



ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA KARTU TELKOMSEL DI KOTA BATAM

Yopi¹, Jackhon Pahala Simanjuntak²

^{1,2}Jurusan Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional

Email: yopi@indobarunasional.ac.id

Abstarct

There is a fairly important problem in the Telkomsel company, namely experiencing a decline in customers, there are various causes of customer decline such as the form of service quality, and price. The purpose of this study is to see the influence of service quality and price both partially and simultaneously on customer satisfaction. The data source in this study is primary data, the data collection method uses google form, research data analysis uses the SPSS 26 assistance program. The tests carried out are classical assumption tests, multiple linear regression and hypothesis testing with t-tests and f-tests. The sampling method used in this study is the purposive sampling method with a total of 104 people. The results of the study partially show the conclusion that service quality affects the satisfaction of Telkomsel card users, and price affects the satisfaction of Telkomsel card users, simultaneously Service quality, and price affect the satisfaction of Telkomsel card users.

Keywords: Service Quality; Price; Satisfaction.

Abstrak

Terdapat permasalahan yang cukup penting pada perusahaan telkomsel yaitu mengalami penurunan pelanggan, terdapat berbagai penyebab pelanggan mengalami penurunan seperti bentuk kualitas pelayanan, dan harga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan harga baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, metode pengumpulan data menggunakan google form, analisis data penelitian menggunakan program bantuan SPSS 26. Pengujian yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji t dan uji f. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling dengan jumlah 104 orang. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan kesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel, secara simultan Kualitas layanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel.

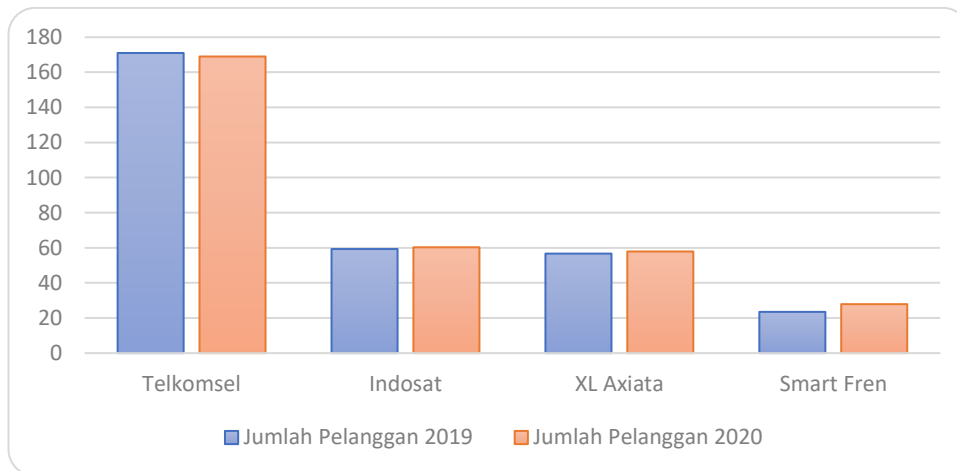
Kata Kunci: Kualitas Layanan; Harga; Kepuasan.

LATAR BELAKANG

Manusia yang semakin menggunakan dan mengandalkan teknologi digital sebagai mobilisasi penggerak yang sangat membantu kehidupan menjadikan pacuan dan tuntutan bagi perusahaan yang bergerak pada layanan komunikasi untuk berinovasi serta menciptakan pelayanan yang semaksimal mungkin yang tak terbatas oleh ruang dan jarak pula sehingga memberikan kepuasan bagi pelanggan. Di Indonesia salah satu perusahaan operator telekomunikasi yang punya jaringan yang cukup luas jangkauannya yaitu Telkomsel, operator telekomunikasi ini mampu bertransformasi sehingga menjadi perusahaan yang cukup besar dan menguasai pangasa pasar pertelekomunikasian hal ini terbukti dengan banyaknya pelanggan yang dimiliki. Produk yang paling banyak dipakai oleh pelanggan yang diciptakan Telkomsel salah satunya adalah kartu SimPATI. Konsumen memilih kartu Telkomsel SimPATI karena memiliki berbagai unggulan yang menjadikannya daya tarik. Berbagai keunggulan inilah yang menjadikan kepuasan bagi pelanggan untuk menggunakan Telkomsel SimPATI sebagai perusahaan yang memiliki pelanggan terbanyak di Indonesia.



Sebagai perusahaan telekomunikasi yang besar dan memiliki pelanggan yang cukup banyak pula Telkomsel harus berhati-hati dalam menjaga kepuasan pelanggannya sebab selain Telkomsel masih ada perusahaan telekomunikasi lainnya juga dengan keunggulan sebagai tawarannya kepada pelanggan. Maka dari itu penting sekali bagi Telkomsel untuk menjaga pelayanannya sehingga pelanggan menikmati kepuasannya untuk memenuhi kebutuhan telekonunikasiannya sehingga hal ini pelanggan memiliki pilihan yang beragam. Berikut ini merupakan jumlah pengguna operator kartu seluler mulai tahun 2019-2020 dalam juta pada bentuk diagram:



Gambar 1. Jumlah Pengguna Kartu

Sumber: Laporan Tahunan di BEI

Dari diagram tersebut pula dapat disimpulkan bahwasanya terdapat permasalahan yang cukup vital pada perusahaan Telkomsel yang telah mengalami penurunan pelanggan. Dengan menurunnya pelanggan ini dapat menjadi perhatian bagi Telkomsel disaat perusahaan lain mengalami peningkatan pelanggan. Ada berbagai macam sebab musabab mengapa sebenarnya pelanggan mengalami penurunan salah satunya adalah tentang kepuasan, karena kepuasan adalah hal yang paling utama bagi pengguna. Kepuasan pelanggan tersebut dalam bentuk Kualitas Pelayanannya dan Harga.

Kepuasan menjadi hal yang paling utama diinginkan oleh banyak pelanggan sebab kepuasan mencerminkan sebuah ekspektasi yang diinginkan sampai terpenuhinya keinginan rasa senang (Y. C. Simanjuntak, 2020). Jika pelanggan merasa puas akan kinerja atau pelayanan yang diberikan tentunya pelanggan akan senantiasa setia menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Konsumen dapat digiring menggunakan produk perusahaan apabila produk tersebut dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Pelayanan yang diberikan untuk pelanggan merupakan bentuk kemampuan perusahaan dalam melayani keinginan pelanggan dengan penuh rasa komitmen serta mampu memecahkan masalah saat barang atau jasa sebagai bentuk pelayanan ini diberikan atau digunakan kepada pelanggannya. Kualitas suatu layanan perusahaan telekomunikasi saat ini menjadi prioritas utama pelanggan dalam menjalankan aktivitasnya terlebih lagi dijamin saat ini yang mana telah terjadi bencana covid-19 hampir semua kegiatan masyarakat dibatasi namun dapat terhubung dengan memanfaatkan teknologi seluler tentunya juga harus didukung dengan kualitas yang dimiliki. Kualitas dapat menjadi perhatian utama sehingga dapat meningkatkan secara konsisten pelanggan yang ada sehingga semakin bertambah namun dengan terjadinya angka penurunan pelanggan tersebut dapat menjadi masalah karena juga pelayanan. Kualitas pelayanan yang



diberikan oleh telkomsel juga sangat beragam demi memberikan pelayanan maksimal bagi penggunaannya.

Selain itu harga juga dapat menjadi pengaruh kepuasan pelanggan sebab harga merupakan daya tarik disamping adanya keterbatasan ekonomi pelanggan. Namun harga tersebut umumnya akan selalu berbanding positif dengan pelayanan yang diberikan artinya jika harga tinggi tentu juga pelayanan akan maksimal pula sehingga mempengaruhi kepuasannya. Perusahaan dalam menggait dan mengambil empati rasa para penggunaannya agar loyalitas selalu menjadikan patokan harga karena harga berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengorbankan keuangannya demi mendapatkan kepuasan. Harga adalah sejumlah pengorbanan uang yang dikeluarkan oleh pembayar atau konsumen dengan timbal baliknya mendapatkan sejumlah kombinasi barang maupun jasa serta pelayanan yang diberikan (Gischa, 2020b).

Konsumen memilih kartu Telkomsel SimPATI karena memiliki berbagai keunggulan yang menjadikannya daya tarik. Berbagai keunggulan inilah yang menjadikan kepuasan bagi pelanggan untuk menggunakan Telkomsel SimPATI sebagai perusahaan yang memiliki pelanggan terbanyak di Indonesia. Namun dibalik keunggulannya dan memiliki pelanggan terbanyak Telkomsel sedang mengalami penurunan penggunaannya. Ada berbagai macam sebab musabab mengapa sebenarnya pelanggan mengalami penurunan salah satunya adalah tentang kepuasan, karena kepuasan adalah hal yang paling utama bagi pengguna. Kepuasan pelanggan tersebut dapat berbentuk Kualitas Pelayanannya, Harga. Tujuan penelitian ini guna melihat secara parsial maupun simultan pengaruh kualitas layanan, serta harga terhadap terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu bentuk reaksi dari pelanggan atas penggunaan jasa maupun barang yang telah diberikan oleh seseorang individu maupun oleh organisasi dalam hal ini adalah perusahaan (Kasmir, 2017). Pelayanan yang diberikan untuk pelanggan merupakan bentuk kemampuan perusahaan dalam melayani keinginan pelanggan dengan penuh rasa komitmen serta mampu memecahkan masalah saat barang atau jasa sebagai bentuk pelayanan ini diberikan atau digunakan kepada pelanggannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan ini merupakan suatu bentuk syarat produk barang ataupun jasa yang disediakan dan diberikan oleh perusahaan demi memenuhi seluruh kebutuhan seluruh pelanggan dengan tidak mengurangi rasa manfaatnya sehingga dapat digunakan sesuai dengan keinginan. Menurut (Ariska & Wijaksana, 2017), kualitas pelayanan merupakan kinerja yang aktual berdasarkan suatu perbandingan antara persepsi yang diberikan kepada pelanggan dengan keinginan pelanggan berdasarkan faktor seperti pengalaman yang diterima pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan dapat memberikan bentuk hubungan psikologis dan emosional pelanggan dengan perusahaan sebagai penyedia layanan dengan berbagai tujuan salah satunya adalah agar pelanggan sebagai konsumennya dapat memiliki rasa yang loyalitas dengan demikian perusahaan akan memperoleh banyak keuntungan (Mokoagouw, 2018). Jika pengguna merasakan kepuasannya dari kualitas tentunya pengguna akan tetap terus loyal dan tetap menjadi pengguna produk perusahaan tersebut. Oleh karena itu kualitas memiliki hubungan pengaruh terhadap kepuasan pengguna.

H₁: Diduga secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna Telkomsel di Kota Batam.

Harga



Perusahaan dalam menggait dan mengambil empati rasa para penggunanya agar loyalitas selalu menjadikan patokan harga karena harga berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengorbankan keuangannya demi mendapatkan kepuasan. Harga adalah sejumlah pengorbanan uang yang dikeluarkan oleh pembayar atau konsumen dengan timbal baliknya mendapatkan sejumlah kombinasi barang maupun jasa serta pelayanan yang diberikan (Gischa, 2020). Jadi yang dimaksud dengan harga adalah suatu bentuk pembayaran uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada penjual dengan mendapatkan produk berupa barang maupun jasa sehingga dapat digunakan dan dimanfaatkan. Dalam setiap usaha kunci utama dalam aktivitasnya adalah penentuan harga. Harga ini adalah strategi yang ditentukan oleh perusahaan untuk membayar semua biaya yang telah dikeluarkan sehingga produk yang dihasilkan dapat di jual ke pengguna dan perusahaan akan menghasilkan keuntungan. Menurut (Prawiro, 2018) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen terhadap barang maupun jasa berupa bentuk produk, atau sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dan manfaat dari produk yang dihasilkan. Harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan pada produk atau juga layanan jasa. Yang artinya jumlah beban dari hasil produk tersebut dibayarkan setiap konsumen dami memiliki maupun mendapatkan keuntungan dari sebuah produk (Igir, 2018). Harga juga dapat menjadi pengaruh kepuasan pelanggan sebab harga merupakan daya tarik disamping adanya keterbatasan ekonomi pelanggan. Namun harga tersebut umumnya akan selalu berbanding positif dengan pelayanan yang diberikan artinya jika harga tinggi tentu juga pelayanan akan maksimal pula sehingga mempengaruhi kepuasannya.

H₂: Diduga secara parsial harga berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengguna Telkomsel di Kota Batam.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna dapat didefinisikan sebagai suatu tingkat perasaan seorang pengguna sebagai hasil perbandingan antara harapan pengguna tersebut akan sebuah produk dengan hasil nyata yang diperoleh sipengguna dari produk tersebut (Machmud, 2018). Menurut Menurut Richard Oliver dalam (J. Simanjuntak & Stefano, 2018) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pada dasarnya tujuan dari keberlangsungan bisnis adalah untuk mencapai keuntungan sehingga harus memberikan kepuasan bagi pengguna untuk tetap selalu loyalitas. Kepuasan pengguna sendiri tidak mudah didefinisikan. Persaingan dalam dunia usaha selalu sengit dan menarik dengan berbagai strategi dan program pemasarannya, dengan harapan tidak saja menarik minat konsumen namun juga memuaskannya. Menurut (Ateja, 2017) kepuasan pengguna dapat memberikan beberapa manfaat jadi kepuasan pengguna adalah respons pengguna terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

H₄ : Diduga secara simultan kualitas layanan, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna Telkomsel di Kota Batam.

METODE PENELITIAN

Sifat penelitian ini adalah replikasi dengan menambahkan variabel yang sudah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu dan dengan cara mengganti lokasi penelitian. Sumber data yang dipakai ialah data primer dari pengajuan kuisisioner. Metode dalam pengumpulan data



menggunakan google form yang peneliti buat sehingga berbentuk kuisisioner. Sampel ditarik dengan metode *purposive sampling*, didapatkan 104 responden dalam penelitian ini. Uji yang dipakai dalam analisis ini adalah regresi linier berganda dengan memakai pengujian validitas, realibilitas, uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas serta heteroskedastisitas sebagai pengujian absahnya data dan selanjutnya dilanjutkan dengan pengujian secara parsial (Uji T) maupun simultan (Uji F). Adapun dalam penganalisisan data memakai bantuan SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Pengujian validitas ialah pengujian yang dipakai guna diketahui sejauh mana alat pengukuran yang dipakai dalam pengukuran sesuatu yang hendak yang diukur. Perihal ini dipakai guna pengukuran valid ataupun tidaknya sebuah kuesioner (Ghozali, 2016). Dinyatakan valid dalam penelitian apabila dalam kuisisioner penelitian yang disebarkan kepada semua responden dapat diukur dengan baik sesuai dngan ketentuan r tabel penelitian. Berikut ialah hasil pengujiannya :

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.725	0.138	Valid
	X1.2	0.772	0.138	Valid
	X1.3	0.733	0.138	Valid
	X1.4	0.796	0.138	Valid
	X1.5	0.746	0.138	Valid
	X1.6	0.661	0.138	Valid
	X1.7	0.832	0.138	Valid
	X1.8	0.762	0.138	Valid
Harga (X2)	X2.1	0.773	0.138	Valid
	X2.2	0.78	0.138	Valid
	X2.3	0.788	0.138	Valid
	X2.4	0.668	0.138	Valid
	X2.5	0.774	0.138	Valid
	X2.6	0.79	0.138	Valid
	X2.7	0.802	0.138	Valid
Kepuasan (Y)	Y1	0.826	0.138	Valid
	Y2	0.807	0.138	Valid
	Y3	0.824	0.138	Valid
	Y4	0.771	0.138	Valid
	Y5	0.809	0.138	Valid
	Y6	0.628	0.138	Valid
	Y7	0.828	0.138	Valid
	Y8	0.695	0.138	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024



Dari tabel diatas didapat bahwasanya seluruh item kuisoner penelitian yang diberikan kepada responden memenuhi unsur kategori valid.

Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas ialah alat yang dipakai guna pengukuran konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner disebut reliabel ataupun handal bila jawaban individu dari waktu ke waktu terhadap pertanyaan konsisten ataupun stabil. Berikut ini adalah hasil realibilitas :

Tabel 2. Uji Reliabel

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	.970	0.6	Reliabel
	X1.2	.970	0.6	Reliabel
	X1.3	.970	0.6	Reliabel
	X1.4	.969	0.6	Reliabel
	X1.5	.970	0.6	Reliabel
	X1.6	.970	0.6	Reliabel
	X1.7	.969	0.6	Reliabel
	X1.8	.970	0.6	Reliabel
Harga (X2)	X2.1	.970	0.6	Reliabel
	X2.2	.969	0.6	Reliabel
	X2.3	.970	0.6	Reliabel
	X2.4	.970	0.6	Reliabel
	X2.5	.969	0.6	Reliabel
	X2.6	.969	0.6	Reliabel
	X2.7	.969	0.6	Reliabel
Kepuasan (Y)	Y1	.969	0.6	Reliabel
	Y2	.969	0.6	Reliabel
	Y3	.969	0.6	Reliabel
	Y4	.970	0.6	Reliabel
	Y5	.969	0.6	Reliabel
	Y6	.971	0.6	Reliabel
	Y7	.969	0.6	Reliabel
	Y8	.970	0.6	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengukuran yang digunakan dengan maksudkan guna memperlihatkan bahwasanya data sampel bersumber dari populasi yang punya distribusi normal (Yolanda, 2017). Berikut adalah dari pengujian SPSS untuk pengujian normalitas memakai *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*:

Tabel 3. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	104



Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15794673
	Most Extreme Differences	
Test Statistic	Absolute	.158
	Positive	.158
	Negative	-.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071 ^c

Sumber : SPSS 26, 2024

Uji multikolinearitas

Untuk pengujian ini bisa diperhatikan dengan membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada output SPSS dengan ketetapan. Perbandingannya adalah nilai VIF 10 (Ghozali, 2016). Berikut ini adalah hasil pengujiannya :

Tabel 3 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

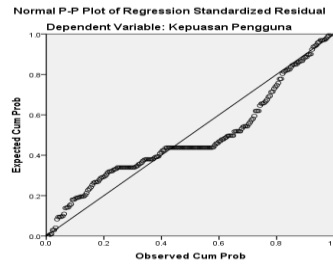
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.361	2.773
Harga	.330	3.027

Sumber : SPSS 26, 2024

Dari pengujian diatas dapat diperoleh nilai untuk variabel kualitas pelayanan VIF nya sebesar 2.773 sehingga nilai ini lebih kecil daripada 10 maka disebut tidak terjadi korelasi atau multikolenieritas, nilai untuk variabel harga VIF nya sebesar 3.027 sehingga nilai ini lebih kecil daripada 10 maka disebut tidak terjadinya korelasi atau multikolenieritas dan untuk variabel promosi VIF nya sebesar 3.011 sehingga nilai ini lebih kecil dari 10 maka dikatakan tidak terjadinya korelasi ataupun multikolenieritas. Dari keseluruhannya tidak terjadinya korelasi setiap variabel independennya.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk pengujian ini dapat dilihat dengan memperhatikan titik-titik pola pada gambar *scatterplots* regresi dengan garis sumbu. Atau Ketetapanya jika titik-titik tersebar pada garis lurus (diagonal) ataupun menjauh (sedikit menjauh) maka data distribusinya tidak normal. Berikut ini ialah hasil pengujiannya :



Gambar 2. Scatterplot
Sumber : SPSS 26, 2024

Dari dasar tabel diatas dapat dikatakan untuk penelitian ini secara grafik pengujian telah berdistribusi normal datanya karena terdapat titik-titik yang menyebar dalam setiap garis lurus diagonal.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ialah analisis yang bisa dipakai guna pengukuran pengaruh sebuah variabel bebas terhadap Variabel tidak bebasnya (Ghozali, 2016). Hasil dari output SPSS dapat diterjemahkan dalam bentuk kata penjelasan :

Tabel 4. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.458	.528		2.760	.006
	Kualitas Pelayanan	.325	.055	.310	5.960	.000
	Harga	.258	.051	.276	5.085	.000

Sumber : SPSS 26, 2024

Didasarkan tabel di atas atas hasil pengujian maka bisa ditafsirkan selaku berikut ini :

1. Nilai konstanta yakni 1.458 yang berarti bila kualitas pelayanan (X1), harga (X2) serta promosi (X3) punya nilai 0, maka kepuasan pengguna (Y) bernilai 1.458. Maka, jika kualitas pelayanan, harga dan promosi memberikan hal yang mendukung bagi pengguna maka akan mengalami peningkatan kepuasannya.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan (X1) bernilai 0.325 yang artinya bila mutu pelayanan naik sebanyak 1 poin maka kepuasan pengguna (Y) juga akan mengalami kenaikan yakni 0.325.
3. Nilai koefisien Harga (X2) bernilai 0.258 yang artinya bila harga naik sebanyak 1 poin maka kepuasan pengguna (Y) juga akan mengalami kenaikan yakni 0.258 karena bisa diimbangi dengan kualitas pelayanan yang maksimal.

Uji T (Parsial)

Uji parsial (T) dipakai guna pengujian sejauh apakah terdapat hubungan pengaruh variabel independen yang diteliti dengan yang dipakai secara individual untuk menjelaskan secara berbarengan atau bersamaan. Berikut ini ialah hasil pengujiannya :



Tabel 5. Uji Parsial (T)

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.760	.006
	Kualitas Pelayanan	5.960	.000
	Harga	5.085	.000

Sumber : SPSS 26, 2024

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dan diambil kesimpulan seperti di bawah ini :

1. Nilai t Hitung kualitas pelayanan (X1) yakni 5.960 > 1.971 t Tabel serta nilai (Sig) yakni 0,000 < dari alpa 0.05 (α), maka variabel X ada hubungan secara parsial pada variabel Y. Dengan kata lain kualitas pelayanan (X1) punya pengaruh secara persial terhadap kepuasan pengguna (Y).
2. Nilai t Hitung harga (X2) yakni 5.085 > 1.971 t Tabel dan nilai (Sig) yakni 0,000 < dari alpa 0.05 (α), maka variabel X ada hubungan secara parsial pada variabel Y. Bisa diartikan harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna (Y).

Uji F Simultan

Uji simultan (F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang ada dalam model regresi ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Berikut hasil pengujiannya :

Tabel 7 Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3903.678	3	1301.226	275.299	.000 ^b
	Residual	945.317	200	4.727		
	Total	4848.995	203			

Sumber : SPSS 25, 2022



Dari hasil pengujian diatas dapat dijelaskan bahwasanya nilai F hitung (275.299) > F tabel (3.04) serta nilai signifikansian ($0.000 < \alpha$), maka bisa disimpulkan bahwasanya variabel X punya pengaruh terhadap variabel Y secara simultan. Bisa dinyatakan kualitas pelayanan (X1), serta harga (X2) punya pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y) secara simultan.

Koefisien Determinasi

Berikut ini ialah hasil pengujian yang dilaksanakan :

Tabel 8 Koefisien Diterminasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.802	2.174

Sumber : SPSS 26, 2024

Dari hasil pengujian tabel di atas tampak bahwasanya nilai Adjusted R square yakni 0.802 ataupun 80.2%. Yang artinya variabel yang dipakai dalam penelitian ini yang bisa mempengaruhi kepuasan pengguna sebanyak 80.2% sementara sisanya yakni 19.8% ialah variabel lainnya yang tidak dikaji pada penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Nilai t Hitung kualitas pelayanan (X1) sebesar $5.960 > 1.971$ t Tabel serta nilai (Sig) yakni $0,000 < \alpha$, maka secara parsial serta signifikan variabel X ada hubungan pada variabel Y. dengan katalainnya maka kualitas pelayanan (X1) dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan (Y). Sehingga hipotesis (H1) diterima dalam penelitian ini. Perihal ini hasilnya selaras dengan (Herokholiq, 2018) yang menyatakan bahwasanya kualitas pelayanan punya pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Perihal ini dapat terjadi sebab kualitas pelayan merupakan bentuk imbalan yang akan diterima pengguna saat menggunakan pelayanannya sesuai dengan harga yang telah dipilih.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengguna



Nilai t Hitung harga (X2) yakni $5.085 > 1.971$ t Tabel serta nilai (Sig) sebesar $0,000 <$ dari α 0.05 (α), maka variabel X ada hubungan secara parsial pada variabel Y secara signifikan. Dengan kata lain harga (X2) punya pengaruh signifikan yang positif pada kepuasan pengguna (Y). Sehingga dengan hipotesis yang ada (H2) diterima dalam penelitian ini. Perihal ini selaras hasilnya dengan yang dilaksanakan oleh (Insyaroh & Setyowati, 2018) bahwasanya harga punya pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Perihal ini dapat terjadi sebab jika harga mengalami kenaikan tentu dengan dibarengi kualitas yang diterima pengguna maka akan mempengaruhi kepuasannya namun jika harga tinggi namun tidak dibarengi dengan kualitas yang diterima maka pelanggan tidak akan puas.

.Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna

Nilai F hitung (275.299) > F tabel (3.04) serta nilai signifikansian ($0.000 <$ dari 0.05 (α), maka bisa diambil pernyataan bahwasanya variabel X punya pengaruh secara simultan serta signifikan terhadap variabel Y. Dengan kata lain kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada kepuasan pengguna (Y) secara simultan. Maka hipotesis ini diterima (H4). Perihal ini hasilnya selaras dengan hasil penelitian yang dijalankan oleh (Wasiman, 2019) bahwasanya secara simultan punya pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Perihal tersebut secara bersamaa ketiga variabel dapat mempengaruhi kepuasan pengguna karena ketiganya merupakan bentuk imbalan yang seharusnya diterima oleh pengguna.

KESIMPULAN

Dari serangkaian pengujian dapat disimpulkan bahwasanya Kualitas layanan punya pengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel, Harga punya pengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel, Kualitas layanan, serta harga punya pengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel. Pengujian variabel penelitian ini sangat baik hal ini tampak bahwasanya nilai *Adjusted R square* yakni 0.802 ataupun 80.2%. Yang artinya variabel yang dipakai dalam penelitian ini yang bisa mempengaruhi kepuasan pengguna sebanyak 80.2% sementara sisanya yakni 19.8% ialah variabel lainnya yang tidak dikaji pada penelitian ini. Bagi perusahaan untuk mempertahankan kepuasan pengguna harus mempertahankan kualitas layanan, dan harga juga



berpengaruh seluruhnya sebesar 80.2%. Bagi peneliti selanjutnya alangkah baiknya guna menambah variabel selain variabel yang diteliti sebab masih ada sebanyak 19.8% lagi variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna Telkomsel. Bagi pengguna telkomsel kualitas layanan, dan harga yang diberikan telkomsel sudah cukup baik sehingga pengguna dapat lebih loyalitas atau bertahan dengan menggunakan segala produk yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariska, & Wijaksana, T. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen*, 4(No.3, Desember 2017.).
- Ateja. (2017). Manfaat Kepuasan Pelanggan.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (8th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gischa, S. (2020b). Pengertian Laporan Keuangan, Tujuan Dan Jenisnya.
- Herokholiqi, M. E. (2018). *Analisa Kualitas Pelayanan Bioskop Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (Sem)*.
- Igir, F. G. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi Pada Pt. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Insyaroh, W., & Setyowati, T. (2018). Determinan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso. *International Journal Of Social Science And Business.*, 2(3).
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent*. Rajawali Pers.
- Machmud, R. (2018). *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Kasus Pada T3-Online)*. Gorontalo: Ideas.
- Mokoagouw, S. E. A. (2018). *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah*.
- Nur, J. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Grapari Telkomsel Batam Centre. *Jurnal Ilmiah Core It*.
- Prawiro. (2018). Pengertian Harga: Fungsi, Tujuan, Jenis-Jenis Harga.
- Simanjuntak, Y. C. (2020). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pelanggan Kartu Telkomsel Di Daerah Medan Marelان Pasar*



10). Universitas Hkbp Nomensen.

Wasiman. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tiban Tiga Sekupang Kota Batam.*

Yolanda, A. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Dan Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (Jii) Tahun 2013-2015.*