



Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel Di Kecamatan Medan Baru

Factors Affecting Card Customer Satisfaction Telkomsel in The District of Medan New

Tania Syahputri Siregar & Adelina Lubis

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Alat yang digunakan dalam pengumpulan data adalah daftar pertanyaan (questionnaire) dan pengamatan (observation). Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kecamatan Medan Baru Kelurahan Merdeka yang berjumlah 100 orang. Penarikan sampel dengan metode slovin atau yang dikenal rumus slovin. Dalam penelitian ini jumlah sampel yaitu sebanyak 50 orang. Pengolahan atau analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS 21, dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) secara parsial variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru. (2) Secara parsial variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru. (3) Secara parsial variabel harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru. (4) Secara parsial variabel promosi tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru. (5) Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk; Harga; Promosi

Abstract

The purpose of this research is to see and analyze the influence of service quality, product quality, price, promotion. The research method used is associative research, where variables are measured by a Likert scale. The test method is done by a list of questions (questionnaire) and observation (observation). The population of this research is all consumers of Medan Baru Subdistrict, Merdeka Village, which can be 100 people. Withdrawal of samples using the Slovin method or what is known as the Slovin formula. In this study, the sample size was 50 people. Data processing or analysis using SPSS software version 21, with descriptive analysis and testing multiple regression analysis. The results showed that : (1) Partially the variable of customer satisfaction service quality in Medan Baru District. (2) Partially the product quality variable affects customer satisfaction in Medan Baru District. (3) Partially the price variable affects customer satisfaction in Medan Baru District. (4) Partially the promotion variable affects customer satisfaction in Medan Baru District. (5) Simultaneously there is a positive and significant influence between the variables of service quality, product quality, price, promotion affecting customer satisfaction in Medan Baru District.

Keywords: Service Quality; Product Quality; Price; Promotion

How to Cite: Siregar, T.S & Lubis A, (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan kartu telkomsel di kecamatan medan baru. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(1): 92-105

PRELIMINARY

Di bidang ini, sangat dibutuhkan internet untuk bekerja dari rumah (work from home atau distance learning), yang direkomendasikan oleh pemerintah selama pandemi. Disisi lain, internet membutuhkan sarana dan prasarana telekomunikasi. Ada juga sarana dan prasarana telekomunikasi yang didukung oleh operator telekomunikasi. Telkomsel merupakan salah satu operator telekomunikasi (Isnaini, Nurhaida and Pratama., 2020; Marbun, Effendi, Lubis and Pratama, 2020).

Salah satu operator telekomunikasi adalah telkomsel . Telkomsel merupakan penyedia jasa layanan telekomunikasi seluler GSM kedua di Indonesia dengan layanan pascabayar yang diluncurkan pada tanggal 26 mei 1995 dan sejak November 1997 Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan Prabayar GSM dan memiliki 3 (tiga) produk GSM, yaitu simpati (prabayar), Kartu AS (prabayar), Loop (prabayar) serta Kartu HALO (pascabayar) yang kemudian sejak 2021 untuk layanan Prabayar telah melebur jadi 1 (satu) menjadi Telkomsel Prabayar dan layanan pascabayar menjadi Telkomsel Pascabayar serta pada tahun 2019 Telkomsel menawarkan 2 (dua) layanan digital baru Telkomsel Orbit untuk provider internet rumahan dan By.U untuk provider digital dengan target pasar anak muda (Nu'man et al., 2020; Nugroho et al., 2020; Pratama et al., 2020; Utami et al., 2019; Saragih et al., 2020). Telkomsel memaksimalkan usaha dalam penyediaan layanan seluler yang luas dan berstandar layanan kelas global serta mengacu pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan konsumen atau penilaian konsumen atas ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan hasil. Menurut Tjiptono (2015: 146), “kepuasan pelanggan merupakan wujud perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya sebelum menggunakan produk tersebut”. Jadi, disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi (Amar et al., 2020; Hakimah et al., 2020; Lubis et., 2019; Pratama et al., 2019, Utami et al., 2019).

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Telkomsel adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan promosi. Keempat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut menjadi variabel dalam penelitian ini. Diatas telah disebutkan beberapa produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Telkomsel. Oleh karena itu, peneliti hanya tertarik mengambil kartu Simpati sebagai objek kajian karena kartu tersebut menawarkan keunggulan dan kualitas yang mampu menarik perhatian dan minat konsumen (Candrasa et al., 2020; Kumar et al., 2020; Lubis et al., 2020; Sibuea et al., 2020). Hal ini, sangat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian kartu di kecamatan Medan Baru. Kecamatan Medan Baru merupakan salah satu dari 21 (dua puluh satu) kecamatan yang ada di Kota Medan, yaitu provinsi Sumatera Utara yang bernegarakan Indonesia. Kecamatan tersebut mempunyai 6 (enam) kelurahan, yaitu Babura, Padang Bulan, Darat, Merdeka, Titi Rante, Petisah Hulu. Kecamatan Medan Baru ini berpotensi tinggi untuk pengguna kartu Simpati karena terdapat industri kecil (pengolahan kopi), daerah hunian berkelas, perguruan tinggi

(Universitas Darma Agung, Universitas Sumatera Utara, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, AMIK MBP Medan, dan Politeknik Negeri Medan (Atrizka et al., 2020; Danilwan et al., 2020; Danilwan et al., 2020; Saragih et al., 2020; Silitonga et al., 2020).

Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap promosi di Kecamatan Medan Baru.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Baru.

RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis bersifat kuantitatif atau statistic (Tambunan et al., 2018; Tarigan et al., 2021; Tarigan 2020). Jenis penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis tentang berpengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 orang yang menggunakan kartu telkomsel di kelurahan Merdeka, kecamatan Medan Baru, kota Medan, provinsi Sumatera Utara, dengan sampel yang dung gunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden Kecamatan Medan Baru Kelurahan Merdeka (Izar et al., 2020; Tarigan 2018; Tarigan 2017; Tarigan 2016).

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuisisioner. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas kuisisioner adalah : jika r -hitung $>$ r -tabel, maka butir pernyataan tersebut valid. jika r -hitung $<$ r -tabel, maka butir pernyataan tersebut tidak valid

b. Uji Reabilitas

Suatu variabel yang dikatakan reliabel, jika memberikan nilai cronbach alpha $>$ 0,6, yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel berbeda keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Analisa

grafik dan statistik berupa histogram dan grafik normality probability plot dan histogram.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pendeteksian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian untuk melihat keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu mempunyai nilai VIF < 10 dan mempunyai angka tolerance $> 0,1$ (Priyatno, 2012:151).

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:53), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan promosi) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

c. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2011:98).

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen secara simultan atau bersamaan terhadap variabel dependen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$).

RESULTS AND DISCUSSION

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan uji signifikan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} dapat dilihat dari Tabel r, dalam melihat tabel r, degree of freedom (df) = N-2, dalam penelitian ini besar dapat dihitung sebanyak 50-2 alpha 5% dengan df = 48, maka dapat r_{tabel} sebesar 0.2787.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	P1	0,860	0,278	VALID
	P2	0,447	0,278	VALID
	P3	0,513	0,278	VALID
	P4	0,860	0,278	VALID
	P5	0,860	0,278	VALID
	P6	0,860	0,278	VALID
	P7	0,513	0,278	VALID
	P8	0,513	0,278	VALID
	P9	0,860	0,278	VALID
	P10	0,860	0,278	VALID
Kualitas Produk (X2)	P11	0,479	0,278	VALID
	P12	0,703	0,278	VALID
	P13	0,284	0,278	VALID
	P14	0,386	0,278	VALID
	P15	0,615	0,278	VALID
	P16	0,404	0,278	VALID
	P17	0,703	0,278	VALID
	P18	0,615	0,278	VALID
	P19	0,417	0,278	VALID
	P20	0,615	0,278	VALID
	P21	0,475	0,278	VALID
	P22	0,703	0,278	VALID
Harga (X3)	P23	0,466	0,278	VALID
	P24	0,316	0,278	VALID
	P25	0,499	0,278	VALID
	P26	0,350	0,278	VALID
	P27	0,408	0,278	VALID
	P28	0,364	0,278	VALID
	P29	0,316	0,278	VALID
	P30	0,434	0,278	VALID
Promosi (X4)	P31	0,624	0,278	VALID
	P32	0,444	0,278	VALID
	P33	0,447	0,278	VALID
	P34	0,719	0,278	VALID
	P35	0,343	0,278	VALID
	P36	0,733	0,278	VALID
	P37	0,675	0,278	VALID
	P38	0,506	0,278	VALID

Kepuasan Pelanggan (Y)	P39	0,555	0,278	VALID
	P40	0,532	0,278	VALID
	P41	0,530	0,278	VALID
	P42	0,459	0,278	VALID

b. Uji Reliabilitas

Diuji reliabilitas dengan teknik cronbuch alpha. Disajikan nilai reliabilitasnya untuk ketiga variabel (Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian), yaitu:

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	0,887	Sangat Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,762	Reliabel
Harga (X3)	0,220	Reliabel
Promosi (X4)	0,693	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,100	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai variabel bebas berupa kualitas pelayanan (X1) sebesar $0,887 > 0,6$. Sedangkan untuk variabel bebas, kualitas produk (X2) sebesar $0,762 > 0,60$, untuk variabel bebas, harga (X3) sebesar $0,220 > 0,60$, untuk variabel bebas, promosi (X4) sebesar $0,693 > 0,60$. Kemudian untuk variabel terikat, yakni kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,100 > 0,81$. Berdasarkan hasil tabel tersebut, nilai reliabilitas instrumen penelitain ini sudah memadai karena mendekati 1.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada nilai kolmogorof smirnov diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,945 dan di atas nilai signifikansi (0,05) hal ini berarti variabel Residual data berdistribusi normal.

Tabel 3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

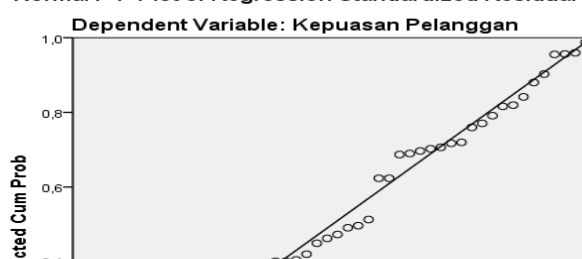
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,79240030
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,067
	Negative	-,074
Kolmogorov-Smirnov Z		,526
Asymp. Sig. (2-tailed)		,945

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sedangkan pada probability plot memiliki pola distribusi normal karena pancaran data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Grafik Normal Probability Sumber : Pengolahan Data SPSS 2021

b. Uji Multikolinieritas

Dari hasil menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan tidak adanya problem multikolinieritas (tidak terdapat hubungan linier yang sangat tinggi antara variabel independen). Dapat juga dilihat dari kolom Tolerance yang menunjukkan semua nilai tolerance > 0,1, hal ini berarti tidak terdapat gejala multikolinieritas.

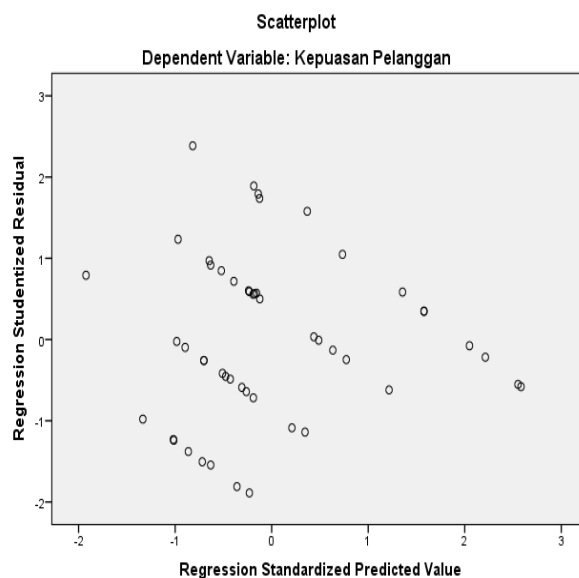
Tabel 4. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,553	4,365		,356	,724		
Kualitas Pelayanan	,260	,084	,418	3,098	,003	,710	1,408
Kualitas Produk	,079	,033	,278	2,402	,021	,964	1,037
Harga	,212	,093	,305	2,288	,027	,729	1,372
Promosi	-,081	,042	-,227	-1,911	,062	,913	1,095

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

c. Uji Heteroskedastisitas

Pada grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dengan tidak adanya pola yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini, menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas sehingga model ini layak dipakai untuk memprediksi berdasarkan masukan variabel independen.



Gambar 2. Grafik Scatterplot
Sumber : Pengolahan Data SPSS 2021

3. Uji Statistik

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji statistik menggunakan model analisis regresi linear berganda, maka didapatlah hasilnya : $Y = 1,553 + 0,260 X_1 + 0,079 X_2 + 0,212 X_3 + -0,081 X_4 + e$

Tabel 5. Analisis Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,553	4,365		,356	,724		
1 Kualitas Pelayanan	,260	,084	,418	3,098	,003	,710	1,408
Kualitas Produk	,079	,033	,278	2,402	,021	,964	1,037
Harga	,212	,093	,305	2,288	,027	,729	1,372
Promosi	-,081	,042	-,227	-1,911	,062	,913	1,095

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dapat diuraikan sebagai berikut:

Konstanta bernilai **1,553** menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) maka keputusan pembelian (Y) akan bernilai **1,553**.

Koefisien X_1 (β_1) = **0,260**, ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar **0,260** jika variabel lain dianggap konstan.

Koefisien X_2 (β_2) = **0,079**, ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar **0,079** jika variabel lain dianggap konstan.

Koefisien X_3 (β_3) = **0,212**, ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel harga sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar **0,212** jika variabel lain dianggap konstan.

Koefisien X_4 (β_4) = **-0,081**, ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel promosi sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar **-0,081** jika variabel lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan adalah 3,098 dan t_{tabel} bernilai 2,012 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,098 > 2,012$) dan nilai signifikan (sig) ($0,003 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis pertama diterima).

Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk 2,402 dan t_{tabel} bernilai 2,012 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,288 > 2,012$) dan nilai signifikan ($0,021 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa

variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis kedua diterima).

Nilai t_{hitung} variabel Harga adalah 2,288 dan t_{tabel} bernilai 2,012 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,288 > 2,012$) dan nilai signifikan ($0.027 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel hargaberpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis ketiga diterima).

Nilai t_{hitung} variabel Promosi adalah -1,911 dan t_{tabel} bernilai 2,012 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,911 < 2,012$) dan nilai signifikan ($0.062 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis keempat ditolak). Dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 6. Uji T (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,553	4,365		,356	,724		
1 Kualitas Pelayanan	,260	,084	,418	3,098	,003	,710	1,408
Kualitas Produk	,079	,033	,278	2,402	,021	,964	1,037
Harga	,212	,093	,305	2,288	,027	,729	1,372
Promosi	-,081	,042	-,227	-1,911	,062	,913	1,095

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan Anova (Tabel 4.24) didapatkan nilai F hitung sebesar 8.086 dengan tingkat signifikan (Sig.) sebesar 0.000^b. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8.086 > 2,57$) atau signifikansi (Sig.) $< 5\%$ ($0.000 < 0.05$) artinya bahwa variabel berpengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (hipotesis kelima diterima). Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Uji Simultan (Uji F) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	22,113	4	5,528	8,086	,000 ^b
Residual	30,767	45	,684		
Total	52,880	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan

Koefisien Determinasi (R²)

Hasil pengujian Koefisien Determinasi (R²) adalah nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,530. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 53,0%. Keputusan pembelian (variabel terikat) dapat di jelaskan oleh variabel faktor kualitas pelayanan

dan promosi. Sisanya 47% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini. Dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 8. Koefisien Determinasi Model Summary^b
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,647 ^a	,418	,366	,827

a. Predictors: (Constant), Promosi , Kualitas Produk , Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan Nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan adalah 3,098 dan t tabel bernilai 2,012 sehingga t hitung > t tabel (3,098 > 2,012) dan nilai signifikan (sig) (0.003 < 0.05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis pertama diterima). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan Nilai thitung variabel Kualitas Produk 2,402 dan ttabel bernilai 2,012 sehingga t hitung > t tabel (2,288 > 2,012) dan nilai signifikan (0.021 < 0.05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis kedua diterima). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan Nilai t hitung variabel Harga adalah 2,288 dan t tabel bernilai 2,012 sehingga t hitung > t tabel (2,288 > 2,012) dan nilai signifikan (0.027 < 0.05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis ketiga diterima). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan Nilai t hitung variabel Promosi adalah -1,911 dan t tabel bernilai 2,012 sehingga t hitung > t tabel (-1,911 > 2,012) dan nilai signifikan (0.062 < 0.05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel (Hipotesis keempat ditolak). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel. Berdasarkan Anova (Tabel 4.24) didapatkan nilai F hitung sebesar 8.086 dengan tingkat signifikan (Sig.) sebesar 0.000b. Jadi F hitung > F tabel (8.086 > 2,57) atau signifikansi (Sig.) < 5 % (0.000 < 0.05) artinya bahwa variabel berpengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa Ho ditolak Ha diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung

Tania Syahputri Siregar & Adelina Lubis. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel Di Kecamatan Medan Baru

- Amar S., Idris., Pratama. I., Anis, A. (2020). Exploring the Link between Income Inequality, Poverty Reduction and Economic Growth: An ASEAN Perspective. *International Journal of Innovation, Creativity and Change* Vol, 11(2), 24-41.
- Aribowo, A., Lubis, A., & Sabrina, H. (2020). Pengaruh Loyalitas Dan Integritas Terhadap Kebijakan Pimpinan Di Pt. Quantum Training Centre Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 21-30
- Ariskha, A., Siregar, M., & LKS, I. (2020). Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Kompensasi Non Finansial Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Jaya Beton Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2).
- Armstrong, Kotler.2012. *Dasar –dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Astika, P., Marbun, P., & Tarigan, E. (2020). Pengaruh Kepemilikan Saham Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 161-170
- Atrizka, D., Lubis, H., Simanjuntak, C. W., & Pratama, I. (2020). Ensuring Better Affective Commitment and Organizational Citizenship Behavior through Talent Management and Psychological Contract Fulfillment: An Empirical Study of Indonesia Pharmaceutical Sector. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 545-553.
- Br. Ginting, S., Effendi, I., & Amelia, W. (2020). Pengaruh Service Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Trust Sebagai Variabel Intervening Di Bpr Laksana Abadi Sunggal. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2).
- Candrasa, L., Cen, C. C., Cahyadi, W., Cahyadi, L., Pratama, I., (2020). Green Supply Chain, Green Communication and Firm Performance: Empirical Evidence from Thailand. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11 (12), 398-406. doi:10.31838/srp.2020.12.65
- Danilwan, Y., Dirhamsyah., Pratama, I. (2020). The Impact of Consumer Ethnocentrism, Animosity And Product Judgment On The Willingness To Buy. *Polish Journal of Management Studies* 2020; 22 (2): 65-81.
- Danilwan, Y., Isnaini, . D. B. Y. & Pratama, . I. (2020) Psychological Contract Violation: A Bridge between Unethical Behavior and Trust. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11 (7), 54-60.
- Danilwan, Y.; Isnaini, D. B.; Pratama, I.; Dirhamsyah, D. 2020. Inducing organizational citizenship behavior through green human resource management bundle: drawing implications for environmentally sustainable performance. A case study, *Journal of Security and Sustainability Issues* 10(Oct): 39-52.
- Desi Kurnia Ekawati .2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Penggunaan Telkomsel Cah (T-cash) di Yogyakarta. Skripsi: Universitas Islam Indonesia.
- Fandy Tjiptono. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia
- Fandy Tjiptono.2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4 : Andi
- Gea, N., Effendi, I., & Prayudi, A. (2021). Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2), 146-152. doi:https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.456
- Gerung, Jantje, Sjendry. 2017. Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 5,No.2 Juni 2017.
- Ghozali. 2011. *Analisis Aplikasi Multivariate Dengan SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakimah, Y., Pratama, I., Fitri, H., Ganatri, M., Sulbahrie, R. A. (2019) Impact of Intrinsic Corporate Governance on Financial Performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Innovation, Creativity and Change* Vol, 7(1), 32-51.
- Isnaini, D. B. Y., Nurhaida, T., & Pratama, I. (2020). Moderating Effect of Supply Chain Dynamic Capabilities on the Relationship of Sustainable Supply Chain Management Practices and Organizational Sustainable Performance: A Study on the Restaurant Industry in Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt* Vol, 9(1), 97-105.
- Izar, J., Nasution, M. M., & Ratnasari, M. (2020). Assertive Speech Acts in Mata Najwa Program of Episode Gare-Gare Corona. *Lexeme: Journal of Linguistics and Applied Linguistics*, 2(1), 53-58.
- Kumar, D., Pratama, I., Muneer, S. (2015). Role of psychological factors in individuals investment decisions. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2015, 5, pp. 397-40

- Kusnadi, A., Siregar, M., & Pribadi, T. (2021). Pengaruh Product Involvement Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Asal Korea Merek Etude the House. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2), 96-103. doi:<https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.438>
- Lestari, M., Nasution, A., & Lubis, A. (2020). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 121-130
- Lestari, M., Nasution, A., & Lubis, A. (2020). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 121-130
- Lubis, H., Kumar, D., Pratama, I., Muneer, S. (2015). Role of psychological factors in individuals investment decisions. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2015, 5, pp. 397-405.
- Lubis, H., Pratama, K., Pratama, I., Pratami, A. (2019). A Systematic Review of Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol*, 6(9), 415-428.
- Maggasingang, D., Solong, A., Nadhar, M., Pratama, I. (2020). The Factors Affecting the Corporate Cash Holdings in Listed Firms of Indonesia: Does Corporate Governance Matter?. *International Journal of Innovation, Creativity and Change, Vol 14(5)*, 1215-1231.
- Marbun, D. S., Effendi, S., Lubis, H. Z., & Pratama, I. (2020). Role of Education Management to Expediate Supply Chain Management: A Case of Indonesian Higher Educational Institutions. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(1), 89-96.
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. (2020). PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AROMA BAKERY & CAKE MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 181-190
- Nugroho, A., Christiananta, B., Wulani, F., Pratama, I. (2020). Exploring the Association Among Just in Time, Total Quality and Supply Chain Management Influence on Firm Performance: Evidence from Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(2), 920-928.
- Nu'man, A. H., Nurwandi, L., Bachtiar, I., Aspiranti, T., Pratama, I. (2020). Social Networking, and firm performance: Mediating role of comparative advantage and sustainable supply chain. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(3), 664-673.
- Peter, J. Paul dan Jerry. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat.
- Pratama, I., Che-Adam, N., Kamardin, N. (2019). Corporate social responsibility disclosure (CSR) quality in Indonesian public listed companies. *Polish Journal of Management Studies*, 20 (1), 359-371.
- Pratama, I., Che-Adam, N., Kamardin, N., (2020). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure Quality in Indonesian Companies. *International Journal of Innovation, Creativity and Change, Vol 13(4)*, 442-463.
- Pratama, K., Lubis, H., Pratama, I., Samsuddin, S.F., & Pratami, A. (2019). Literature review of corporate social responsibility disclosure. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(5), 1397-1403.
- Priyatno, Dwi. 2012. *Cara Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian*. Yogya : Gava Media.
- Putri, B. (2020). Pengaruh Rasio Pasar Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Return Saham Pada Pt. United Tractors Tbk.. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 31-40
- Rahmawani, R., & Syahrial, H. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Terbatas Sinarmas Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 27-40. doi:<https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.462>
- Rahmawani, R., & Syahrial, H. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Terbatas Sinarmas Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 27-40. doi:<https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.462>
- Roni Afrianto Hutapea. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan*. Skripsi : Universitas Terbuka Jakarta.
- Roza, S. 2011. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Simpati Di Kota Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol 13, No 1 Januari 2011, 25-34.
- Rumengan, A. 2014. Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 3 No 2 Juni 2015.
- Sahat Pandapotan Simamora. 2010. *Fator-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel Di Jember*. Skripsi : Universitas Jember. <https://industri.kontan.co.id/>.
- Samsul ramli, *Bacaan Wajib Swakelola Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Jakarta, 2013
- Saragih, J., Pratama, I., Wardati, J., Silalahi, E. F., & Tarigan, A. (2020). Can Organizational Justice

Tania Syahputri Siregar & Adelina Lubis. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel Di Kecamatan Medan Baru

- Dimensions Mediate Between Leader Mindfulness and Leader-Member Exchange Quality: An Empirical Study in Indonesia Pharmaceutical Firms. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(2), 545-554.
- Saragih, J., Tarigan, A., Pratama, I., Wardati, J., Silalahi, E. F. (2020). The Impact of Total Quality Management, Supply Chain Management Practices and Operations Capability on Firm Performance. *Polish Journal of Management Studies*, 21 (2), 384-397.
- Saragih, J., Tarigan, A., Silalahi, E. F., Wardati, J., Pratama, I. (2020). Supply chain operational capability and supply chain operational performance: Does the supply chain management and supply chain integration matters. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(4), 1222-1229.
- Sibuea, M. B.; Sibuea, S. R.; Pratami, A.; Pratama, I.; Nasution, R. 2020. Is business friendliness enhancing energy consumption in the ASEAN region?, *Journal of Security and Sustainability Issues* 9(M): 409-419.
- Silitonga, K. A. A., Ahmad, . F., Simanjuntak, . C. W. & Atrizka, . D. (2020) Exploring the nexus between the HR practices and work engagement: The mediating role of Job Demand. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11 (7), 342-351. doi:10.31838/srp.2020.7.53
- Simamora, Et. al. 2010, Analisis Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS, Terbitan Pertama. Medan. USU.
- Simamora, Et. al. 2010, Analisis Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS, Terbitan Pertama. Medan. USU.
- Simamora, Lufti. 2011, Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis. Edisi 2. Medan:USU
- Simamora, Lufti. 2011, Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis. Edisi 2. Medan:USU Press.
- Siti Nurhayati.2017.Pengaruh Citra Merek,Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta, *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*,Vol 4,No.2.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Statistik Nonparametris Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto., Yuliani, F., Syofian., Saputra, T, Pratama, I. (2020). The Impact of The Organizational Innovativeness On The Performance Of Indonesian Smes. *Polish Journal of Management Studies* 2020; 22 (1): 513-530.
- Sunyoto, Danang.2015.Perilaku Konsumen dan Pemasaran.Yogyakarta .CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Tambunan, R. W., Muchtar, M., Agustian, P., Salim, A., Aisyah, L., Marpaung, B. A., & Nasution, M. M. (2018). Critical discourse: Applying Norman Fairclough theory in recep Tayyip Erdoğan's balcony speech. *Proceedings of ISELT FBS Universitas Negeri Padang*, 6, 174-183.
- Tarigan, R. S. (2016). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Elearning. uma. ac. id.
- Tarigan, R. S. (2017). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Academic Online Campus (AOC).
- Tarigan, R. S. (2018). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Sistem Informasi Program Studi (SIPRODI).
- Tarigan, R. S., Azhar, S., & Wibowo, H. T. (2021). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Aplikasi Registrasi Asrama Kampus.
- Tarigan, R. S., Wasmawi, I., & Wibowo, H. T. (2020). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Sistem Tanda Tangan Gaji Online (SITAGO).
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono,F.(2014).Pemasaran Jasa:Prinsip,Penerapan,dan Penelitian.Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono,Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta, ANDI.
- Utami, C. W., Indrianto, A. T. L., Pratama, I. (2019). Agricultural Technology Adoption in Indonesia: The Role of the Agriculture Extension Service, the Rural Financing and the Institutional Context of the Lender. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol*, 7(7), 258-276.
- Utami, C. W., Sumaji, Y. M. P., Susanto, H., Septina, F., & Pratama, I. (2019). Effect of Supply Chain Management Practices on Financial and Economic Sustainable Performance of Indonesian SMEs. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 8(1), 523-535.
- Yuvira, I., Siregar, M., & Sabrina, H. (2021). Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu di Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 81-85. doi:https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.485