran pemasaran guna mengetahui kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller, (2021:19) bauran pemasaran (*marketing mix*) diklasifikasikan dalam empat jenis umum instrumen bauran pemasaran yang disebut pemasaran empat *P*, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/penyaluran (*place*), dan promosi (*promotion*). *Marketing mix* sendiri sebagai alat yang dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pasar sasarannya.

Pengambilan keputusan dalam memilih kartu seluler, sangat dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Menurut Pujiyanto, (2023:80) keputusan pembelian yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu barang. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Keputusan ini melibatkan

pilihan antara dua atau lebih alternatif. Keinginan yang begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau rangsangan dari luar maka konsumen tersebut akan mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Produk yang ditawarkan harus memiliki keunggulan dan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller, (2021:220) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, *event*, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide atau gabungan dari hal-hal tersebut.

Harga berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian, sehingga penetapannya harus disesuaikan dengan kualitas dan manfaat produk serta tetap terjangkau bagi konsumen tanpa membebani konsumen. Menurut Kotler dalam Indrasari, (2019:36) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli. Harga yang sesuai dengan manfaat dari produk dan dapat bersaing dengan pasar kan lebih menarik minat konsumen untuk membelinya.

Perusahaan harus mengkomunikasikan produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui iklan dan promosi yang disebarluaskan secara luas kepada masyarakat. Menurut Kotler dan Keller, (2021:352) mengemukakan bahwa promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan,

membujuk, dan mengingatkan konsumen-secara langsung atau tidak langsung-tentang produk dan merek yang mereka jual.

Orang sekarang banyak menggunakan kartu seluler prabayar untuk banyak hal selain telepon seluler yang merupakan kebutuhan pokok banyak orang. Banyaknya paket kartu seluler yang ditawarkan, membuat konsumen menggunakan lebih dari satu kartu seluler seperti Telkomeel, IM3, XL, Tri (3) dll. Hal ini didukung dengan konsumen yang menginginkan harga yang terjangkau dengan kualitas jaringan yang baik untuk berkomunikasi.

Perkembangan teknologi saat ini banyak perusahaan yang bersaing untuk memberikan kualitas layanan internet terbaik mereka tidak hanya menargetkan keuntungan akan tetapi berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. PT Hutchison 3 Indonesia terus mengembangkan inovasinya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal telekomunikasi. Tri (3) Indonesia adalah sebuah produk telekomunikasi seluler berbasis GSM yang dikeluarkan oleh Indosat. Tri (3) Indonesia sebelumnya merupakan perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seluler di Indonesia yang mengoperasikan jaringan nasional berlisensi 2G, 3G, 4G LTE, dan 5G dengan standar GSM.

Pada tanggal 4 Januari 2022, PT Hutchison 3 Indonesia secara resmi menggabungkan diri dengan PT Indosat Tbk (Indosat Ooredoo), membentuk Indosat Ooredoo Hutchison. Sejak saat itu, merek ini akhirnya dikelola oleh PT Indosat Tbk sampai saat ini dan Tri Indonesia tidak lagi berdiri sebagai sebuah perusahaan independen, melainkan hanya sebagai merek semata.

Tabel I. 1
Top Brand Indeks Kartu Prabayar

Brand	TBI 2023	
Telkomsel	41,6%	TOP (merek teratas)
IM3	17,5%	
Tri (3)	12,0%	
XL	11,6%	

Sumber: Top Brand Indeks, 2023

Dilihat dari *Top Brand Indeks* dapat dilihat bahwa Telkomsel menduduki posisi urutan pertama sebagai kartu prabayar dengan 41,6% pengguna selanjutnya IM3 dengan 17,5% pengguna Tri (3) dengan 12,0% pengguna dan yang terakhir XL dengan 11,6% pengguna artinya kartu prabayar Tri (3) masih menduduki *Top Brand* (merek teratas) yang masih menjadi pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Dari hasil sumber data *Top Brand Indeks* tersebut penulis melakukan pra riset dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan data primer dari masyarakat yang sehubungan dengan masalah tersebut. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada 30 responden masyarakat Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang memperoleh hasil 19 orang memilih Telkomsel, 5 orang memilih IM3, 3 orang memilih Tri (3) dan 3 orang memilih XL. Berikut alasan masyarakat di kota Palembang kurang menyukai kartu prabayar Tri (3).

Tabel I. 2
Hasil Pra Riset Keputusan Masyarakat Tidak Memilih Kartu Prabayar Tri (3)

No	Alasan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Produk kartu prabayar Tri (3) bukan pilihan utama masyarakat	27	3
2.	Masyarakat kurang meminati merek Tri (3)	22	8
3.	Persediaan produk kartu prabayar Tri (3) di beberapa tempat tidak banyak	17	13
4.	Paket internet yang ditawarkan tidak banyak	19	11
5.	Jaringan sering hilang di waktu tertentu, seperti saat mati lampu, cuaca buruk, dan gangguan jaringan	28	2
6.	Merek kurang diketahui masyarakat	18	12
7.	Harga kerap naik pasca promo	20	10
8.	Harga tidak sesuai dengan kualitas dan manfaatnya	24	6
9.	Dibandingkan merek lain harga kuota pada kartu prabayar Tri (3) cukup mahal	18	12
10.	Penyaluran produk tidak merata	7	23
11.	Penjualan kartu prabayar Tri (3) jarang ditemui di beberapa wilayah	12	18
12.	Tempat yang menyediakan kartu prabayar Tri (3) sulit diakses	10	20
13.	Iklan jarang ditemui di media internet dan media elektronik lainnya	22	8
14.	Promo internetnya kurang menarik	23	7
15.	<i>Sales promotion</i> Tri (3) tidak menjelaskan keunggulan produk dengan baik	20	10
Jumlah		30 responden	

Sumber: Wawancara pra riset, Oktober 2024

Berdasarkan hasil pra riset pada tabel I.2 yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat tiga variabel yang dapat disoroti untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen kartu prabayar Tri (3), yaitu Produk, Harga dan Promosi. Kebanyakan konsumen cukup senang dengan penyaluran yang diberikan kartu prabayar Tri (3), namun beberapa konsumen yang merasa perlu adanya perbaikan di beberapa aspek khususnya yang terkait dengan produk, harga dan promosi dari kartu prabayar (3).

Keputusan pembelian adalah tahapan akhir yang dilalui konsumen dalam memilih membeli atau menggunakan suatu produk. Mengenai keputusan pembelian banyak responden kurang berminat untuk memilih produk kartu prabayar Tri (3) dengan 27 responden setuju, masyarakat kurang meminati merek Tri (3) dengan 22 responden setuju, dan persediaan kartu prabayar Tri (3) tidak banyak dengan 17 responden setuju.

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat, namun produk kartu prabayar Tri (3) perlu adanya pembaharuan untuk meningkatkan penjualan. Dimana paket internet yang ditawarkan tidak banyak dengan 19 responden setuju, jaringan sering hilang di waktu tertentu, seperti saat mati lampu, cuaca buruk, dan gangguan jaringan dengan 28 responden setuju, dan merek kurang diketahui masyarakat dengan 18 responden setuju.

Harga kerap kali menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih membeli atau menggunakan suatu produk. Mengenai hal tersebut terdapat keluhan konsumen dimana harga kartu prabayar Tri (3) kerap naik setelah promo dengan 20 responden setuju, harga tidak sesuai dengan kualitas dan manfaatnya dengan 24 responden

setuju, dan bila dibandingkan dengan merek lain harga kuota pada kartu Prabayar Tri (3) cukup mahal dengan 18 responden setuju.

Tempat atau penyaluran merupakan lokasi atau upaya yang dilakukan perusahaan untuk menyalurkan produknya kepada masyarakat. Masyarakat akan memilih tempat yang sesuai dengan pertimbangannya untuk membeli produk yang diinginkan, mengenai hal tersebut konsumen kartu Prabayar Tri (3) tidak banyak yang bermasalah dapat dilihat dari penyaluran produk tidak merata dengan 7 responden setuju, penjualan kartu Prabayar Tri (3) jarang ditemui di beberapa wilayah dengan 12 responden setuju, dan tempat yang menyediakan kartu Prabayar Tri (3) sulit diakses dengan 10 responden setuju.

Promosi merupakan bentuk komunikasi yang perusahaan lakukan untuk menginformasikan mengenai produk yang ditawarkan beserta keunggulannya. Untuk hal ini perusahaan Tri (3) perlu melakukan peninjauan kembali karena beberapa konsumen merasa tidak puas dengan promosi yang ditawarkan yang dapat dilihat dari iklan jarang ditemui di media internet dan media elektronik lainnya dengan 22 responden setuju, promo internetnya kurang menarik dengan 23 responden setuju dan *sales promotion* Tri (3) tidak menjelaskan keunggulan produk dengan baik dengan 20 responden setuju.

Berdasarkan penjelasan fenomena di atas, perusahaan Tri (3) perlu melakukan evaluasi dan perbaikan pada produknya terkait kartu Prabayarnya guna meningkatkan dan mempertahankan minat masyarakat, hal ini akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan masyarakat. Aspek

utama yang perlu disoroti untuk diperbaiki utamanya adalah aspek produk, aspek harga, dan aspek promosi. Mengacu pada penjelasan tersebut penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tri (3) di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Untuk meningkatkan pemahaman dan pengalaman dalam mengelola pembelajaran yang sistematis sesuai dengan kurikulum yang berlaku serta sebagai alat untuk memecahkan berbagai masalah.
2. Bagi Almamater
Dapat digunakan sebagai acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya agar lebih terarah dan sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Asiati, D. I., & dkk. (2019). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi* (Cetakan Ketigabelas). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Asmarani, D., Widjanarko, W., & Sumantyo, F. D. S. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Provider Tri (3). *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 104–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v1i3.2223>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (pertama). UNITOMO PRESS.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2021). *INTISARI MANAJEMEN PEMASARAN* (A. Pramestra (ed.); Edisi Keenam). Penerbit ANDI.
- Nabela, S. Z. (2022). The Effect of Brand Love, Product Quality and Customer Relationship Management on Customer Loyalty to Consumers of Oriflame Products in Jepara. *Repository Iain Kudus*, 42–55.
- Nahlia, F., & DS, A. H. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar XL (studi kasus mahasiswa FISIP UNDIP Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 49–62. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/13377>
- Pujiyanto, R. (2023). *PERILAKU KONSUMEN* (168). PUSTAKABARUPRESS.
- Putri, Y. E., Moiens, A., & Yulasmii. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Prabayar XL Di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*, 8(1), 68–76.

<https://doi.org/10.35134/ekobistek.v8i1.35>

Rahmawati, E. D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. PUSTAKABARUPRESS.

Ramadhani, G., & Widodo, S. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Tri Pada Warga Kelurahan Pondok Karya Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.32493/jmw.v1i1.9517>

Rasyad, G. B. A., & Iksari, H. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Pascabayar Indosat Di Semarang. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>

Shaleh, M., Mallongi, S., & Rahman, Z. (2021). Pengaruh Pengangguran, Indeks Pembangunan Manusia dan PDRB Terhadap Tingkat Kemiskinan di Kabupaten Luwu Timur. *Tata Kelola*, 8(2), 143–167. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v8i2.556>

Sugiyono. (2024). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Ke-2 Cetakan Ke-30). AFLABETA.

Suherman, K., & Artina, N. (2024). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Paket Internet XL Axiata Di Kota Palembang*. 841–846.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi* (A. Cristian (ed.); I). Penerbit ANDI.

Syarifuddin, & Ibnu, A. S. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dan Spss*. Bobby Digital Center. [http://digilib.iainpalangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU METODE Riset PRAKTIS.pdf](http://digilib.iainpalangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU%20METODE%20RISET%20PRAKTIS.pdf)

Usmiar, & Nurhamidah. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Indosat (Studi Kasus Mahasiswa Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 84–92.