

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PROVIDER SMARTFREN DI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama : Rizqi Shidiq Wicaksono**

**NIM : 212020251**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN  
2026**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PROVIDER SMARTFREN DI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Untuk Menyusun Skripsi Pada  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Rizqi Shidiq Wicaksono**

**NIM : 212020251**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN  
2026**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizqi Shidiq Wicaksono

NIM : 212020251

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Smartfren Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

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

Palembang, Mei 2026



Rizqi Shidiq Wicaksono

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**SURAT PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Provider Smartfren Di Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Palembang.  
Nama : Rizqi Shidiq Wicaksono  
Nim : 212020251  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan  
Pada tanggal, Mei 2026

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Amidi, S.E., M.Si.**  
NIDN: 229656302



**Dr. Maidiana Astuti, H., SE., M.Si, CHRO., CSMM.**  
NIDN: 0225056903

**Mengetahui:**  
**Dekan**

**U.b Ketua Program Studi Manajemen,**



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

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTO :

- ❖ “ Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan”
- ❖ ”Jika bukan karena Allah yang mampukan, Aku mungkin sudah lama menyerah” (Q.S Al – Insyirah: 05 – 06)
- ❖ ”Investasi adalah jalan menuju kebebasan finansial”

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang melimpahkan kekuatan dan hidayah kepada saya untuk jangan pernah berputus asa dan tidak menyerah.
2. Kedua orang tua saya tercinta, ibunda Nurlia dan ayahanda Rujiman. Terima Kasih atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti. Berkat doa dan pengorbanan kalian, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Gelar ini saya persembahkan untuk kalian.
3. Saudara dan Saudariku serta keponakan – keponakanku yang lucu dan tersayang, terimakasih atas dukungannya.
4. Pembimbing saya bapak Amidi. S.E., M.Si., dan Ibu Dr. Maidiana Astuti, H., S.E., M.Si., CHRO., CSMM., yang telah memberikan bimbingan, arahan serta ilmu yang berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Teman – temanku yang sudah membantu saya dalam mengerjakan skripsi.
6. Almamaterku.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

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

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, laporan skripsi saya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua, sahabat, serta teman teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih 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., dan ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., CHRO., dan Bapak Dr. Mister Candra, S.Pd. M.Si., selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Dr. Mister Candra, S.Pd, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Amidi, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Maidiana Astuti H., SE., M.Si. CHRO., CSMM., selaku Dosen Pembimbing II selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing selama proses pengerjaan skripsi.
6. Seluruh dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhamadiyah Palembang beserta seluruh Staf Tata Usaha, dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.

Serta penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Untuk Super hero dan panutanku ayahanda Rujiman dan pintu surgaku, ibunda Nurlia Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada Pak'e dan Mak'e yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih sayang yang tiada terhingga yang hanya dapat ku balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta persembahan. Untuk kedua orang tua ku yang tersayang terima kasih banyak selama ini banyak memberikan banyak motivasi, selalu

mendoakanku, selalu memberikan kasih sayang dan menasehatiku untuk menjadi yang lebih baik lagi.

2. Kepada Saudara kandungku Raden Mas Syaban dan Mutiara Aulia. sangat berterima kasih kepada kakak dan adek atas dukungan dan nasehat-nasehat bijaknya, terima kasih atas pembelajaran hidup yang berarti, juga motivasi mendalam mengiringi jalan-jalanku. Terima kasih atas kebaikan dan bimbingan kalian terutama kakak saya yang telah mengatur dan membantu semua proses perjalananku. terima kasih.
3. Kepada Sahabat-sahabat perjuangan yang tak bisa saya sebutkan satu persatu. Kalian semua spesial di perjalananku, terima kasih atas suka dan duka yang telah kita lalui dikota ini, banyak pembelajaran yang kita bagi setiap harinya. semoga kita semua menjadi bagian orang yang sukses dunia akhirat.
4. Untuk *KAPAK GENG*, sahabat dari masa SMK hingga kini. Terima kasih karena tetap tinggal, meski terus berjalan dan banyak berubah.
5. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada AD atas dukungan, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan peran yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini.
6. Untuk semua pihak yang telah berbaik hati, mendoakan, membantu, dan memberikan dukungan yang penulis temui selama penyusunan tugas akhir ini.
7. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri, yang telah berjuang melewatai rasa lelah, ragu, dan segala keterbatasan. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, tidak menyerah, dan terus melangkah hingga akhirnya sampai pada titik ini.

Besar harapan penulis untuk terus mempelajari dan memperbaiki kekurangan - kekurangan karena skripsi ini masih jauh dari harapan kita semua. Semoga ini dapat bermanfaat bagi penulis khusus nya khalayak ramai pada umumnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah subhanahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya rabbal 'alamin

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.**

Palembang, Mei 2026

Penulis,



Rizqi Shidiq Wicaksono  
NIM : 212020251

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Landasan Teori.....	11
2. Penelitian Sebelumnya .....	17
B. Kerangka Pemikiran.....	22
C. Hipotesis .....	25

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Operasionalisasi Variabel .....	27
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Data yang Diperlukan .....	29
F. Metode Pengumpulan Data.....	30
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	31

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	39
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan.....	65
B. Saran .....	66

### **DAFTAR PUSTAKA ..... 68**

### **LAMPIRAN..... 69**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pendapat Mahasiswa Terhadap Kekurangan Kartu Smartfren .....	4
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel III. 1 Variabel, Definisi Variabel, dan Indikator .....	27
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas .....	44
Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel IV.4 Responden Berdasarkan Lama Pemakaian .....	45
Tabel IV.5 Responden Berdasarkan Semester .....	46
Tabel IV.6 Responden Berdasarkan Fakultas .....	46
Tabel IV.7 Kepuasan Pelanggan .....	47
Tabel IV.8 Kualitas Produk.....	50
Tabel IV.9 Promosi .....	53
Tabel IV.10 Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
Tabel IV.11 Hasil Uji F (Simultan).....	57
Tabel IV.12 Hasil Uji t (Parsial) .....	58
Tabel IV.13 Hasil Koefisien Determinasi .....	59

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar I.1 Preferensi Provider Untuk Akses Internet .....	3
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	11
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian .....	71
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian .....	72
Lampiran 3 : Tabulasi Data Kuesioner .....	75
Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden .....	78
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	84
Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi.....	87
Lampiran 7 : Tabel R .....	88
Lampiran 8 : Tabel F.....	89
Lampiran 9 : Tabel t.....	89
Lampiran 10 : Kartu Aktivitas Bimbingan.....	90
Lampiran 11 : BPP .....	91
Lampiran 12 : Surat Pernyataan Selesai Penelitian.....	92
Lampiran 13 : Sertifikat AIK .....	93
Lampiran 14 : Sertifikat SPSS .....	94
Lampiran 15 : Sertifikat Pelatihan E-Commerce .....	95
Lampiran 16 : Sertifikat Pelatihan Manajemen Modal .....	96
Lampiran 17 : Sertifikat Certified Product Development Manager (CPDM).....	97
Lampiran 18 : Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer Microsoft Office Word .....	98
Lampiran 19 : Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer Micosoft Office Excel .....	99
Lampiran 20 : Sertifikat Certified Digital Marketing Management (CDMM).....	100
Lampiran 21 : Sertifikat Certified Excellent Leadership Management (CELM).....	101
Lampiran 22 : Hasil Cek Plagiasi.....	102
Lampiran 23 : Biodata Penulis .....	103

## ABSTRAK

### **Rizqi Shidiq Wicaksono/Amidi/Maidiana Astuti/Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Smartfren Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan provider Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif, variabel yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk dan Promosi. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yang diambil dengan metode *Purposive Sampling*. Data utama yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t serta koefisien determinasi. Hasil penelitian dari regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan provider Smartfren di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan ada pengaruh signifikan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Promosi mampu berkontribusi terhadap naik turunnya keputusan pembelian sebesar 30,7%.

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

## **ABSTRACT**

***Rizqi Shidiq Wicaksono/Amidi/Maidiana Astuti/The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction of Smartfren Providers at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Palembang.***

*This research aims to determine the influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction of Smartfren providers at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang simultaneously and partially. This type of research uses associative research, the variables used are Customer Satisfaction, Product Quality and Promotion. The sample used was 96 respondents taken using the Purposive Sampling method. The main data used is primary data using a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression, F and t hypothesis testing and the coefficient of determination. The research results from multiple linear regression show that product quality and promotion have a positive effect on customer satisfaction for Smartfren providers at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Palembang. The results of simultaneous hypothesis testing show that there is a significant influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction. Partially, it shows that there is a significant influence of Product Quality on Customer Satisfaction and there is a significant influence of Promotion on Customer Satisfaction of Smartfren providers among Muhammadiyah University Palembang students. The results of the coefficient of determination show that the Product Quality and Promotion variables are able to contribute to the rise and fall of purchasing decisions by 30.7%.*

***Keywords: Product Quality, Promotion and Purchasing Decisions***

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah.**

Kepuasan pelanggan hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan prima. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani, karena itu diperlukan usaha yang meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai reaksi emosional yang muncul sebagai hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa tertentu. (Tjiptono, 2026:99).

Menurut Tjiptono (2026:37) terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan antara lain kualitas produk, harga, kualitas layanan, faktor emosional dan biaya serta kemudahan promosi, lokasi, kualitas pelayanan dan fasilitas.

Menurut Syahputra (2023) Promosi merupakan suatu cara untuk menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan. Salah satu tujuan promosi untuk menginformasikan mengenai produk yang ditawarkan dengan tujuan memberikan kepuasan pelanggan.

Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan

yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release.

Menurut konsumen semua hal yang dimiliki harus memiliki kualitas yang baik untuk digunakan dalam waktu lama oleh karena itu kualitas dari suatu produk haruslah penting, selain itu harga yang dijual terhadap suatu produk merupakan daya tarik bagi konsumen, apabila harga yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang diterima maka konsumen akan merasa puas dan promosi mengenai produk merupakan sarana yang baik agar konsumen mengetahui produk yang dijual secara detail sehingga menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen yang akan membelinya.

Faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa adalah kualitas produk adalah kualitas produk.

Menurut Tjiptono (2026:206) Kualitas produk adalah segala sesuatu yang mencakup dan memberikan nilai (value) untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan seseorang. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan yaitu promosi.

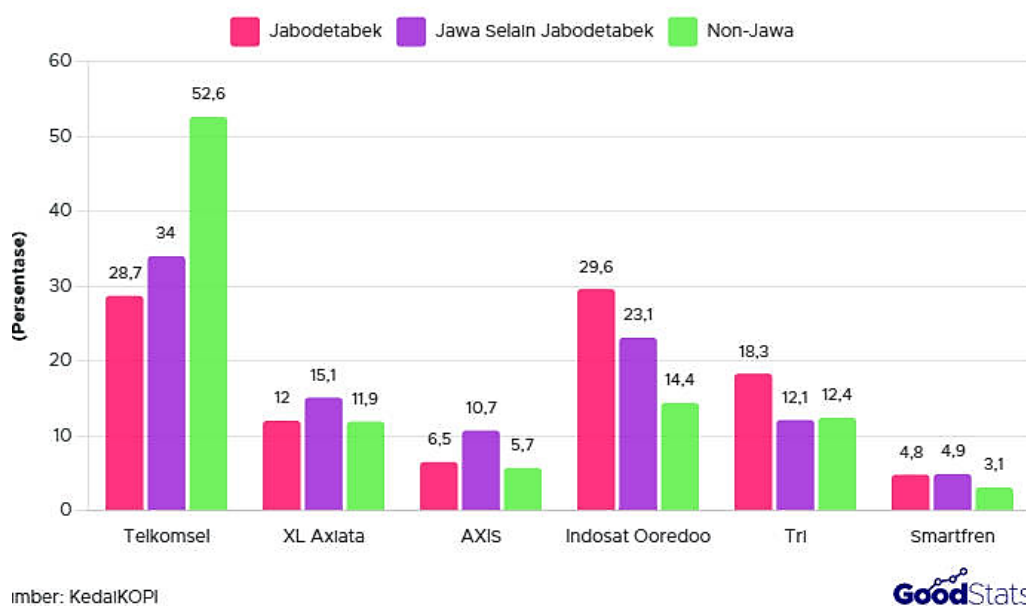
Menurut Satriadi (2021:93) Promosi merupakan sebuah proses dalam memberikan informasi, membujuk sampai mempengaruhi proses pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk atau jasa kepada konsumen.

Tujuan promosi secara umum untuk meningkatkan volume penjualan pada suatu produk atau jasa tersebut. Promosi memiliki tujuan untuk menyampaikan tentang barang atau jasa yang di produksi kepada pasar,

sehingga barang atau jasa tersebut dapat dikenal oleh orang banyak dan dapat di gunakan oleh para konsumen.

Di era globalisasi yang semakin berkembang, arus komunikasi dan sosial semakin dibutuhkan. Teknologi yang semakin maju juga mendukung berkembangnya dunia telekomunikasi di Indonesia mulai dari, telepon, sms, dan internet. Semakin majunya teknologi dan alat komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi, harus semakin canggih. Alat komunikasi yang semakin canggih juga membutuhkan kartu perdana yang berkualitas. Awal mula internet hanya bisa digunakan melalui komputer namun seiring perkembangannya internet bisa di gunakan melalui handphone. Dengan internet masyarakat dengan mudah mendapat informasi baik itu positif atau negatif (Losung et al., 2022).

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



Sumber : <https://data.goodstats.id/>, 31 Juli 2025.

**Gambar I.1**  
**Preferensi Provider Untuk Akses Internet Berdasarkan Domisili**

Berdasarkan hasil survei data yang disajikan menunjukkan bahwa penggunaan provider dari beberapa tempat membuktikan bahwa terjadi perbedaan yang cukup besar, rata-rata penggunaan provider Telkomsel sangat tinggi dan hampir seluruh tempat mayoritas menggunakannya. Kemudian di susul oleh pesaingnya yaitu Indosat Ooredoo sering digunakan oleh Masyarakat mulai dari wilayah Jabodetabek, Jawa dan Luar Pulau Jawa. Akan tetapi untuk penggunaan provider Smartfren sangat rendah disemua wilayah, perbedaan ini cukup jauh disbanding beberapa provider lainnya di Indonesia.

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

Berdasarkan informasi yang diperoleh maka terjadi gap permasalahan yang ditemukan sehingga peneliti melakukan pengamatan terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang sebagai berikut:

**Tabel I.1**  
**Pendapat Mahasiswa Terhadap Kekurangan Kartu Smartfren**

No	Pendapat	Indikator	Variabel
1	Kurang puas terhadap sinyal terutama dikondisi listrik padam	Kesesuaian Harapan	
2	Kecepatan download dan upload yang kurang konsisten	Kesesuaian Harapan	
3	Tidak puas tidak sesuai harapan karena sering terjadi kendala sinyal	Kesesuaian Harapan	
4	Tidak ingin menggunakan kembali Smartfren untuk main game	Minat Menggunakan Kembali	
5	Sudah memakai kartu lain jadi tidak mau memakai Smartfren	Minat Menggunakan Kembali	Kepuasan Pelanggan
6	Tidak mau memakai karena sudah mengalami kekecewaan	Minat Menggunakan Kembali	
7	Tidak mau memberikan rekomen ke orang lain karena kurang bagus	Ketersediaan	
8	Menjelaskan ke mahasiswa lain bahwa Smartfren ini jelek tidak recomen	Merekomendasikan	
9	Menyarankan mahasiswa lain memakai provider kartu lain yang bagus	Merekomendasikan	
10	Kualitas kinerja sinyal kurang bagus	Kinerja (Performance)	
11	Sinyal Lemah: Jangkauan 4G/5G kurang baik.	Kinerja (Performance)	
12	Ngelag saat dipakai main game online		
13	Dipakai streaming sering terjadi bufering		
14	Diapakai berinternet kurang bagus sinyalnya mudah lemah	Kinerja (Performance)	
15	Kualitas kinerja internet tidak sesuai dengan spesifikasi	Kesesuaian Spesifikasi	
16	Katanya bisa aktif tanpa registrasi, namu tidak	Kesesuaian Spesifikasi	
17	Nyatanya download file sangat lama		
18	Tidak semua tempat mendapatkan akses 5G sesuai yang dijanjikan	Kesesuaian Spesifikasi	Kualitas Produk
19	Kartu Smartfren susah diakses di berbagai wilayah	Serviceability	
20	Pelanggan sering mengalami sinyal yang sangat lemah, putus-putus, atau bahkan hilang total saat berada di dalam ruangan, basement, atau di area pinggiran kota/pedesaan tertentu	Serviceability	
21	Informasi paket data yang Kurang Transparan: sehingga sering merasa bingung dengan sisa kuota,	Serviceability	
22	Smartfren ini jarang mempromosikan iklanya	Periklanan	
23	Tidak adanya iklan atau banner produk Smartfren	Periklanan	
24	Iklanya tidak begitu menarik bagi pelanggan	Periklanan	
25	Tidak ada promosi yang dapat menarik minat pembelian	Promosi	
26	Jarang memberikan promosi kuota tambahan	Promosi	
27	Promosi paket data jarang diberikan	Promosi	
28	Mahasiswa menceritakan kekurangan kartu Smartfren kepada mahasiswa lain	Word Of Mount	Promosi
29	Banyak orang mengatakan kuotanya terbagi beberapa bagian	Word Of Mount	
30	Banyak laporan bahwa kualitas jaringannya kurang stabil, lambat, atau bahkan tidak ada sinyal sama sekali di area tertentu.	Word Of Mount	

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa, November 2025.

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

Mahasiswa merasakan ketidakpuasan terhadap kartu Smartfren terutama terhadap sinyal apabila kondisi listrik padam membuat sinyal susah diakses, Mahasiswa tidak ingin menggunakan kembali Smartfren untuk keperluan internet akibat dampak yang kurang dirasakan oleh pengguna sehingga memilih provider lain dan beberapa mahasiswa tidak memberikan rekomendasinya kepada teman lain karena sudah mengetahui kendala yang ditemukan.

Mahasiswa berpendapat kualitas kinerja sinyalnya yang begitu lemah untuk digunakan saat keperluan, seperti penggunaan di beberapa wilayah, kemudian kualitas kinerja internet kurang sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan, seperti menjanjikan bahwa sinyal yang diberikan sudah sangat cepat namun kenyataannya tidak dan Kurangnya kecepatan pelayanan dalam perbaikan masalah, seperti apabila gangguan permasalahan sinyal yang harus menunggu.

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

Hasil penelitian Nurhikmah, T., et al. (2026) memberikan penjelasan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan provider smartfren pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan provider smartfren pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Berbeda dengan penelitian Anum, L., et al. (2023) yang menyatakan ada pengaruh signifikan promosi terhadap Kepuasan konsumen ada pengaruh signifikan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji ada pengaruh signifikan pengaruh promosi dan Kualitas jaringan provider terhadap Kepuasan konsumen.

Kemudian hasil penelitian Ferdianto, et al. (2025). Hasil perhitungan uji F (Simultan) pada disimpulkan tiga variabel independen, yaitu Harga, kualitas produk dan promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tetapi berbeda dengan Tambunan, B., & Prabowo, B. (2026). Hasil uji hipotesis memaparkan bahwasanya kualitas produk berdampak signifikan dan positif, namun promosi tidak berdampak signifikan terhadap Kartu Prabayar XI Axiata di Surabaya.

Adhima, R. F., et al. (2025). Memberikan temuan studi didapatkan bahwa hanya variabel kualitas produk dan kualitas layanan yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dengan signifikan, namun variabel promosi tidak memengaruhi kepuasan pelanggan.

Marlim, J., & Sinaga, T. M. (2022). Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi promosi terhadap Kepuasan konsumen berdasarkan uji t diperoleh ada pengaruh signifikan promosi terhadap Kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Kualitas jaringan provider berdasarkan uji t diperoleh ada pengaruh signifikan Kualitas jaringan provider terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil

uji F diatas diperoleh ada pengaruh signifikan pengaruh promosi dan Kualitas jaringan provider terhadap Kepuasan konsumen.

Fenomena perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi provider seluler terhadap variabel tertentu (seperti keputusan pembelian, minat beli, atau kepuasan pelanggan) merupakan hal yang umum terjadi dalam studi ilmu manajemen dan pemasaran. Permasalahan yang ditemukan peneliti juga berasal dari kualitas produk Smartfren yang rendah mulai kecepatan sinyal serta jangkauan sinyal itu sendiri dan promosi yang hampir tidak pernah dilakukan membuat popularitas menjadi turun di masyarakat.

Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang menarik untuk ditindaklanjuti. Celah ini dapat menjadi fokus utama bagi peneliti selanjutnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar minat konsumen terhadap produk *provider* Smartfren, dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Smartfren Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Bagi Penulis

Dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan terkait teori kualitas produk dan harga terhadap pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *provider* Smartfren di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

## 2. Manfaat Bagi Lokasi Penelitian

Penelitian ini menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran (terutama konsep kualitas produk dan promosi) yang diajarkan di FEB ke dalam konteks bisnis riil.

## 3. Manfaat Bagi Almamater

Hasil penelitian memberikan dampak terhadap almamater, terutama pada bagian tinjauan pustaka, metodologi, dan pembahasan, dapat digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian sejenis (skripsi, tesis, atau tugas akhir) di masa mendatang, khususnya yang membahas industri telekomunikasi atau pengaruh variabel pemasaran.

## Daftar Pustaka

- Adhima, R. F., Suryaningprang, A., Dayona, G., & Sudaryo, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 849-858.
- Adhima, R. F., Suryaningprang, A., Dayona, G., & Sudaryo, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 849-858.
- Aliyanti, T., Sawitri, N. N., & Untari, D. T. (2026). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Analisis Kemudahan Transaksi, Konsistensi Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Literature review). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 4(1), 40-49.
- Alma, (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*, Cetakan Kedua. Alfabeta, Bandung.
- Anum, L., Fikri, K., & Akhmad, I. (2023, October). Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartfren Di Pekanbaru. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 624-636).
- Asiati, D. I., Fitriah, W., Safitri, E., Nurahmi, M., & Choiriyah. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri.
- Damanik, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel Di Cv. Yudra Group. *Jurnal Riset Manajemen*, 4(2), 145-158.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7, 17–32.
- Ferdianto, A., Wailmi, K., & Hakim, L. N. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Data Internet Telkomsel di Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 673-681.
- Ferdianto, A., Wailmi, K., & Hakim, L. N. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Data Internet Telkomsel di Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada*

*Masyarakat*, 5(1), 673-681.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.
- Hasan, I. (2017). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hurriyati, R., (2021). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi
- Kotler, P & Amstrong. (2021). *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat.
- Kotler, P & Keller, K. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Laksana, F. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Losung, Y. H., Wenas, R. S., & Arie, F. V. (2022). Dampak Media Sosial terhadap Penyebaran Informasi di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 120-135.
- Malau, H. (2021). *Manajemen Pemasaran teori dan praktik*. Alfabeta.
- Marlim, J., & Sinaga, T. M. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Jaringan Provider Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Smartfren Telecom Medan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 969-974.
- Nurhikmah, T., Navanti, D., & Sumantyo, F. D. S. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Smartfren (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *IJESM Indonesian Journal of Economics and*

*Strategic Management*, 2(1), 1107-1123.

- Pamungkas, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Jaringan 4G LTE dalam Mendukung Akses Informasi Digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 7(1), 45-58.
- Satriadi, S. (2021). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, S. B. (2023). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mr. Bee Speed Jakarta* (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).
- Tambunan, B., & Prabowo, B. (2026). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada kartu prabayar XI Axiata di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 858-875.
- Tjiptono, F & Gregorius, C. (2021). *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Tjiptono, F. (2026). *Pemasaran Strategik (Edisi Terbaru)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. (2021). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.