

**KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN, PENGARUHNYA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TRI DI
KELURAHAN WAWALINTOUAN TONDANO BARAT**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION OF TRI PREPAID CARDS IN WAWALINTOUAN VILLAGE WEST TONDANO***

Oleh:

**Fanly W. Manus¹
Bode Lumanauw²**

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail : ¹manusfanly@yahoo.com
²bode.lumanauw@yahoo.co.id

Abstrak: Persaingan dalam bisnis operator seluler saat ini kian meningkat seiring berkembangnya teknologi komunikasi. Hal ini menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk serta layanannya dan lebih cermat dalam menentukan harga agar perusahaan dapat bersaing dengan kompetitornya. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga serta kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif dengan teknik analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, harga serta kualitas layanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri. Manajemen PT. Hutchison 3, sebaiknya tidak cepat puas dengan pencapaian yang diperoleh, melainkan terus berinovasi agar mampu meningkatkan kualitas produk, dan layanannya sehingga perusahaan dapat tetap bertahan mengingat persaingan dalam bidang telekomunikasi semakin ketat, juga dikarenakan semakin meningkatnya selera konsumen sebagai dampak dari perkembangan zaman yang semakin modern.

Kata kunci : *kualitas produk, harga, kualitas layanan, kepuasan pelanggan*

Abstract: *Business competition of mobile operators now is increasing with the development of communication technology. This requires companies to continually innovate to improve the product and service quality and be more careful in determining the price so that the company can compete with competitors. This study aims to determine the effect of product quality, price and service quality to customer satisfaction of Tri prepaid cards in the Wawalintouan Village Tondano West. This study is an associative type of study with multiple regression analysis technique, and a sample size of 100 respondents. These results indicate that the product quality, price and service quality simultaneously and partially effect customer satisfaction of Tri prepaid card significantly. The management of PT. Hutchison 3 should not be easily satisfied with the achievements, but continue to innovate in order to improve the product quality, and services so that the companies can survive given the competition in the telecommunications sector has become more intense, also due to the increasing consumer tastes as a result of more developments in the modern era.*

Keywords : *product quality, price, service quality, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berkembangnya industri telekomunikasi di Indonesia dewasa ini, memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Kalau di zaman dulu, orang-orang harus menempuh jarak yang jauh dan waktu yang cukup lama untuk mengirim pesan, sekarang di era teknologi komunikasi yang modern, tidak dibutuhkan waktu yang lama untuk dapat menyampaikan pesan kepada orang lain. Hanya dengan hitungan menit bahkan detik, pesan yang ingin disampaikan dapat diterima. Handphone adalah salah satu alat komunikasi yang dapat digunakan untuk mengirim pesan, baik berupa lisan maupun tulisan dengan waktu yang sangat singkat. Peluang inilah yang dilihat oleh para penyedia operator seluler untuk mengembangkan usahanya. Saat ini sudah beberapa operator seluler yang didirikan di Indonesia. Dengan demikian persainganpun sudah semakin ketat. Produsen harus berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produknya, serta lebih jeli dalam penetapan harga agar supaya mampu bersaing.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan PT Hutchison 3 Indonesia dalam menghadapi persaingan yang ada, yaitu dengan memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi konsumen seperti kartu perdana prabayar aktif selamanya, atau tidak dapat hangus. Ini merupakan salah satu fasilitas yang tidak bisa didapati pada operator seluler lainnya. Tri juga menawarkan beragam penawaran yang fleksibel sesuai kebutuhan dan gaya hidup pelanggan guna menghadirkan pengalaman berinternet yang berbeda dan kelas dunia bagi masyarakat Indonesia. Selain itu, Tri dirancang dan dibangun secara berbeda serta dilengkapi dengan teknologi 2G, EDGE, dan yang membentang di Sumatera, Jawa, Bali, Lombok, Kalimantan, dan Sulawesi.

Teknik penetapan harga dari kartu prabayar Tri juga tergolong berbeda dengan kartu prabayar lainnya, dimana dengan menggunakan kartu perdana Tri *Always On (AON)* pengguna dapat bebas mengakses aplikasi dan 11 situs populer tanpa biaya kuota/ pulsa, serta bonus 50MB paket data tiap bulan. Ada juga berbagai harga-harga promo yang diberikan Tri dengan tarif yang sangat murah untuk menelpon ke sesama Tri maupun ke operator seluler lain, serta berbagai penawaran bonus SMS yang dapat dinikmati pelanggan Tri. Hurriyati (2005:152) menyatakan bahwa harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

Kualitas layanan adalah salah satu faktor yang tak kalah pentingnya dalam menciptakan nilai kepuasan pelanggan, karena dengan adanya kualitas layanan yang baik, pelanggan akan merasa nyaman dan akan cenderung untuk tetap menggunakan produk yang di tawarkan. Tjiptono (2005:112) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk dipertahankan perusahaan dengan cara memperbaiki serta menjaga kualitas produk dan kualitas layanan yang ada, serta lebih jeli dalam hal penetapan harga, agar supaya konsumen yang menggunakan kartu prabayar Tri dapat merasa puas dengan produk yang digunakan serta ada kemungkinan untuk konsumen menjadi loyal dengan produk dari Tri sendiri.

Salah satu bukti dari PT Hutchison 3 serius dalam hal meningkatkan kepuasan pelanggan, adalah dengan menawarkan berbagai kelebihan produk mereka yang tidak bisa didapatkan pada operator seluler lainnya, misalnya untuk akses 11 situs populer tanpa pulsa atau kuota, kartu Tri tidak dapat hangus, serta Tri juga memberikan tarif-tarif yang murah untuk telepon, SMS dan internet. Namun demikian, yang terjadi dilapangan, tidak seutuhnya seperti yang dijanjikan perusahaan, adabeberapa hal yang ditemui misalnya dalam hal masa aktif kartu, beberapa konsumen mengeluhkan tidak bisa menelpon walaupun masih memiliki pulsa, dengan kendala masa aktif kartu yang sudah habis, ada juga yang mengeluhkan tentang jaringan Tri yang lemah, dan bahkan di beberapa tempat tertentu, tidak ada jaringan sama sekali. Tetapi berbagai kendala di atas tidak menjadi penghalang bagi para pengguna kartu Tri untuk menggunakan produk Tri, karena buktinya sampai saat ini masih banyak juga yang tetap menggunakan kartu prabayar Tri sebagai operator selulernya dengan alasan, Tri memberikan paket-paket yang murah, baik SMS, telepon maupun Internet dan ini menjadi kekuatan dari Kartu Tri dalam menjaga eksistensinya.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan.
2. Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan.
3. Harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan.
4. Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan produk, baik barang atau jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran (Kasmir 2011:171). Swastha dan Irawan (2002:5) mendefinisikan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan kegiatan-kegiatan bisnis yang di tunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang terjadi dimana ada pertukaran manfaat didalamnya yaitu konsumen yang membayar dengan sejumlah uang, untuk mendapatkan manfaat yang diberikan dari perusahaan yaitu berupa produk barang atau jasa.

Manajemen Pemasaran

Kotler & Amstrong (2002:13) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk mencapai obyektif organisasi. Asnawi & Masyhuri (2011:1) menyatakan, manajemen pemasaran merupakan suatu pedoman kegiatan dan perhatian pimpinan perusahaan yang harus dilakukan sebagai bahan informasi untuk pengambilan keputusan-keputusan perusahaan dalam bidang manajemen pemasaran. Dapat disimpulkan manajemen pemasaran adalah suatu proses yang didalamnya ada perencanaan, implementasi, pengendalian program dengan tujuan untuk mencapai target pemasaran.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Amstrong 2006:273). Kualitas/mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki, serta atribut bernilai yang lain (Kotler & Amstrong, 2002:279). Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan manfaat atau yang didalamnya berkaitan dengan keawetan produk, keandalan produk serta produk yang mudah digunakan atau diperbaiki, dengan tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pengguna produk tersebut.

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat yang didapat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar 2002:133). Hurriyati (2005:152) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya. Dapat disimpulkan harga merupakan nilai mata uang yang diberikan terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi harga itu sendiri.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2005:112). Suatu telaah yang membandingkan kinerja bisnis dan dinilai tinggi dan rendah dalam mutu pelayanan oleh pelanggan,

mengungkapkan bahwa bisnis dengan pelayanan yang bermutu tinggi, berhasil menetapkan harga lebih tinggi, bertumbuh lebih cepat, dan menghasilkan laba lebih besar (Kotler & Amstrong 2006:297). Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan nilai tambah dari suatu produk dalam hal memberikan manfaat kepada konsumen, dimana ketika suatu produk barang atau jasa dilengkapi dengan layanan yang baik, maka akan menimbulkan perasaan nyaman dari konsumen yang akan menimbulkan kecenderungan terhadap konsumen untuk menggunakan produk kembali.

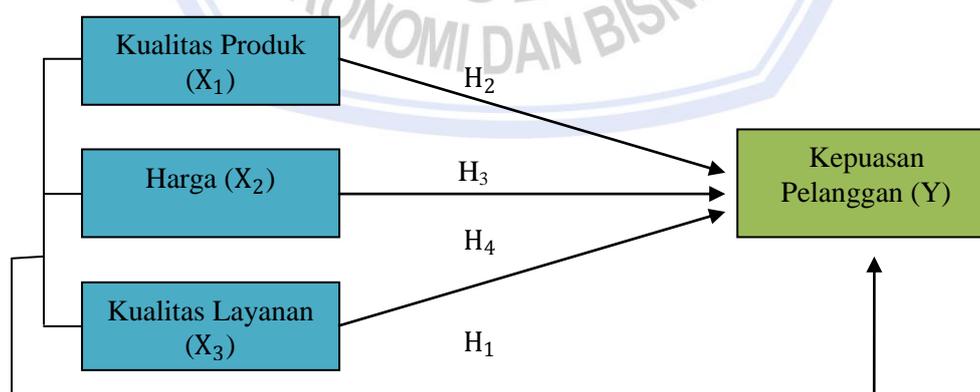
Kepuasan Pelanggan

Secara umum, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler & Keller, 2009:177). Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dan meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell 1992 dalam Sunyoto, 2014:193). Dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah respon seseorang terhadap produk yang digunakan dengan membandingkan harapan konsumen terhadap kualitas atau kinerja produk dengan hasil yang mereka rasakan ketika produk tersebut digunakan.

Penelitian Terdahulu

Saidani dan Arifin (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada Ranch Market. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara empiris kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ranch Market. Saleleng (2014) melakukan penelitian tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Hasil penelitaian menunjukan variable kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu. Rondonuwu (2013) melakukan penelitian tentang kualitas produk, harga, dan kualitas kayanan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil Nissan March pada PT Wahana Wirawan Manado. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil Nissan March pada PT Wahana Wirawan Manado. Istiqomah (2012) melakukan penelitian tentang analisis pengaruh pelayanan, kualitas jasa dan harga terhadap kepuasan pelanggan Runggu Jaya Laundry Tembalang Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan, kualitas jasa, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Runggu Jaya Laundry Semarang.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Kajian Teori 2015

Hipotesis Penelitian

- H₁: Kualitas produk, harga dan kualitas layanan, secara bersama (simultan) diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu Prabayar Tri.
- H₂: Kualitas produk diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu Prabayar Tri.
- H₃: Harga diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu Prabayar Tri.
- H₄: Kualitas Layanan diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu Prabayar Tri.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk melihat hubungan antar variable dalam penelitian. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variable atau lebih (Sugiyono 2005:11).

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Kelurahan Wawalintouan Kecamatan Tondano Barat. Waktu penelitian memakan waktu kurang lebih dua bulan yaitu dari bulan Maret sampai bulan Mei 2015. Baik dari proses melengkapi data, survey lapangan hingga melakukan proses pengisian kusioner.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan yang tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti berinisiatif mengambil data penduduk yang berumur 15 tahun ke atas di Kelurahan Wawalintouan, dan yang akan dijadikan populasi yaitu sebanyak 2.502 orang yang dianggap sudah layak menggunakan alat komunikasi *handphone*. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebanyak 100 orang responden.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2007:455).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui metode Cronbach Alpha. Reliabilitas adalah berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau pembeli sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2007:456).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi linear berganda. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen (Santosa, 2005:238).

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk mendekati gejala heterokedastisitas, ada tidaknya pola yang terjadi pada nilai residu pada model, metode yang dapat digunakan seperti metode rank spearman (Suliyanto, 2005:64).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut terdistribusi secara normal (Santosa, 2005:231).

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan oleh peneliti bila peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2012:277). Persamaan regresi untuk dua prediktor yaitu: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Dimana :

Y	= KepuasanPelanggan
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien Regresi
X_1	= Kualitas Produk
X_2	= Harga
X_3	= KualitasLayanan
e	= Standarerror

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel-variabel independen kualitas produk, harga, dan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis digunakan uji distribusi F dengan cara membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari regresi dapat menerangkan variabel terkait secara serentak dan sebaliknya.

Hipotesis yang diuji dengan statistik uji F sebagai berikut:

$H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$ kualitas produk, harga, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 $H_0: b_1, b_2, b_3 \neq 0$ kualitas produk, harga, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel} (n-k-1)$ maka H_0 diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel} (n-k-1)$ maka H_0 ditolak. Apabila H_0 ditolak berarti secara bersama-sama X_1X_2 berpengaruh terhadap Y.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas layanan (X_3) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan (Y). Hipotesis yang dipakai yaitu :

a. $H_0 : b_i = 0$

Artinya : variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. $H_1 : b_i > 0$

Artinya : variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Uji Validitas****Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrument**

Variabel	Item	R	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	X _{1.1}	0,786	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,766	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,834	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,661	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,732	0,000	Valid
Harga (X ₂)	X _{2.1}	0,913	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,865	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,846	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,796	0,000	Valid
Kualitas Layanan (X ₃)	X _{3.1}	0,888	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,673	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,809	0,000	Valid
	X _{3.4}	0,718	0,000	Valid
	X _{3.5}	0,784	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y ₁	0,598	0,000	Valid
	Y ₂	0,886	0,000	Valid
	Y ₃	0,879	0,000	Valid
	Y ₄	0,598	0,000	Valid
	Y ₅	0,886	0,000	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 1 menunjukkan bahwa indikator-indikator yang mengukur variabel-variabel X₁, X₂, X₃, Y dalam penelitian ini adalah valid. Bila Probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka itu dinyatakan valid dan bila sebaliknya dikatakan tidak valid. Hasil olah data menunjukkan semua variabel memiliki hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,811	Reliabel
Harga (X ₂)	0,873	Reliabel
Kualitas Layanan (X ₃)	0,828	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,837	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 2 menunjukkan hasil uji reliabilitas dimana pada masing-masing variabel kualitas produk (X₁), harga (X₂), kualitas layanan (X₃), serta kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan reliabel, karena jika koefisien alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik Regresi

1. Uji Multikolinieritas

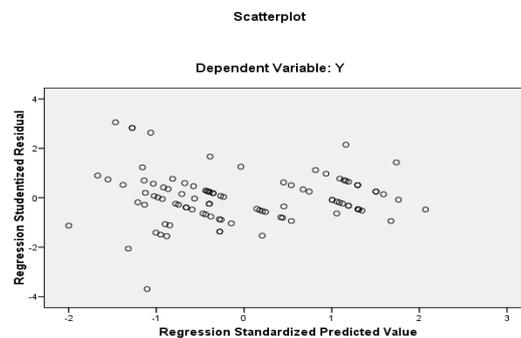
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	1,596	Non multikolinieritas
Harga (X_2)	1,603	Non multikolinieritas
Kualitas Layanan (X_3)	1,142	Non multikolinieritas

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 3 menunjukkan bahwa dapat diketahui nilai VIF untuk kualitas produk (X_1) sebesar 1,596, nilai VIF untuk harga (X_2) sebesar 1,603, dan nilai VIF untuk kualitas layanan (X_3) sebesar 1,142. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian menggunakan model regresi linear berganda ini terbebas dari multikolinieritas.

2. Uji Heterokedastisitas



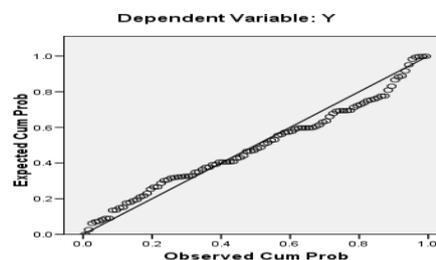
Gambar 2. Grafik Uji Heterokedastisitas

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Gambar 2 merupakan grafik untuk uji heterokedastisitas menampilkan titik-titik yang menyebar secara acak, serta tidak ada pola yang jelas terbentuk dan dalam penyebaran titik-titik tersebut berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan pelanggan (Y).

3. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3. Grafik Uji Normalitas

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik *Normal P-P of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Regresi Linier Berganda**Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel	B	Beta	T	Sig t	Keterangan
Konstanta	0,824		3,580	0,001	
Kualitas Produk (X_1)	0,225	0,240	3,012	0,003	Signifikan
Harga (X_2)	0,538	0,535	6,713	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan (X_3)	0,137	0,177	2,619	0,010	Signifikan

t_{tabel}	= 1,661
R	= 0,785
R Square	= 0,616
Adjust R Square	= 0,604
F_{Hitung}	= 51,422
Sig F	= 0,000
f_{tabel}	= 3,091

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Dari hasil pengujian pada Table 4 dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,824 + 0,225 X_1 + 0,538 X_2 + 0,137 X_3$$

Dimana :

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas Layanan

Y = Kepuasan Pelanggan

Nilai *Adjusted R Square* pada tabel 4 menunjukkan nilai sebesar 0,604 atau 60,4%. Artinya bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 60,4% oleh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Layanan (X_3), sisanya 39,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar 3 variabel bebas yang diteliti.

Uji F

Tabel 4 menunjukkan bahwa :

Nilai F hitung menunjukan nilai sebesar 51,442 (signifikansi $F = 0,000$). Jadi $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($51,422 > 3,091$) atau $\text{Sig } F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Artinya bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Layanan (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji t

Nilai t hitung pada tabel 4 menunjukkan bahwa :

- 1) Variabel Kualitas Produk (X_1) nilai t_{hitung} sebesar 3,012 dengan probabilitas sebesar 0,003. Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,012 > 1,661$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,003 < 0,05$) maka variabel Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
- 2) Variabel Harga (X_2) nilai t_{hitung} sebesar 6,713 dengan probabilitas sebesar 0,000. Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($6,713 > 1,661$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$) maka variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
- 3) Variabel Kualitas Layanan (X_3) nilai t_{hitung} sebesar 2,619 dengan probabilitas sebesar 0,010. Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,619 > 1,661$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,010 < 0,05$) maka variabel Kualitas Layanan (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Pembahasan

Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan

Melalui hasil pengujian secara umum, dapat dilihat bahwa ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Kecamatan Tondano Barat, dimana variabel harga yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kedua variabel bebas lainnya. Dengan demikian hal ini menunjukkan keterkaitan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila terjadi kenaikan tingkat kualitas produk, harga serta kualitas layanan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat, dan hal ini dapat menopang tingkat kepercayaan konsumen Tri agar tetap menjadikan Tri sebagai operator selulernya. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Rondonuwu (2014) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen tetapi variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil nissan march pada PT. Wahana Wirawan Manado.

Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan

Melalui hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya konsumen atau pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan menganggap kualitas produk sebagai salah satu pertimbangan utama untuk menggunakan kartu prabayar Tri sebagai operator seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleleng (2014) yang menyimpulkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel.

Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan

Melalui hasil pengujian ini ditunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan. Artinya konsumen atau pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan menganggap harga sebagai salah satu pertimbangan utama untuk menggunakan kartu prabayar Tri sebagai operator seluler. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rondonuwu (2014) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil Nissan March pada PT. Wahana Wirawan Manado. Hal ini dikarenakan berbedanya objek penelitian.

Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan

Melalui hasil pengujian ini ditunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan. Artinya variabel kualitas layanan menjadi salah satu hal penting yang dinilai konsumen ketika menggunakan kartu prabayar Tri. Apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan meningkat, itu akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pengguna kartu prabayar Tri. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Saleleng (2014) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan.
3. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan.
4. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah :

1. Pihak manajemen PT. Hutchison 3 sebaiknya tidak cepat puas dengan pencapaian yang diperoleh, melainkan terus berinovasi agar supaya mampu meningkatkan kualitas produknya sehingga perusahaan dapat tetap bertahan mengingat persaingan dalam bidang telekomunikasi semakin ketat, juga dikarenakan semakin meningkatnya selera konsumen sebagai dampak dari perkembangan zaman yang semakin modern.
2. Dalam penentuan harga, perusahaan hendaknya tetap mempertahankan harga yang terjangkau agar supaya konsumen tidak akan berpindah ke operator seluler lainnya, mengingat harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan tidak puas maka akan ada kecenderungan bagi pelanggan untuk berpindah ke produk yang lain yang mereka rasa harganya jauh lebih terjangkau.
3. Mengingat kualitas layanan mempunyai pengaruh yang penting terhadap kepuasan pelanggan, maka kiranya pihak manajemen PT.Hutchison 3 lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanannya, dan juga bagi *costumer service* agar lebih cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, agar konsumen merasa nyaman dan tetap menggunakan kartu Prabayar Tri.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi dan Mashuri. 2011. *Metodologi Riset Pemasaran*. UIN Maliki Press, Malang.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung.
- Istiqomah, Kurniati. 2012. Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Jasa dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Runggu Jaya Laundry Tembalang- Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 1.No. 2. <http://journal.usm.ac.id/jurnal/dinamika-manajemen/232/detail/>. Diakses tanggal 20 Maret 2015.Hal. 114.
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Edisi Revisi, Cetakan keenam. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1. Terjemahan Alexander Sindoro, Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2006. *Principles of Marketing*. Eleventh Edition. Pearson International Edition, Upper Saadle River, United State of America, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Rondonuwu, Priscilia. D. 2013. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174 Vol.1 No.4. (2013) FEB Universitas Sam Ratulangi. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2755>. Diakses tanggal 20 Maret 2015. Hal. 718-728.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin.2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Martket. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 3, No 1. <http://jrmsi.com/volume/volume-3-no-1>. Diakses tanggal 20 Maret 2015. Hal 01-02.
- Saleleng, Nia C. M. 2014. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel.Jurnal Emba. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174 Vol.2. No.3. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5773>. Diakses tanggal 20 Maret 2015 Hal. 1057-1067.
- Santosa, Budi. 2005. *Analisis Statistik Dengan Michrosoft Excel Dan SPSS*. Andi,Yogyakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto, 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga. CAPS, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*.Edisi 1. Bayu Media Publising, Malang.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.