



ANALISIS PENGARUH HARGA PAKET DAN KUALITAS JARINGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA KARTU XL 4G TAHUN 2023

Yunita Ayuastuti
Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 20 Agustus 2023
Perbaikan 1 Sept 2023
Disetujui 3 Sept 2023

Kata kunci:

Harga, Kualitas jaringan,
Kepuasan pelanggan

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga paket dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G, penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif karena menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. peneliti disini melakukan penelitian di wilayah kampus Universitas Islam Negeri Mataram khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah yang menggunakan kartu XL 4G yang berjumlah 355 orang dari beberapa angkatan yaitu angkatan 2019 sampai 2022. Sedangkan sampel dari penelitian ini berjumlah 78 sampel. Dimana teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling insidental. Sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel harga paket (X1) dan kualitas jaringan (X2) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F dimana nilai Fhitung > Ftabel ($19,550 > 3,118$) dan Sig F < 5% ($0,000 < 0,05$).

© 2023 BEGIBUNG

*Surat elektronik penulis: ayuastutiunita@gmail.com

PENDAHULUAN

Bagian Teknologi informasi merupakan bagian dari perkembangan era informasi dan teknologi yang telah memudahkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan bisnis di dunia dewasa ini. Salah satu bentuk kehadiran teknologi komunikasi dan informasi di dunia dewasa ini adalah alat komunikasi portable berupa telepon genggam atau telepon seluler (handphone).

Telepon genggam seolah-olah telah menjadi kebutuhan wajib yang harus dimiliki oleh setiap orang. Ia membawa berbagai kandungan informasi, pesan-pesan yang dalam kecepatan tinggi dapat menyebar ke seluruh pelosok dunia.

Dengan sinyal internet yang disediakan beberapa penyedia layanan informasi (*provider*)

semakin terus berkembang dalam hal kecepatan dan jaringannya, membuat pemegang telepon genggam dapat dengan mudah membukanya kapan pun dan di manapun. Saat ini di Indonesia terdapat provider kartu seluler yang sering digunakan, di antaranya adalah Telkomsel, Indosat Ooredoo, dan XL Axiata. Maraknya provider dalam dunia telekomunikasi menimbulkan persaingan yang tinggi di antara perusahaan provider-provider tersebut. Adapun faktor-faktor pendorong kepuasan diantaranya adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional serta biaya dan kemudahan.

Dalam penelitian ini dipilih indikator harga paket dan kualitas jaringan sebagai fokus penelitian, karena kedua indikator tersebut dinilai lebih dominan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Lusiana Eka Wibisono yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4G XL di Yogyakarta”¹. Dapat dijelaskan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4G XL. Demikian juga secara simultan variabel Kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna 4G XL di Yogyakarta. Sehingga peneliti merasa tertarik melakukan penelitian yang sama namun di lokasi yang berbeda, dimana peneliti melakukan penelitian ini di Kampus UIN Mataram.

Dalam penelitian awal peneliti meneliti 20 mahasiswa Ekonomi UIN Mataram yang menggunakan kartu XL 4G, Telkomsel, dan Smartfriend dengan presentase sebagai berikut.

Tabel 1.2
Pengguna Kartu Internet Mahasiswa
Ekonomi UIN Mataram

No	Nama kartu	Jumlah orang	Presentase
1	XL 4G	14	70 %
2	Telkomsel	4	20 %
3	Smartfriend	2	10 %
Jumlah		20	100 %

Dari tabel observasi awal diatas menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Mataram dominan menggunakan kartu XL 4G dengan presentase 70 %.

Untuk itu penulis melakukan penelitian untuk mengetahui apakah harga paket dan kualitas jaringan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Mataram

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survey untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) dengan mengedarkan kuesioner kepada responden.² Peneliti menggunakan jenis penelitian yang bersifat kuantitatif asosiatif yang menguraikan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini, populasi mencakup seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang menggunakan Kartu XL 4G di masing-masing angkatan pada Jurusan Ekonomi Syariah UIN Mataram. Dari sekian mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang penulis tanyakan, ada 355 mahasiswa yang menggunakan kartu XL 4G.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling incidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini sampelnya berjumlah 78 orang yang terdiri dari 43 mahasiswa dan 35 mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN Mataram angkatan 2019.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 2 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen), yaitu sebagai berikut: 1) Variabel bebas (X) terdiri dari (X1) harga dan (X2) Kualitas jaringan. 2) Variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

Instrumen dari penelitian ini yaitu: instrumen untuk mengukur variabel independen yaitu harga (X1), kualitas jaringan (X2), dan instrumen untuk mengukur variabel dependen yaitu keputusan pelanggan (Y).

prosedur penelitian ini, ada beberapa tahapan-tahapan yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah/mencari permasalahan. Pada tahap ini, peneliti harus terlebih dahulu mencari apa masalah yang hendak diteliti.
2. Mengadakan studi pendahuluan. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan informasi-informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, sehingga dapat diketahui keadaan atau kedudukan masalah tersebut baik secara teoritis maupun praktis.
3. Merumuskan masalah. Pada tahap ini, peneliti menemukan jawaban dari suatu masalah dan kemudian peneliti membuat rumusan masalah berdasarkan masalah-masalah yang akan diteliti.
4. Menyusun kajian teori. Pada tahap ini mencakup segala informasi tertulis dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel atau masalah yang diteliti, digunakan sebagai rujukan dalam menentukan masalah dan kerangka berfikir sekaligus sebagai landasan dalam penelitian.
5. Menyusun kerangka berpikir. Pada tahap ini, peneliti menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian yang berbentuk diagram ataupun yang lainnya.
6. Merumuskan hipotesis. Pada tahap ini, terdapat dugaan sementara yang akan dibuktikan kebenarannya melalui penelitian di lapangan.
7. Menentukan jenis dan pendekatan penelitian. Pada tahap ini, peneliti menjelaskan cara berpikir yang diadopsi tentang bagaimana desain penelitian dibuat dan bagaimana penelitian akan dilakukan, jenis dari penelitian ini yaitu kuantitatif.
8. Pengumpulan data. Pada tahap ini, peneliti mencari data yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini, pengumpulan dan pengolahan data menggunakan angket (kuesioner).
9. Menentukan populasi dan sampel. Pada tahap ini, peneliti memaparkan keseluruhan variabel yang menyangkut masalah yang diteliti dan diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.
10. Menentukan variabel penelitian. Pada tahap ini, suatu sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.
11. Menentukan teknik analisis data. Pada tahap ini, berisi metode dalam memproses data menjadi informasi, saat melakukan penelitian kita perlu menganalisis data agar data tersebut mudah dipahami dengan baik.

12. Tahap kesimpulan. Pada tahap ini, berisi sebuah gagasan yang tercapai pada akhir penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa hasil penyebaran angket ke beberapa mahasiswa/mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis khususnya jurusan ekonomi syariah UIN Mataram untuk melihat apakah ada atau tidaknya pengaruh harga paket dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G. Data tersebut dianalisis dan diuji untuk membuktikan hipotesis yang telah disusun. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha1: Adanya pengaruh harga paket yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G

Ho1: Tidak adanya pengaruh harga paket yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G

Ha2: Adanya pengaruh kualitas jaringan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G

Ho2: Tidak adanya pengaruh kualitas jaringan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G

Ha3: Adanya pengaruh harga paket dan kualitas jaringan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G

Ho3: Tidak adanya pengaruh harga paket dan kualitas jaringan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G

1. Hipotesis pertama

Berdasarkan hasil analisis data uji T dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil bahwa adanya pengaruh harga paket yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G, hal ini dibuktikan dengan nilai T_{hitung} dari variabel harga sebesar

2.235 dan yang berarti nilai tersebut lebih besar dengan nilai T_{tabel} sebesar 1,992.

2. Hipotesis kedua

Berdasarkan hasil analisis data uji T dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil bahwa adanya pengaruh kualitas jaringan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL 4G. hal ini dibuktikan dengan nilai T_{hitung} dari variabel kualitas jaringan sebesar 3,487 dan yang berarti nilai tersebut lebih besar dengan nilai T_{tabel} sebesar 1,992.

3. Hipotesis ketiga

Berdasarkan dari hasil uji F dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil bahwa adanya pengaruh harga paket (X1) dan kualitas jaringan (X2) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pengguna kartu XL 4G secara simultan, hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar (0,000) yang tentunya lebih kecil dari tingkat kesalahan 5% (0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan dari penjelasan yang sudah dipaparkan di atas mengenai pengaruh variabel harga paket dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan produk kartu XL 4G, maka penulis menarik beberapa kesimpulan dengan berlandaskan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

1. Adanya pengaruh variabel harga paket (X1) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,235 > 1,992$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,028. Adanya pengaruh variabel kualitas jaringan (X1) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,487 > 1,992$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001.

2. Adanya pengaruh variabel harga paket (X1) dan kualitas jaringan (X2) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini

dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar (0,000) yang tentunya lebih kecil dari tingkat kesalahan 5% (0,05) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Nana Herdiana, Manajemen Strategi Pemasaran, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2018.
- Arikunto Suharsimi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Cindy Aprillia Bunga, “Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta”, Skripsi (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017).
- Daryanto Ismanto Setyobudi, Konsumen dan Pelayanan Prima, Malang: Gaya Media, 2014.
- Evelina Nela, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel, Diponegoro Journal of Social and Politic, 2012.
- Fathoni Abdurrahmat, Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Ghozali Imam, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Istiyanto S. Bakti, Telepon Genggam dan Perubahan Sosial, Jurnal Komunikasi, 01 2016.
- J Supranto, Statistik : Teori dan Aplikasi Edisi Keenam, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2000.
- Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Kasmir, Manajemen Perbankan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Khoiriyah Nurul Fajar, “Pengaruh Ragam Menu, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Pelanggan Rumah Makan Joglo Manis dan Rumah Makan Mbok Mingkem Ponorogo”, Skripsi (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018).
- Kominfo RI, “Inilah Rincian Jumlah Pelanggan Prabayar Masing-masing Operator,” dalam https://kominfo.go.id/content/detail/13131/inilah-rincian-jumlah-pelanggan-prabayar-masing-masing-operator/0/sorotan_media,
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, Manajemen Pemasaran ed.13 Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Kotler Philip, Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium Jilid Pertama. Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Machali Imam, Metode Penelitian Kuantitatif, Yogyakarta: Prodi MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Pendidikan UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- Mahardika Wahid Muslimin, “Pengaruh Tarif dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Indosat IM3 Oleh Mahasiswa UIN Walisongo Semarang”, Skripsi (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015).
- Martono Nanang, Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Novia Ade Irma, “Pengaruh Harga dan Kualitas Jaringan Terhadap Minat Beli Perdana Internet Tri (3) Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo”, Skripsi (Ponorogo: IAIN, 2019).

- Putra, Algamar. “Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru)”. *Journal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.4 No.1* (Pekanbaru: 2017).
- Putri Melinda Permata, Analisis Kualitas Jaringan Seluler Terhadap Jasa Provider di Kota Samarinda, *Jurnal Politeknik Negeri Balikpapan*, 2017.
- Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV. Alfa Beta, 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sunyoto Danang, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Sunyoto Danang, *Praktik SPSS untuk Kasus*, Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.
- Suryani & Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Management dan Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2015).
- Suwito, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Depok: Kencana, 2017).
- Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing, 2004.
- Tjiptono, Fandy. 1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trihendradi, *Langkah Praktis Menguasai Statistik Untuk Ilmu Sosial Kesehatan Konsep & Penerapannya Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Usman Husaini dan Setiady Akbar R. Purnomo, *Pengantar Statistika*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Wibisono Lusiana Eka, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4G XL di Yogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: UNY, 2019).
- Yamit Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2001.