

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PROSES TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU AXIS DI KECAMATAN
PEDAMARAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

SKRIPSI



Nama: Dardila

NIM : 212021309

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PROSES TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU AXIS DI KECAMATAN
PEDAMARAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Dardila

NIM : 212021309

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dardila
NIM : 212021309
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir

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 ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan ssesungguhnya 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, Mei 2025



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

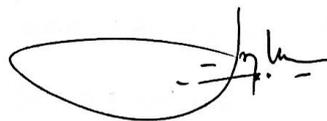
Judul : Pengaruh Harga, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu
Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir

Nama : Dardila
NIM : 212021309
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Mei 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M
NIDN: 0207046301

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

Mengetahui,
Dekan

U.B. Ketua Program Studi Manajemen



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

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

MOTTO :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S Al-baqarah, 2:286)

“Dan barang siapa yang bertakwa kepada Allah, menjadikan
baginya kemudahan dalam urusannya.”
(Q.S At-talaq:4)

Dengan mengucap rasa Syukur alhamdulillah kepada Allah SWT. Kupersembahkan
teruntuk orang-orang yang kusayangi :

- ❖ Kedua orang tua saya yang tercinta
Ayahanda (Sohor) dan Ibunda (Tika)
- ❖ Saudara kandung saya (Marlina), (Ansori),
(Taslina) dan (Ulya Sabrina)
- ❖ Almamaterku tercinta.



PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

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 Harga, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Ayah Sohor dan Ibu Tika tercinta telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.

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, 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 Program Studi dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
5. Ibu Dr. Hj. Kholilah, S.E, M.Si dan Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku dosen penelaah saya yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si sebagai dosen pembimbing akademik saya yang memotivasi dan memberikan dukungan kepada saya.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

8. Kedua orang tua saya yang tercinta Bapak Sohor dan Ibu Tika yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan cintanya kepadaku, yang selalu memberikan semangat untuk mewujudkan cita-citaku, serta mendidik dan mengajarkan untuk selalu hidup sabar dan jujur.
9. Saudara kandung saya Marlina, Ansori, Taslima dan Ulya Sabrina tersayang yang selalu menasehati dan memberikan perhatian kepadaku.
10. Teruntuk kakak kedua ku Ansori terima kasih sudah sangat berjasa dalam proses kuliah adikmu ini, terima kasih untuk waktu, tenaga dan uang yang kau berikan demi membiayai kuliah adikmu ini.
11. Tuan pemilik NIM 212021250 terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu ada dalam suka maupun duka. Berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu, maupun moril kepada penulis. Terima kasih telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal menemani dan mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah, semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita jalani.
12. Terimakasih kepada shabat-sahabat saya Zilkha, Yulisa,

Melani, Ananda yang masih bersama saya dari semester 1 sampai sekarang dan teman kos saya Rika Pusmita terimakasih sudah menjadi teman yang baik dan Emiliani teman bimbingan yang sangat berpengaruh dalam penulisan skripsi ini.

13. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi ini. Partisipasi dan dukungan Anda sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini.

14. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot

Wassalamu'alaykum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, Mei 2025



Dardila

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Plagiat	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Halaman Prakata	vi
Halaman Daftar Isi	x
Halaman Daftar Tabel	xii
Halaman Daftar Gambar	xiii
Halaman Daftar Lampiran.....	xiv
Halaman Abstrak.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	13
B. Penelitian Sebelumnya	22
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	30
C. Operasionalisasi Variabel	30
D. Populasi dan Sample.....	31
E. Data Yang Diperlukan	33

F. Metode Pengumpulan Data	34
G. Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	71
B. Saran.....	71
Daftar Pustaka	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table I.1 Jawaban Responden Hasil Pra Survei.....	9
Tabel III.1 Operasional Variabel	30
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel IV.3 Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	49
Tabel IV.4 Jawaban Responden Harga	49
Tabel IV.5 Jawaban Responden Promosi	50
Tabel IV.6 Jawaban Responden Proses	58
Tabel IV.7 Regresi Linier Berganda	59
Tabel IV.8 Hasil Uji F	61
Tabel IV.9 Hasil Uji t.....	62
Tabel IV.10 Koefisien Daterminasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Top Brand Indeks	6
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	14
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Gambar IV.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Gambar IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 Tabel Distribusi r
- Lampiran 8 Tabel F
- Lampiran 9 Tabel t
- Lampiran 10 Sertifikat SKPI Pelatihan *Public Speaking*
- Lampiran 11 Sertifikat SKPI Pelatihan *Digital Marketing*
- Lampiran 12 Sertifikat SKPI Pelatihan *Social Media Management*
- Lampiran 13 Sertifikat SKPI Pelatihan *Product Development Manager*
- Lampiran 14 Sertifikat AIK
- Lampiran 15 Sertifikat Pelatihan Aplikasi Manajemen Sitasi dan SPSS
- Lampiran 16 Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 17 Sertifikat Aplikasi Komputer Dalam Bisnis
- Lampiran 18 Turnitin
- Lampiran 19 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 20 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 21 Surat Pernyataan Selesai Penelitian
- Lampiran 22 Surat Pelunasan BPP
- Lampiran 23 Biodata Penulis

ABSTRAK

Dardila /212021309/ Pengaruh Harga, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) pengaruh Harga, Promosi dan Proses terhadap keputusan pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2) pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir, 3) pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir, 4) pengaruh Proses terhadap keputusan pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir. Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Jumlah Populasi *infinite* dan Sampel 100 Responden. Data yang digunakan data Primer dan Sekunder, dengan menggunakan metode pengumpulan data Kusioner dan Dokumnetasi. Teknik analisis yang digunakan Regresi Linier Berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1) Ada pengaruh positif signifikan antara Harga, Promosi, Proses terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2) Ada pengaruh negatif tidak signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir, 3) Ada pengaruh positif tidak signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir, 4) Ada pengaruh positif signifikan antara Proses terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir. Hasil koefisien Determinasi menunjukkan bahwa Harga, Promosi, Proses berkontribusi sebesar 98,7% terhadap perubahan Keputusan Pembelian.

Kata kunci : **Keputusan Pembelian, Harga, Promosi dan Proses**

ABSTRACT

Dardila /212021309/ *The Influence of Price, Promotion and Process on the Decision to Purchase Axis Cards in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir.*

The aim of this research is to determine: 1) the influence of Price, Promotion and Process on the decision to purchase an Axis Card in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir Regency, 2) the influence of Price on the decision to purchase an Axis Card in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir Regency, 3) the influence of Promotion on the decision to purchase an Axis Card in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir Regency, 4) the influence of the Process on the decision to purchase an Axis Card in Pedamaran District, Ogan Komering Regency. Ilir. This type of research includes associative research. Infinite population size and sample of 100 respondents. The data used is primary and secondary data, using questionnaire and documentation data collection methods. The analysis technique used is Multiple Linear Regression. The research results show that: 1) There is a significant positive influence between Price, Promotion, Process on the decision to purchase Axis Cards in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir Regency, 2) There is an insignificant negative influence between Price on the Decision to Purchase Axis Cards in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir Regency, 3) There is an insignificant positive influence between Promotion on the Decision to Purchase Axis Cards in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir Regency, 4) There is a significant positive influence between Process on Axis Card Purchase Decision in Pedamaran District, Ogan Komering Ilir Regency. The results of the Determination coefficient show that Price, Promotion, Process contribute 98.7% to changes in Purchasing Decisions.

Keywords: *Purchasing Decisions, Price, Promotion and Process*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Pemasaran merupakan suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen, atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang berkaitan dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

Salah satu kajian pemasaran adalah perilaku konsumen. Memahami perilaku konsumen adalah bagian dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Perilaku konsumen merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk menyusun strategi pemasaran produk yang akan ditawarkan. Pasalnya, dengan memahami perilaku konsumen dapat menentukan dengan tepat langkah-langkah yang harus dilakukan agar produk diterima oleh pasar. Menurut Setiawan dkk (2024:3) perilaku konsumen adalah mengacu pada tindakan dan keputusan proses pembelian serta penggunaan produk dan layanan oleh individu. Pemahaman bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman adalah esensi dari studi perilaku konsumen.

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada Keputusan Pembelian. (Umar dan Husein, 2016:50).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah harga. Harga salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang diinginkan Perusahaan dari produk atau mereknya (Kotler & Keller, 2016:484). Harga menentukan berapa banyak keuntungan yang akan diperoleh Perusahaan dari menjual produknya dalam bentuk barang atau jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, tetapi jika harganya terlalu rendah akan mengurangi manfaat yang akan diperoleh oleh organisasi (Brata dkk, 2017).

Selain harga, promosi juga mempengaruhi perilaku konsumen. Promosi menurut Buchoiry dan Saladin (2018:56), adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara *persuasive* kepada target pelanggan-calon pelanggan (*audience*) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan *audience*. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen bukan hanya harga dan promosi, proses juga berperan dalam mendapatkan perhatian konsumen. Jika suatu proses yang ditawarkan perusahaan dalam arsitektur jasa seperti pelayanan pengiriman dengan baik maka kemungkinan besar dapat mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan arsitektur jasa tersebut. Menurut Wijaya (2024:64) proses dalam jasa merupakan utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri.

Saat ini pengguna internet semakin marak dikalangan masyarakat mulai dari anak-anak, orang dewasa, orang lanjut usia dan dengan berbagai jenis pekerjaan, 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 dan pendidikan.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga mendorong peningkatan aksesibilitas internet di berbagai wilayah, termasuk daerah terpencil, dengan adanya kemudahan akses ini, internet menjadi alat utama yang mendukung berbagai aktivitas masyarakat, mulai dari komunikasi, kolaborasi, hingga produktivitas. Anak-anak memanfaatkannya untuk belajar melalui *platform e-learning*, sementara orang dewasa menggunakannya untuk mengembangkan bisnis melalui *e-commerce* atau bekerja secara *remote*, bahkan, lansia mulai memanfaatkan internet untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman-teman melalui media sosial atau

aplikasi komunikasi, hal ini menegaskan bahwa internet telah menjadi kebutuhan dasar yang menyentuh hampir semua aspek kehidupan manusia.

Selain itu, internet juga mengakses berbagai informasi secara *real-time*, yang membantu mereka mengambil keputusan dengan lebih cepat dan tepat, dalam dunia bisnis, internet memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional melalui transformasi digital, di sektor pendidikan, kehadiran internet memungkinkan siswa dan guru untuk melanjutkan proses pembelajaran tanpa terbatas oleh jarak, oleh karena itu, meningkatnya penggunaan internet bukan hanya mencerminkan adaptasi masyarakat terhadap teknologi, tetapi juga perubahan paradigma dalam cara mereka menjalani kehidupan sehari-hari.

Pengguna internet sekarang memanfaatkannya untuk berbelanja, belajar, dan berkomunikasi, menjadikannya praktis dalam menjalani kehidupan modern dengan akses yang lebih mudah dan beragam *platform* yang tersedia, masyarakat dapat menemukan solusi untuk berbagai masalah sehari-hari, memperluas jaringan sosial, dan mengembangkan keterampilan baru. Pada produk kartu seluler 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 konsumen.

Adanya internet memudahkan mendapatkan dan menyebarkan informasi, serta berkomunikasi lebih efisien karena tanpa ada batas dan

waktu. Awalnya untuk mengakses internet cukup mahal karena masih menggunakan pulsa regular. Sekarang beberapa perusahaan bersaing dengan cara mengeluarkan perdana yang berbentuk paket kouta sehingga dapat mengakses dengan harga yang lebih terjangkau. Persaingan tersebut merupakan banyaknya kartu perdana internet yang disebar, banyaknya kartu perdana internet yang tersebar dipasaran akan memberikan kepuasan pelanggan dalam memilih merek yang diinginkan.

Berkembangnya berbagai produk *handphone* sekarang *handphone* banyak menggunakan layanan internet disetiap aplikasi yang diperlukan pula kartu seluler (*SIM Card*) untuk di pasang di dalam *handphone* sebagai tanda pengenal karena di dalam *SIM card* terdapat nomor telepon pengguna. Kebutuhan internet sekarang menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat untuk mendapatkan akses informasi yang mudah, untuk kebutuhan internet tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet cepat tanpa ada hambatan untuk mendapatkan data ataupun informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan efisien. Keinginan ini mendorong penyedia layanan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas jaringan mereka dengan berkembangnya teknologi, seperti jaringan 4G dan 5G, Pengguna kini dapat menikmati koneksi yang lebih cepat dan stabil, memungkinkan mereka dapat melakukan berbagai aktivitas *online* tanpa gangguan.

Operator telekomunikasi seluler menyediakan akses internet dengan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan layanan internet, perusahaan

telekomunikasi berupaya untuk memperluas jaringan mereka dan menghadirkan terkonologi terbaru, hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, saat ini, ada 4 operator telekomunikasi seluler yang mendominasi di Indonesia. Hampir semua mengoperasikan jaringan berbasis 4G LTE dan 5G. PT Telekomunikasi seluler (Telkomsel), beroperasi sejak 1995, PT Indosat Tbk (*Indosat Ooredoo Hutchison*), beroperasi sejak 1994, PT XL Axiata Tbk (XL), beroperasi sejak 1996, PT Smartfren *Telecom* Tbk (Smartfren), beroperasi sejak 2002. Sekarang ada beberapa Perusahaan yang menyediakan layanan internet yaitu sebagai berikut :

Top Brand Indeks

Brand	TBI	
Telkomsel PraBayar	35.30%	TOP
Three 3	17.30%	TOP
IM3	16.30%	TOP
Smartfren	11.20%	
XL	9.40%	
Axis	6.70%	

Gambar I.1

Sumber : topbrand award.com, November 2024

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2024&type=brand&tbi_find=Axis

Berdasarkan gambar I.1 terlihat bahwa persaingan di antara perusahaan penyedia kartu seluler semakin meningkat. Saat ini, kartu Telkomsel menjadi produk unggulan yang banyak diminati oleh masyarakat, sehingga banyak orang belum beralih ke kartu Axis. Indeks

merek menunjukkan bahwa Axis menempati posisi terakhir dengan top *brand* indeks sebesar 6.70%, hal ini menunjukkan bahwa kartu Axis juga tampak rendah, yang dapat dilihat dari minimnya niat untuk membeli ulang, Axis perlu meningkatkan upaya untuk menarik perhatian konsumen, baik melalui peningkatan kualitas layanan, seperti kecepatan dan stabilitas jaringan, maupun melalui inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Axis adalah sebuah produk layanan telekomunikasi dari XL Axiata, anak perusahaan dari Axiata. Axis meluncurkan layanannya pada bulan April 2008 dan kini tersedia di lebih dari 400 kota di seluruh pulau-pulau besar Indonesia, termasuk Jawa, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Lombok yang mencakup 80% penduduk. Jaringan Axis juga diperkuat oleh jaringan XL sehingga cakupannya menjadi lebih luas. Berkantor pusat di Jakarta, Axis merupakan salah satu operator seluler 2G, 3G, 4G dan 5G dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia, melayani lebih dari 15 juta pelanggan dan didukung oleh lebih dari 800 pegawai yang berdedikasi.

Merek Axis awalnya dikelola oleh PT Axis Telekom Indonesia, yang sebelumnya dikenal sebagai PT Natrindo Telepon Seluler, sebuah perusahaan telekomunikasi yang berfokus pada layanan seluler di Indonesia, setelah melalui proses merger dan akuisisi oleh PT XL Axiata Tbk pada periode 2013-2014, merek Axis tidak lagi beroperasi sebagai entitas perusahaan independen, melainkan menjadi bagian integral dari portofolio layanan XL Axiata, dengan akuisisi ini Axis sepenuhnya dikelola

oleh XL Axiata, yang memanfaatkan kekuatan dan sumber daya jaringan XL untuk memperluas cakupan layanan Axis di seluruh Indonesia.

Langkah ini tidak hanya menyederhanakan struktur organisasi, tetapi juga memungkinkan Axis untuk tetap bersaing di pasar telekomunikasi dengan memanfaatkan infrastruktur yang lebih luas dan andal, meskipun posisinya kini hanya sebagai merek dagang di bawah naungan XL Axiata.

Kartu Axis masuk ke dalam top *brand* terakhir. Artinya masih banyak konsumen yang tidak menyukai kartu Axis, hal ini dapat dibuktikan dari hasil pra riset yang peneliti sebarakan dalam bentuk kuisisioner kepada 30 responden yang sudah pernah menggunakan Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir pada tabel I.1.

Tabel I.1
Hasil Prariset Alasan Konsumen Tidak Menyukai Kartu Axis

No	Alasan	Indikator	Variabel
1	Sudah beli kartu lain karena mahal	Harga sesuai kemampuan dan daya saing	
2	Harga paketnya mahal	Keterjangkauan harga	Harga
3	Paketnya mahal		
4	Harga koutanya di aplikasi Axisnet lumayan mahal		
5	Mahal dan lelet	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	
6	Lemot mahal sinyal jelek		
7	Jaringan internet yang tidak stabil dan harga kouta yang mahal		
8	Harga yang termasuk tinggi untuk paket bulanan dan tidak sebanding dengan kualitas jaringan yang diterima		
9	Diskon koutanya kurang besar	Promosi penjualan	Promosi
10	Jarang ada bonus kouta		
11	Iklannya membosankan tidak menarik Jarang ada bonus kouta	Periklanan	
12	Sinyalnya sering gangguan	Ketepatan	
13	Jaringan suka hilang-hilang sendiri		
14	Sinyal tidak ada kalau mati lampu		
15	Karena tidak ada sinyal dan umumnya orang menggunakan kartu Indosat IM3 dan Telkomsel		
16	Sinyalnya sering berkurang 1-2 batang		
17	Sinyal sangat tidak mendukung		
18	Susah sinyal apalagi saat mati lampu		
19	Jaringannya susah kalau lagi di dusun		
20	Jaringannya lelet, kalau mati lampu sinyalnya ilang		
21	Jaringannya sering lemot atau ngelag, sering hilang tiba-tiba jaringannya		
22	Sinyalnya kurang bagus	Kecepatan	
23	Jaringan kartu Axis lelet dan tidak setiap daerah mempunyai jaringan Axis yang bagus		
24	Saya tidak suka karena jaringannya jelek		
25	Saya sebenarnya suka tapi kartu Axis jaringannya agak lemot		
26	Lemot ketika bermain <i>game</i> (ngelag)		
27	Jaringan kurang stabil		
28	Sinyal lemod gak melawan buat main <i>Game</i> HD		
29	Jaringan internet tidak stabil		
30	Tidak ada sinyal jika di daerah-daerah		

Sumber : wawancara pra riset, November 2024

Berdasarkan tabel 1.1 hasil prariset terhadap 30 responden yang pernah menggunakan Kartu Axis, maka ditemukan tiga variabel yang bermasalah yaitu Harga, Promosi dan Proses.

Variabel Harga terbentuk dari delapan responden yang menjawab pada tiga indikator yang bermasalah. Tiga jawaban responden sesuai dengan indikator keterjangkauan harga, empat jawaban responden sesuai dengan indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan satu jawaban responden sesuai dengan indikator harga kesesuaian kemampuan dan daya saing.

Variabel promosi terbentuk dari tiga responden yang menjawab pada dua indikator yang bermasalah yaitu satu jawaban responden sesuai dengan indikator periklanan dan dua jawaban responden sesuai dengan indikator promosi penjualan.

Variabel Proses terbentuk dari sembilan belas responden yang menjawab pada dua indikator yang bermasalah yaitu sembilan jawaban responden sesuai dengan indikator ketepatan dan sepuluh jawaban responden sesuai dengan indikator kecepatan.

Berdasarkan fenomena dari hasil jawaban responden maka penelitian ini berjudul **Pengaruh Harga, Promosi dan Proses terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir.**

A. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh Harga, Promosi dan Proses terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir?
2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir?
3. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir?
4. Apakah ada pengaruh Proses terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Proses terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir.

4. Untuk mengetahui pengaruh Proses terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan juga dapat memberikan gambaran dalam kepuasan pelanggan.

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

DAFTAR PUSTAKA

- Adi., B, & Dwi, R., dkk.2016.Pengaruh Proses dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung. Vol, 8. No, 2, 2086-0455
- Asiati, D. I, dkk. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Importance of Quality Products, Price, Promosion, and Location to Product Purcese Decision on Nitchi At PT.Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*.
- Buchory., A, dan Saladin , D. 2018. *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*.Bandung:CV. Linda Karya.
- Harahap, H. A. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu paket internet (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan)
- Hasan, M. I. 2015. *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hendrawan, A. (2021). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kartu GSM Axis di kalangan siswa SMP & MA Nazwa Bandung Barat (*Doctoral dissertation*, UIN Sunan Gunung Djati Bandung
- Ilmi, dkk. Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Citra Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. Vol.4, No.1. 103-113
- Kaswan.2024.*Pemasaran Jasa*.Bandung:YramaWidya.
- Kholiqoh, N. dkk (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung). *Jurnal Al-Hikmah*, 4(2), 51-59
- Kotler, Philip & Gary, Amstrong. 2016.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Laksana.2019.*Manajemen Komunikasi Periklanan*.Yogyakarta:Aswaja.
- Nana Herdiana A.2015.*Manajemen Strategi Pemasaran*.Bandung:Pustaka Setia.

- Rambe, M., T. 2024. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Purbalingga : EurikaMediaAksara.
- Rauzatul, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Internet Axis (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Internet Axis) (*Doctoral dissertation*, Universitas Malikussaleh).
- Sari, T. M., Hinggo, H. T., & Hardilawati, W. L. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Studi Kasus Mahasiswa UMRI). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 367-378.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung.
- Suyanto., A., & Anjasari, D, P. 2024. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : PustakaBaruPress.
- Umar dan Husein. 2016. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, A. 2024. *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix 7P Produk, Barang, dan Jasa)*. Klaten : Lakeisha.
- Zunan Setiawan, dkk. 2024. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia.