

## Pengaruh Harga, Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kabupaten Lumajang

Mochammad Ismail Muzakki<sup>1</sup>, Hartono<sup>2</sup>, Ainun Jariah<sup>3</sup>

STIE Widya Gama Lumajang<sup>123</sup>

Email: ismailmuzakkilumajang@gmail.com<sup>1</sup>

Email: Hartono.wiga234@gmail.com<sup>2</sup>

Email: anjar040820@gmail.com<sup>3</sup>

### INFO ARTIKEL

Volume 3

Nomor 2

Bulan Desember

Tahun 2020

Halaman 114-117

### ABSTRAK

PT. Telkomsel merupakan sebuah operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. Dalam menjalankan usahanya, Telkomsel menyediakan jasa telekomunikasi seluler jenis GSM (*Global System for Mobile*) yaitu jenis operator seluler yang global di seluruh dunia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, produk dan pelayanan secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kabupaten Lumajang. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Telkomsel yang berjumlah 40 orang, dan analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di kota Lumajang.

**Kata kunci:** Harga, Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

### ABSTRACT

*PT. Telkomsel is the largest cellular telecommunications operator in Indonesia. In running its business, Telkomsel provides cellular telecommunications services of the type of GSM (Global System for Mobile), which is a type of global cellular operator throughout the world. The purpose of this study is to find out and analyze the influence of prices, products and services simultaneously significantly on the satisfaction of Telkomsel customers in Lumajang Regency. Respondents in this study were Telkomsel customers which numbered 40 people, and the analysis used was multiple linear regression analysis. The results of hypothesis testing indicate that the three variables have a significant influence on the satisfaction of Telkomsel customers in Lumajang.*

**Keywords:** Prices, Products and Services for Customer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Komunikasi adalah suatu proses atau kegiatan penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mewujudkan lancarnya komunikasi diperlukan sejumlah peralatan komunikasi yang canggih dan terbaru. Di era Globalisasi ini telah lahir produk jenis handphone seperti android, iphone, ipad, tablet, note dan sebagainya yang memiliki kecanggihan yang tinggi. Persaingan antar operator selular dalam mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru merupakan satu keuntungan bagi masyarakat. Konsumen bisa menikmati pesta tarif karena para operator menurunkan tarif mereka sebagai langkah untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan baru. PT. Telkomsel merupakan sebuah operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. Dalam menjalankan usahanya, Telkomsel menyediakan jasa telekomunikasi seluler jenis GSM (*Global System for Mobile*) yaitu jenis operator seluler yang global di seluruh dunia. Data pengguna pada tahun 2017 di Kabupaten Lumajang ini mencapai 346.937 pelanggan jaringan Telkomsel dari populasi penduduk 989.821 jiwa.

Kotler dan Armstrong (2008) berpendapat bahwa harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga juga merupakan satu dari elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel.

Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Dalam Kotler dan Armstrong (2001) mengungkapkan beberapa indikator yaitu: 1. Harga yang sesuai dengan manfaat. 2. Persepsi harga dan manfaat. 3. Harga barang terjangkau. 4. Persaingan harga 5. Kesesuaian antara barang dengan kualitasnya.

Fandi Tjiptono (2015) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan sesuatu kebutuhan atau keinginan. Oleh karena produk dapat memenuhi kebutuhan tertentu maka produk dapat juga diartikan sebagai sekelompok nilai yang memberikan kepuasan pada pemakainya. Produk yang dipasarkan termasuk di dalamnya barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, perorangan, tempat, properti, organisasi, informasi, dan buah pikiran/ide.

Adapun indikator dari variabel produk menurut Tjiptono (2008:103) antara lain: 1. Merek merupakan nama, tanda, desain, istilah, warna atau kombinasi atribut produk yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap pesaing. 2. Kemasan adalah proses yang ada kaitannya dengan rancangan dan pembuatan wadah atau tempat atau pembungkus suatu produk. 3. Garansi atau jaminan, jaminan adalah suatu janji yang diberikan produsen kepada konsumen apabila barang yang dibeli oleh konsumen tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Jaminan bisa berupa ganti rugi, kualitas produk, dan reparasi.

Kasmir (2017) pelayanan dapat diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. Menurut Tjiptono (2016:162) Indikator dari variabel independen pelayanan yaitu : 1. Reliabilitas (*Reliability*). 2. Daya Tangkap (*Responsibility*). 3. Jaminan (*Assurance*). 4. Empati (*Empathy*). 5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas (Kotler & Keller, 2003), menurut menurut Kotler (2005), ada 3 indikator kepuasan pelanggan yaitu : 1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. 2. Sistem survei reputasi perusahaan pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. 3. Sistem analisis konsumen perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI”, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. TOI. William Liecardo (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan Fashion CRYSPYDUCK Pada Toko Skate Element Medan”, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan Kualitas Produk, Harga berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan pada Toko Skate Element Medan.

Fani Chairuna (2017) dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome dari PT. Telkom Witel Medan Sumatera Utara”, hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan kualitas terhadap produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Witel Medan Sumatera Utara. Dipesh Karki & Apil Panthi (2018) dengan judul “How Food Quality, Price, Ambiance and service quality affects customer satisfaction: A study on Nepalese Restaurants in Finland” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yang diproyeksikan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan, yaitu, dengan adanya faktor-faktor ini, kepuasan pelanggan akan meningkat dan semua hipotesis diterima setelah menganalisis data.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, produk dan pelayanan secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kabupaten Lumajang

## METODE PENELITIAN

Pendekatan ini menggunakan jenis penelitian regresi linear berganda. Target populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Telkomsel di Kota Lumajang, Jawa Timur, Indonesia. Sebanyak 40 orang sebagai sampel dengan menggunakan teknik *sampling insidental*. Pengumpulan data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner. Langkah analisis data penelitian ini terdiri dari Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Statistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan oleh Tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Analisis Data**

Nomor	model	T	sig	R
1.	Jumlah Harga	0,290	0,774	0,521
2.	Jumlah Produk	-2,291	0,028	

3.	Jumlah Pelayanan	4,056	0,000
----	------------------	-------	-------

Sumber: Data di olah 2019

### **Pembahasan Hasil Pengujian Variabel Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil uji t pada variabel  $X_1$  yaitu Harga diperoleh nilai t hitung = 0,290 dengan signifikan 0,774. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar  $\pm 1,686$ . Ini menunjukkan t hitung 0,290 terletak di antara t tabel 1,686, yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,774 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di posko Telkomsel di Kota Lumajang.

Hasil pengujian hipotesis atas variable Harga menunjukkan hasil bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di kota Lumajang. Maka di sarankan kepada pihak Telkomsel untuk meningkatkan faktor-faktor pada vaiabel Harga seperti memberikan harga yang sesuai dan terjangkau sehingga mampu membuat konsumen membeli produk Telkomsel lagi dan menjadi pelanggan yang setia kedepannya.

### **Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hipotesis Kedua, Hasil uji t pada variabel  $X_2$  yaitu Produk diperoleh nilai t hitung = (-2,291) dengan signifikan 0,028 . Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar  $\pm 1,686$  ini menunjukkan t hitung  $(-2,291) < t$  tabel -1,686 , yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,028 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Produk berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di posko Telkomsel di Kota Lumajang.

Hasil pengujian hipotesis atas variable Produk menunjukkan hasil bahwa Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di kota Lumajang. Maka disarankan kepada pihak Telkomsel di kota Lumajang agar mempertahankan kualitas produk dan selalu update untuk pembungkus produk yang terkini agar konsumen lebih tertarik lagi untuk membeli produk Telkomsel, seperti merubah warna kemasan, tulisan kemasan dan gambar kemasan produk.

### **Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hipotesis Ketiga, Hasil uji t pada variabel  $X_3$  yaitu pelayanan diperoleh t hitung = 4,056 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batasan signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar  $\pm 1,686$ , ini menunjukkan t hitung  $4,056 > t$  tabel 1,686, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di posko Telkomsel di Kota Lumajang.

Hasil pengujian hipotesis atas variable Pelayanan menunjukkan hasil bahwa Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di kota Lumajang. Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan, disarankan kepada pihak Telkomsel agar dapat mempertahankan pelayanan yang baik ini dan selalu memberi perhatian individual kepada para konsumen dan lebih meningkatkan pelayanan pada jaringan sinyal di kota Lumajang agar konsumen merasakan kenyamanan yang Telkomsel berikan.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R$  Square) dengan diperoleh sebesar 0,521. Hal ini berarti 52,1 % Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari harga, produk dan pelayanan sedangkan sisanya sebesar 47,9 % Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, lokasi, person, proses, bukti fisik, dan lain-lain.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, produk dan pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta untuk membuktikan variabel mana yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Lumajang. Hasil penelitian yang telah di lakukan menunjukkan bahwa pengujian pada hipotesis pertama dengan menggunakan metode regresi linear berganda menyatakan bahwa variabel harga, produk dan pelayanan memiliki pengaruh secara simultan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Lumajang. Hasil penelitian yang telah di lakukan menunjukkan bahwa pengujian pada hipotesis pertama dengan menggunakan metode regresi linear berganda menyatakan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh secara parsial signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Lumajang. Sedangkan variabel produk dan pelayanan memiliki pengaruh secara parsial signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Lumajang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Affandi, H., Zaki, M., & Azmeri. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. *Teknik Sipil, 6 No 3*
- Chairuna, F. (2017). Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome dari PT. Telkom Witel Medan Sumatera Utara.
- Handoko, L. P. (2016). The effect of Product Quality and Delivery Service on online- custocustomer satisfication Zalora Indonesia.

- Karki, D., & Panthi, A (2018). How food quality, price, ambiance and service quality effects .....customer satisfaction : A study on Nepalese Restaurant in Finland.
- Kotler, P., & Armstrong. G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: penerbit erlangga.
- Liecardo, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan dan Kesetiaan -----pelanggan fashion CRYSPYDUCK.
- Maulana, A. S (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan -----PT. TOI, Vol 7 no 2.
- Panjaitan. J. E., & Yualianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan \_\_\_\_Pelanggan pada JNE CABANG BANDUNG, 11 no 2.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. \_\_\_\_Management Analysis Journal.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Ratnasari, ririn tri & Aksa, mastuti h. (2011). *Manajemen pemasaran jasa*. Bogor: ghalia \_\_\_\_Indonesia
- Sasongko, F., & Sunbagio, H. (2013) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan \_\_\_\_Pelanggan Restoran Ayam Penyet RIA. *Manajemen Pemasaran*.
- Sinta, L. I., Lopian, S. L. H. V. J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas \_\_\_\_Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online pada \_\_\_\_Mahasiswa Feb Unsrat Manado, 6 no 3.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.