

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA KARTU INDOSAT OOREDOO DI DESA KANEYAN KECAMATAN TARERAN**

*ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF INDOSAT OOREDOO CARD USERS IN KANEYAN VILLAGE, TARERAN DISTRICT*

Oleh:

**Omega Putri Warere<sup>1</sup>  
Yunita Mandagie<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

<sup>1</sup>[Omega.warere11@gmail.com](mailto:Omega.warere11@gmail.com)

<sup>2</sup>[mandagiey@unsrat.ac.id](mailto:mandagiey@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 272 responden dan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data statistik menggunakan analisis regresi linear berganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 20,238 lebih besar dari F tabel 3,02, yang berarti secara simultan terdapat pengaruh pada kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu Indosat. Secara parsial terlihat bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu variabel kualitas produk (X1) sebesar 2,144 lebih besar dari T tabel sebesar 1,968 dan harga (X2) sebesar 5,328 lebih besar dari nilai T tabel 1,968.

**Kata Kunci:** Kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan

**Abstract:** This study aims to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction of Indosat Ooredoo card users in Kaneyan Village, Tareran District, either simultaneously or partially. This research is an associative research with quantitative method with a sample of 272 respondents and using purposive sampling technique. Collecting data using a questionnaire. Statistical data analysis using multiple linear regression analysis, hypothesis testing using F test and T test. The results of this study indicate that the calculated F value is 20.238 greater than F table 3.02, which means that simultaneously there is an effect on product quality (X1) and price (X2) on customer satisfaction of Indosat card users. Partially, it can be seen that all independent variables have an effect on customer satisfaction, namely the product quality variable (X1) of 2.144 which is greater than the T table of 1.968 and the price (X2) of 5.328 which is greater than the T table value of 1.968.

**Keywords:** Product quality, price, and customer satisfaction

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dewasa saat ini telah berdampak pada persaingan dalam dunia usaha baik di bidang industri perdagangan maupun jasa yang semakin ketat. Untuk mencapai tujuannya perusahaan memerlukan berbagai strategi agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Dengan perkembangan teknologi informasi di Indonesia meningkat pesat dari tahun ke tahun.

Era telepon selular, khususnya Global System for Mobile Communications (GSM), memang baru marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Kinerja sebuah ponsel sangat tergantung pada kecepatan mengatasi masalah pelayanan purna jual yang sangat diharapkan oleh pelanggan. Seiring perkembangan pesat industri ini, minat investor pun semakin besar.

Munculnya beberapa operator selular menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada industri telekomunikasi selular ini, sehingga dari sisi penawaran, produk telekomunikasi selular semakin bertambah dan beraneka ragam. Oleh karena itu, pengguna ponsel mempunyai banyak pilihan dan mereka semakin selektif dalam memilih dan memutuskan pada operator selular mana dan pada produk apa yang akan mereka gunakan.

Saat ini, pengguna handphone sudah semakin marak pada masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa handphone bukan lagi sebuah barang mewah bagi sebagian besar masyarakat. Masyarakat biasa menggunakan handphone sebagai alat komunikasi. Fenomena ini menimbulkan kompetisi bisnis telekomunikasi operator selular di Indonesia, yang tampak semakin intens sebagai akibat dari ekspansi yang dilaksanakan oleh pemain operator telepon selular seperti Telkomsel, Indosat dan XL.

**Tabel 1. Perbandingan Jumlah Pelanggan Pengguna Tiga Operator Selular di Desa Kaneyan**

Operator Selular	2019	2020	2021
Telkomsel	240	321	466
Indosat Ooredoo	291	363	450
XL Axiata	62	27	11

*Sumber: Data primer dari hasil wawancara penjual pulsa, 2021*

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan dari pengguna operator selular diatas data saat pelanggan dari pengguna tiga operator selular saat membeli pulsa di ditempat pribadi/individu atau tidak memiliki gerai. Data diatas terlihat bahwa Telkomsel untuk 2021 mendapat 466 pelanggan, Telkomsel sendiri mengalami peningkatan dari tahun 2019. Indosat untuk tahun 2021 mendapat 450 pelanggan, Indosat sendiri mengalami peningkatan dari tahun 2019. Sedangkan, untuk XL untuk tahun 2021 mendapat 11 pelanggan, XL sendiri mengalami penurunan dari tahun 2019.

Kartu Prabayar IM3 merupakan salah satu produk dari Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk) yang bergerak melayani pelanggan di bidang jasa telekomunikasi, produk ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia, mempunyai pelanggan yang banyak dan cukup diperhitungkan oleh para pesaingnya. Kita ketahui bersama persaingan diantara produk sejenis akhir-akhir ini sangat ketat, baik dalam kualitas jaringan maupun kebijakan harga yang ada, hal ini menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian pelanggan, agar pelanggan merasa puas dengan produk yang di tawarkan.

Dan salah satunya di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran terbanyak hanya ada penjual pulsa yang berjualan, secara individu (tidak memiliki counter/gerai) seperti di perkotaan pada umumnya para pelanggan (pembeli pulsa) atau pengguna kartu Indosat, kebanyakan membeli pulsa biasa kemudian mengkonversikan atau mengubah menjadi paket data atau bisa saja langsung membeli paket data.

Penelitian ini sengaja dilakukan dengan mengambil sampel pada pelanggan yang menggunakan kartu Indosat di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. Setelah peneliti mengamati para pengguna kartu Prabayar IM3 di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran, yang menggunakan kartu Prabayar IM3 yang sering mengeluhkan tentang kualitas produk pada jaringan dan penetapan tarif biaya yang tidak sesuai dengan kualitas jaringan yang tersedia sehingga pelanggan merasa tidak puas.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk Indosat Ooredoo terhadap kepuasan pelanggan di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran

2. Untuk menganalisis pengaruh harga Indosat Ooredoo terhadap kepuasan pelanggan di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran
3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran baik secara parsial maupun simultan?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (Planning), pengorganisasian (organizing) penggerakan (Actuating) dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

### Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2010:95) dalam (Soleh dan Wahyuni, 2018) mengatakan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada pelanggan untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dikonsumsi konsumen sebagai pemenuhan atau keinginan pelanggan.

### Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018, p. 308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang pelanggan tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2001) dalam (Kristanti et al 2020) kepuasan atau tidak puas dari pelanggan ialah suatu pendapat pelanggan yang berasal dari perbandingan pelanggan tidak sesuai apa yang dibelinya diantara yang dirasa dan harapan sebelumnya tidak sesuai kehendaknya.

### Penelitian Terdahulu

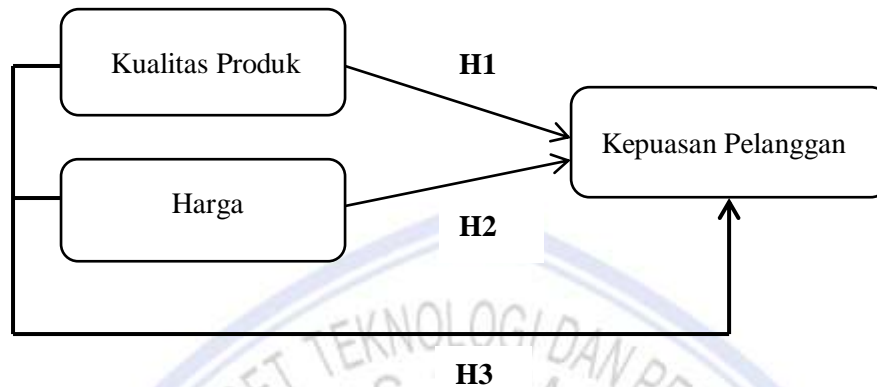
Basbeth et al (2016) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Indosat IM3 (Studi Pada Komunitas IM3 Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Semarang). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan Indosat IM3. Tipe penelitian ini adalah explanatory research. Hasil penelitian diketahui bahwa promosi, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.

Setiawati dan Tresnati (2020) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Provider Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa UNISBA, Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Kualitas Produk pada Provider Indosat Ooredoo, untuk mengetahui Harga pada Provider Indosat Ooredoo, untuk mengetahui Kepuasan pelanggan Provider Indosat Ooredoo dan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Provider Indosat Ooredoo. Hasil pengujian ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dan secara simultan variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Provider Indosat Ooredoo.

Norhayati (2018) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Indosat Pada Mahasiswa STIE Muara Teweh, bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di kartu prabayar Indosat. Hasilnya menunjukkan bahwa : kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Indosat prabayar kartu.

Kristanti et al (2020) dalam penelitian ini yang berjudul Pengaruh Produk dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kartu Indosat Di Sakha Phone Gurah, bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada kartu indosat. Hasil penelitian secara simultan berpengaruh positif signifikan antara produk dan loyalitas pelanggan, kedua variabel loyalitas mempunyai pengaruh lebih besar dibandingkan dengan produk.

### Model Penelitian



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Sumber: Konsep dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Berdasarkan model penelitian diatas, hipotesis penelitian dapat dibuat sebagai berikut:

- H1: Diduga kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu “Indosat Ooredoo”
- H2: Diduga harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu “Indosat Ooredoo”
- H3: Diduga kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu “Indosat Ooredoo” secara simultan maupun parsial.

### METODE PENELITIAN

#### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono 2019:65) dalam (Mauldy dan Saefurahman, 2020).

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling yakni, tidak memberikan peluang yang sama dari setiap populasi. Populasi pada penelitian ini sejumlah 450 orang yang disebarakan melalui via chat whatsapp dan mendapat 272 sampel.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana

Y	=	Kepuasan Pelanggan
$\alpha$	=	Konstanta
$\beta$	=	Koefisien Regresi X1 dan X2
X1	=	Kualitas Produk
X2	=	Harga
e	=	Error

## Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah melalui program SPSS versi 26. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut ini hasil uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian yang menggunakan software SPSS versi 26.0:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

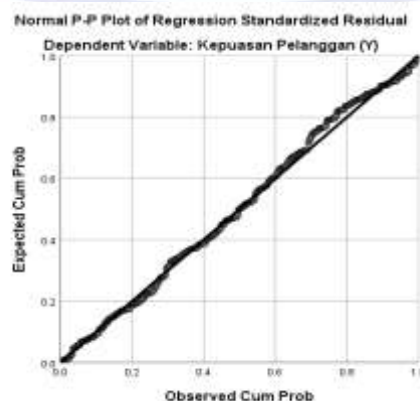
Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	sig	Status	Cronbrach Alpha	Status
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,496	0,118	0.000	Valid	0,156	Reliabel
	X1.2	0,451		0.000	Valid		Reliabel
	X1.3	0,498		0.000	Valid		Reliabel
	X1.4	0,429		0.000	Valid		Reliabel
	X1.5	0,516		0.000	Valid		Reliabel
Harga (X2)	X2.1	0,518	0,118	0.000	Valid	0,311	Reliabel
	X2.2	0,526		0.000	Valid		Reliabel
	X2.3	0,514		0.000	Valid		Reliabel
	X2.4	0,461		0.000	Valid		Reliabel
	X2.5	0,564		0.000	Valid		Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,456	0,118	0.000	Valid	0,327	Reliabel
	Y1.2	0,380		0.000	Valid		Reliabel
	Y1.3	0,413		0.000	Valid		Reliabel
	Y1.4	0,421		0.000	Valid		Reliabel
	Y1.5	0,451		0.000	Valid		Reliabel
	Y1.6	0,533		0.000	Valid		Reliabel
	Y1.7	0,463		0.000	Valid		Reliabel

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa diperoleh hasil semua item instrumen adalah valid karena memiliki nilai probabilita (sig) kurang dari 0,05, dengan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan semua item instrumen memiliki nilai Alpha Cronbach di atas 0,6. Ini berarti semua item adalah reliabel. Dengan demikian keseluruhan pertanyaan (kuisisioner) dapat digunakan untuk penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



**Gambar 2. Uji Normalitas**

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diuji untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi (Ghozali 2013:105). Hasil pengujian ditunjukkan Tabel 3 berikut ini:

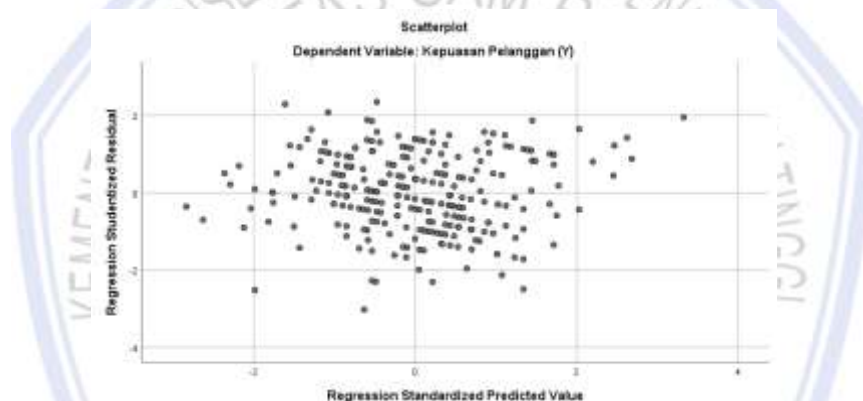
**Tabel 3. Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk (X1)	0,946	1,057
Harga (X2)	0,946	1,057

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 di atas maka disimpulkan bahwa pada output coefficient model, dikatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas jika Tolerance < 1.

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Dari gambar 3 dapat disimpulkan bahwa grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heteroskedastisitas terlihat tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Regresi Linear Berganda	
	B	
(Constant)		13.532
Kualitas Produk (X1)		.163
Harga (X2)		.400

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Persamaan regresi  $Y = 13.532 + 0.163X_1 + 0.400X_2 + e$  menggambarkan bahwa variabel bebas (independen) Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terkait (dependen) Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar nilai koefisien (b) dari nilai variabel independen tersebut.

Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 13.532 memberikan pengertian bahwa jika Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Pelanggan sebesar 13.532 satuan.

Jika nilai  $b_1$  yang merupakan koefisien regresi dari Kualitas Produk sebesar 0.163 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen mempunyai arti bahwa jika variabel Kualitas Produk bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.163 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Jika nilai  $b_2$  yang merupakan koefisien regresi dari Harga sebesar 0.400 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen mempunyai arti bahwa jika variabel Harga bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.400 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

### Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 5. Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.362 <sup>a</sup>	.131	.124	3.884

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 26.0 seperti yang ada pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0.362 artinya mempunyai hubungan yang kuat. Nilai R square adalah 0.131 atau 13,1% artinya pengaruh seluruh variabel bebas adalah sebesar 13,1% dan sisanya sebesar 89,6% dipengaruhi variabel lain.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

**Tabel 6. Uji F**

Model	Uji F	
Constant	F	Sig.
Kualitas Produk (X1)		
Harga (X2)	20.238	.000 <sup>b</sup>

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Tabel 6 di atas menunjukkan nilai F sebesar 20,238 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### Uji t (Parsial)

Dari hasil uji t pada tabel berikut dapat dilihat Kualitas Produk memiliki tingkat signifikansi p-value = 0,033 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga memiliki tingkat signifikansi p-value = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Tabel 7. Uji t**

Model	Uji t	
Constant	T	Sig.
Kualitas Produk (X1)	2,144	.033
Harga (X2)	5,328	.000 <sup>b</sup>

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

## **Pembahasan**

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

Dari hasil pengujian yang didapatkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo didesa Kaneyan Kecamatan Tareran. Karena, pengguna kartu Indosat Ooredoo Kualitas Produk yang baik. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Basbeth, Hidayat dan Listyorini (2016), yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indosat Ooredoo Pada Komunitas IM3 Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Semarang.

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil pengujian yang didapatkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo didesa Kaneyan Kecamatan Tareran. Karena, Harga dapat terjangkau. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawati dan Tresnati (2020), yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indosat Ooredoo pada Mahasiswa Unisba.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil pengujian yang didapatkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo didesa Kaneyan Kecamatan Tareran. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Norhayati (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo.

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

Dari hasil pengujian yang didapatkan bahwa Produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo didesa Kaneyan Kecamatan Tareran. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kristanti et al (2020) yang menyatakan bahwa Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada kartu Indosat Ooredoo.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

1. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran.
2. Secara parsial Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran.
3. Secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran.

### **Saran**

1. Disarankan agar kartu Indosat Ooredoo dapat terus meningkatkan Kualitas Produk terutama pada sinyal IM3 untuk mempertahankan Kepuasan Pelanggan, dengan begitu pelanggan pembelian ulang pada merek yang sama dan inilah yang menimbulkan Kepuasan Pelanggan.
2. Disarankan agar kartu Indosat Ooredoo mempertimbangkan Harga yang terjangkau untuk pelanggan agar tetap melakukan pembelian ulang dan nantinya mendorong adanya Kepuasan Pelanggan.
3. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabelvariabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel dan jumlah indikator yang dianggap penting pada setiap variabel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.



## DAFTAR PUSTAKA

- Basbeth, S., Hidayat, W., dan Listyorini, S. (2016). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Indosat IM3 (Studi pada Komunitas IM3 Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/10423>. Diakses pada tanggal 2 november 2021.
- Setiawati, A, dan Tresnati, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Provider Indosat Ooredoo. Vol. 6, No. 1, ISSN: 2460-6545. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/20656>. Diakses pada tanggal 6 juli 2021.
- Soleh, M., dan Wahyuni, D.U. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. e-ISSN: 2461-0593. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2011>. Diakses pada tanggal 21 oktober 2021.
- Noorhayati. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Indosat. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muara Teweh*. <https://docplayer.info/161155456-Pengaruh-kualitas-produk-dan-hargaterhadap-kepuasan-pelanggan-kartu-prabayar-indosat.html>. Diakses pada tanggal 11 September 2021.
- Kristanti, D., Meydiansyah, S.D., dan Fahira, V.B. (2020). Pengaruh Produk dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kartu Indosat Di Sakha Phone Gurah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, Vol. 03 No. 02, ISSN (Online) 2581-2157. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/916/0>. Diakses pada tanggal 19 oktober 2021
- Martowinangun, K. dan Purwaningsih, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk IM3 Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada PT. Technomas Internusa Cabang XXX. Politeknik Piksi Ganesha, Bandung.
- Dr. Susila, N.L. dan Himawan, K.A. (2019). Peningkatan Keputusan Membeli Kartu Prabayar Indosat di Kecamatan Mojogedang Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi STIE-AUB Surakarta*. ISSN: 2337-5965.
- Safrida dan Musmulyadi. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kartu Perdana Pascabayar Halo Pada PT. Telkomsel Grapari Makasar. *Journal of Economic, Business and Accounting*. e-ISSN : 2597-5234.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mauldy, I. dan Saefurahman, A. (2020). Pengaruh Reitailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall. Diakses pada tanggal 20 oktober 2021.
- Yulianti, F., Lamsah., dan Peryadi. (2019). Manajemen Pemasaran. Banjarmasin : Penerbit Deepublish (Grup Penerbit CV Budi Utama).
- Hidayat, A. (2012). Populasi Adalah Seluruh Subjek Penelitian dan Sampel Adalah Sebagian. *Statistikian.com*. Diakses pada tanggal 29 September 2021.