

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL  
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR**

**SKRIPSI**



**AGUNG KADEK WINDI**

**NIM : 105721130719**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2023**

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL  
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**AGUNG KADEK WINDI**

**NIM 105721130719**

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2023**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Setetes keringat orangtuaku menjadi seribu langkahku untuk maju”**

**Tidak ada satupun perjuangan yang tidak melelahkan. “dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, yaitu yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan : sungguh kita semua ini milik Allah dan sungguh KepadaNya lah kita kembali”. (Q.S. Al Baqarah :155-156)**

**Tidak ada kesulitan yang tidak ada ujungnya. “ karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, “. (Q.S. Yusuf:87).**

### **PERSEMBAHAN**

**Puji syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta’ala atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.  
Alhamdulillah Rabbil’alamin**

**Skripsi ini kupersembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tidak terhingga untuk kedua orang tuaku tercinta yang telah mengantarkan saya sampai ke tahap ini, teristimewa ibu saya yang telah melahirkan, merawat, membimbing, menasehati dengan penuh keikhlasan dan tulus, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya serta selalu mendoakan saya, kedua saudara saya yang selalu mendukung semua prosesku, Orang-orang yang saya sayang dan almamaterku**

### **PESAN DAN KESAN**

**Prosesnya mungkin tidak mudah tapi endingnya bikin tidak berhenti bilang Alhamdulillah.**

**Bermimpilah dalam hidup jangan hidup didalam mimpi**





**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411 )866972 Makassar*



**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Nama Mahasiswa : Agung Kadek Windi

No.Stambuk/ NIM : 105721130719

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

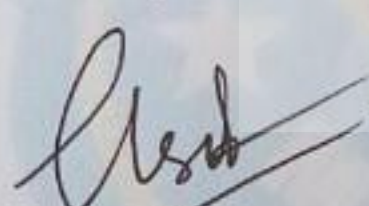
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan di depan panitia Penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 17 Juni 2023 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

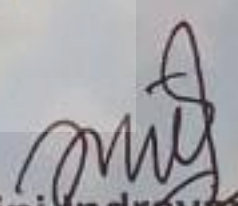
Makassar, 17 Juni 2023

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


  
**Drs. Asdi, M.M**  
NIDN : 0026128103

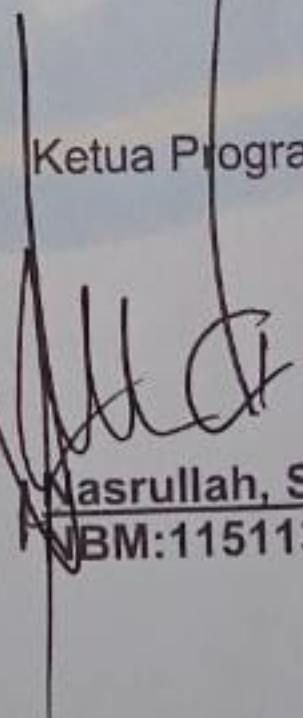
  
**Syarthini Indrayani, S.E., M.Si**  
NIDN : 0901107605

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan

  
**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.**  
NBM:651 507

  
**Nasrullah, SE., MM.**  
NBM:1151132





**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No.295 gedungiqra Lt.7 Tel. (0411 )866972 Makassar*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama: Agung Kadek Windi, Nim: 105721130719 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar 0006/SK-Y/61201/091004/2023 M, Tanggal 28 DzulKaidah 1444 H/17 Juni 2023. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 28 DzulKaidah 1444 H  
17 Juni 2023 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.  
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M  
2. Aulia, S.IP., M.Si.M  
3. Dr. Syarifuddin Sulaiman, M.Si  
4. Faidul Adzim, S.E., M.Si



Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.**  
NBM:651 507





PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar



SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Kadek Windi  
Stambuk : 105721130719  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dengan ini menyatakan bahwa:

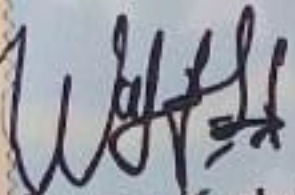
**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 17 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan,

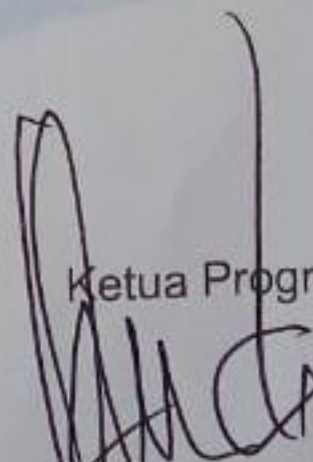


  
**Agung Kadek Windi**  
NIM: 105721130719

Diketahui Oleh:



Dekan  
  
**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.**  
NBM:651-507

  
Ketua Program Studi  
**Nasrullah, SE., MM.**  
NBM:1151132



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Kadek Windi  
NIM : 105721130719  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 17 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan,



**Agung Kadek Windi**  
NIM: 105721130719

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba- Nya. Shalawat dan salam tak lupa saya kirimkan kepada Rasulullah Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan Skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar".

Skripsi yang saya buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa saya sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua saya Bapak Agung Ketut Astaguna dan Ibu Enik yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Semoga apa yang telah kalian berikan kepada saya menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan dalam dunia dan akhirat. Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tinggnya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:



1. Bapak Prof. Dr .H. Ambo Asse, M.Ag, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.



2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Asdi, M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Syarthini Indrayani, S.E., M.Si, selaku Pembimbing II yang telah senantiasa membantu selama dalam penyusunan Skripsi hingga ujian Skripsi.
6. Bapak Muh. Nur R, SE, MM Selaku Penasehat Akademik
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Bapak Hamzah yang tak kenal lelah meluangkan waktu dalam proses pencairan bidikmisi selama kuliah, sehingga saya bisa kuliah sampai selesai tanpa membebankan BPP kepada orang tua.
10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
11. Saudara kandung saya (Agung Andi dan Agung Komang Melani) yang selalu ada di saat senang maupun sedihku dan selalu memberikan doa serta dukungan baik secara moril dan spiritual.



12. Teman – teman Griya 17 (Dirga Rahayu, Rezky Amelia, Ulfa Utami, Mubdhiamalia Warista, Nurul Qalby, Ismail Mangking, Rizky Widiya Wanti, Nurul Khafifah, Nini Astuti, Warda Amalia, dan Nufadillah) Selaku teman terbaik saya, terima kasih telah banyak membantu dan mensupport dari awal perkuliahan sampai proses penulisan skripsi saya, serta bersama-sama menyelesaikan pendidikan
13. Teman terbaik saya (Mariani dan Israwaty Resky) terima kasih telah setia mendengarkan keluh kesah saya
14. Teman-teman Bebas Pemerintahku (Nur Azizah dan Nurul Muwaty) yang selalu menghibur saya saat sedang down dalam mengerjakan skripsi.
15. Teman KKP saya Nurul Muthmainnah Mulyadi yang membantu saya dan memberikan jalan keluar saat kesulitan dalam pengerjaan skripsi.
16. Teman saya (Qadri dan Mail) yang selalu sabar dan membantu selama proses perkuliahan.
17. Terima Kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.
18. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terimakasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat bertahan hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri, kedepannya mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Akhirnya saya sungguh sangat menyadari Skripsi ini masih sangat jauh dari





kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, saya senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya dengan kesempurnaan Skripsi ini. Muda-mudahan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Kahirat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 17 April 2023

Agung Kadek Windi



## ABSTRAK

**AGUNG KADEK WINDI, 2023, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.** Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dibimbing oleh Pembimbing I Drs. Asdi dan Pembimbing II Syarthini Indrayani, S.E., M.Si.

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam memenuhi keinginan pelanggan ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan seperti Kualitas Produk dan Harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) kartu prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan jumlah populasi sebanyak kurang lebih 60 responden dan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan teknik *accidental sampling*.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana dimana metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, kuesioner, serta dokumentasi. Metode analisi yang digunakan adalah Uji Validasi, uji reliabilitas, analisis regresi berganda dan uji t ( Uji Parsial). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) kartu prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan**



## ABSTRACT

AGUNG KADEK WINDI, (2023). *The Influence of Product Quality and Price on Customer Satisfaction of Telkomsel Prepaid Cards for Management Students, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Management Department, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar, supervised by Supervisor I Asdi and Advisor II Syarthini Indrayani.*

Customer satisfaction is a situation where customers' desires, expectations, and needs can be fulfilled. Several things must be considered in fulfilling customer desires, such as product quality and price. This study aims to determine the extent to which Product Quality (X1) and Price (X2) influence Customer Satisfaction (Y) for Telkomsel prepaid cards in Management Department Students, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. The population in this study was students, with a total population of approximately 60 respondents, and the samples taken in this study were 60 people. The sampling technique was carried out by accidental sampling technique.

This type of research uses quantitative methods, where the data collection methods are observation, questionnaires, and documentation. The analytical method used is Validation Test, reliability test, multiple regression analysis, and t-test (Partial Test). The results of this study indicate that the variable Product Quality (X1) and Price (X2) have a significant effect on Customer Satisfaction (Y) for Telkomsel prepaid cards in Management Department Students, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar.

**Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction**



## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Tinjauan Teori .....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Manajemen Pemasaran .....	8
3. Perilaku Konsumen .....	9
4. Pengertian Kualitas Produk .....	11
5. Pengertian Harga .....	13
6. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	15
B. Tinjauan Empiris .....	18
C. Kerangka Pikir.....	27
D. Hipotesis .....	28
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian .....	30



B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
C. Jenis dan Sumber Data .....	30
D. Populasi dan Sampel .....	31
E. Metode Pengumpulan Data .....	33
F. Definisi Operasional Variabel .....	33
G. Metode Analisis Data .....	34
H. Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
B. Hasil Penelitian .....	42
C. Pembahasan .....	59
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
2.1. Penelitian Terdahulu .....	18
4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	44
4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Lama Penggunaan.....	45
4.4. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) dan Perhitungan Skor .....	46
4.5. Deskripsi Variabel Harga (X2) dan Perhitungan Skor .....	48
4.6. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan Perhitungan Skor .....	46
4.7. Uji Validitas.....	50
4.8. Uji Reliabilitas.....	51
4.9. Uji Normalitas .....	52
4.10 Uji Multikolinearitas .....	53
4.11. Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.12. Uji Parsial .....	57
4.13. Uji Simultan.....	58
4.14 Uji Koefisien Determinasi.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
2.1. Kerangka Pikir .....	28
4.1 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Tbk .....	41
4.2 Uji Heteroskadastisitas .....	55





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan ilmu pengetahuan, perkembangan teknologi juga semakin berkembang khususnya teknologi komunikasi. 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.

Perkembangan pengguna layanan operator seluler yang semakin pesat menunjukkan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap telekomunikasi, hal ini juga membuat perkembangan bagi perusahaan-perusahaan jaringan seluler di Indonesia. Dengan beragamnya operator seluler yang beroperasi di Indonesia yang bisa digunakan oleh konsumen maka tingkat persaingan antar operator seluler juga semakin meningkat oleh karena itu operator seluler di tuntut untuk memberikan nilai lebih terhadap konsumen agar dapat bersaing di ketatnya persaingan operator seluler di Indonesia (Allana et al., 2022:15).

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. Munculnya beberapa operator seluler menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada industri telekomunikasi seluler ini, sehingga dari sisi penawaran, produk telekomunikasi seluler semakin

bertambah dan beranekaragam. 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 (Warere & Mandagie, 2022:1015).

Dengan perkembangan teknologi yang semakin dinamis, manusia dituntut untuk tepat dan cepat dalam bertindak agar tidak kalah di era persaingan saat ini. Seiring dengan perkembangan zaman yang sangat cepat dan semakin maju, masyarakat juga mulai ikut merasakan adanya perubahan, seperti berkembangnya berbagai jenis produk handphone sebagai alat komunikasi.

Semakin banyaknya pengguna handphone di kalangan masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa handphone bukan lagi barang yang mewah sebagai sebuah sarana komunikasi. Dengan bertambahnya pengguna ponsel maka semakin banyak juga produk kartu yang dikeluarkan dari perusahaan telekomunikasi untuk dipasarkan pada masyarakat. Produk kartu saat ini menawarkan berbagai jenis paket layanan internet. Layanan parcel online ditawarkan berbagai pilihan sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelanggan. Pelanggan juga dapat memilih paket online yang sesuai dengan kebutuhannya dan sesuai dengan harga paket.

Telkomsel merupakan salah satu operator seluler yang paling banyak dipilih masyarakat sekaligus mengukuhkannya sebagai market leader operator seluler. Telkomsel tentunya tidak boleh berpuas diri dengan pencapaian yang telah diperoleh, karena kompetitor semakin menarik perhatian masyarakat sebagai pelanggannya. Selain itu, saat ini Telkomsel sedang mengalami kendala baik internal maupun eksternal.

### Kualitas produk

Telkomsel menjadi masalah, yaitu dari segi jaringan, karena produk Telkomsel memiliki jaringan yang luas di seluruh Indonesia yang mengakibatkan seringnya terjadi gangguan jaringan di mana-mana (Rafdi, 2021:4).

Telkomsel mempunyai distributor yang disebut agen (stockiest) yang memasarkan produk dengan tujuan untuk mempermudah para konsumen di kota masing-masing distributor, salah satunya di kota Makassar. Selain telkomsel, masih banyak operator seluler yang ada di Makassar, oleh karena itu untuk mempertahankan pangsa pasarnya, telkomsel perlu melakukan beberapa alternatif yang baik dengan berbagai upaya untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk dan harga.

Kepuasan pelanggan adalah rasa senang atau puas terhadap produk yang telah dibelinya atau di pakai, yang dapat menjadi nilai lebih bagi produk tersebut sehingga menimbulkan rasa untuk ingin membeli kembali produk tersebut. Seorang pelanggan dapat dikatakan puas apabila ia merasa senang ketika menggunakan atau membeli suatu produk. Kepuasan pelanggan berawal dari penilaian yang diberikan konsumen terhadap kualitas produk yang mereka terima apakah sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan mereka.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan pelanggan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang merasa puas terhadap produk dan jasa



pelayanan cenderung untuk membeli Kembali produk dan menggunakan Kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul Kembali dikemudian hari. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen Ketika melakukan pembeli suata barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang.

Pelanggan tidak akan puas jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas atau senang, jika pelanggan merasa puas mereka pasti akan berbagi pengalaman baik mereka kepada orang lain, tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan tersebut juga akan merekomendasikan produk itu kepada orang lain. Begitu pula sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas maka tidak menutup kemungkinan pelanggan akan berbagi pengalaman mereka dan merekomendasikan orang lain untuk tidak membeli produk tersebut (Losung & Wenas, 2022:402).

Faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Menurut (Fauzi & Mandala, 2019:6742) Kualitas produk menyangkut keadaan fisik, fungsi, serta sifat produk yang memenuhi kebutuhan konsumen berupa selera dan harapan terhadap produk dibandingkan dengan nilai uang yang bersedia dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk tersebut. Kualitas ini yang membawa konsumen pada keputusan akan tetap menggunakan produk atau mencari produk pengganti yang lebih mendekati ekspektasi konsumen. Apabila perusahaan mampu memberikan kualitas produk yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen maka dampaknya adalah pada keunggulan bersaing

perusahaan tersebut.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi setiap kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu dengan adanya persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh setiap pelanggan, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas produk yang ditawarkan. Ketika kualitas produk memenuhi keinginan pelanggan, kepuasan lebih mudah dicapai. Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor terpenting untuk kepuasan pelanggan.

Harga adalah sejumlah uang yang digunakan oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu produk-produk tertentu. Lebih luas lagi, menurut (Cardiaet al., 2019:6767) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Jadi jika harga dapat mencerminkan nilai kualitas produk, dengan kata lain, harga dan kualitas produk sesuai maka dapat mendorong kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Dimana produknya disini ialah mengacu pada kartu prabayar Telkomsel. Adanya keterkaitan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel, maka peneliti memilih mahasiswa/I jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai objek penelitian karena mahasiswa juga berperan dalam pembelian kartu prabayar Telkomsel. Sesuai dengan uraian sebelumnya

maka penulis harus melakukan penelitian untuk mengetahui jawaban atas perbedaan dari peneliti sebelumnya. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pada penelitian ini dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah makassar?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

makassar.

## **D. Manfaat penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk ilmu pengetahuan dibidang pemasaran terutama pada kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pemasaran mengenai implementasi atas teori yang telah didapatkan selama kuliah serta mengimplementasikan kasus nyata dalam dunia bisnis.

#### **b. Bagi mahasiswa/pelanggan**

Dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memecahkan masalah mengenai pentingnya kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.





## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian Pemasaran**

Istilah pemasaran (marketing) sering dipertukarkan dengan istilah penjualan, distribusi, ataupun perdagangan. Pemasaran merupakan konsep yang menyeluruh, sedangkan penjualan, distribusi dan perdagangan hanya merupakan salah satu bagian atau kegiatan dalam sistem pemasaran secara keseluruhan. Pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu sistem untuk menghasilkan laba.

Jadi, pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Dr. Drs. Ngatno, 2017:8).

##### **2. Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran (Marketing Management) berasal dari dua kata, yaitu Manajemen dan Pemasaran. Manajemen adalah ilmu dan seni dalam merencanakan, mengorganisasi, memimpin serta mengendalikan

sumber daya suatu organisasi untuk mencapai berbagai sasaran yang ditetapkan secara efektif dan efisien.

Manajemen terdiri dari serangkaian fungsi dan aktivitas yang terstruktur dan sistematis yang dimana meliputi meramalkan, merencanakan tujuan, mendesain strategi, merancang jadwal, merencanakan anggaran, merancang kebijakan serta membuat prosedur yang akan dijalankan.

Istilah pemasaran (marketing) sendiri sering dipertukarkan dengan istilah penjualan, distribusi, ataupun perdagangan. 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.

Dari dua definisi manajemen dan pemasaran, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

### **3. Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler (2016:161) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana orang memilih, menawarkan, memanfaatkan, dan kemudian menggunakan produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian bisa dikatakan unik serta beraneka ragam, karena

konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang dibutuhkan dan diinginkan berbeda.

Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap kualitas produk dan harga yang ada di pasar. Karena konsumen mempunyai sifat yang tidak akan pernah puas untuk membuat produsen menciptakan hal yang kreatif dan inovatif, serta perlu dilakukan cara supaya konsumen selalu tertarik terhadap produk yang dihasilkan. Untuk bersaing di pasar sebaiknya dari pihak produsen membuat produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen mulai dari kualitas produk, citra merek dan harga yang dapat menimbulkan minat beli yang tinggi oleh konsumen serta melanjutkan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Peran penting produsen selain kualitas produk adalah citra merek dan harga, dengan itu semua perusahaan dapat menjelaskan dan mengkomunikasikan produk kepada konsumen, keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan dapat menarik konsumen untuk mencoba, kemudian mengambil keputusan untuk melakukan pembelian produk.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Berikut ini uraiannya:

#### 1) Faktor Budaya

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam



pada tingkah laku konsumen. Faktor kebudayaan, terdiri dari budaya, sub budaya dan kelas sosial.

## 2) Faktor Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Faktor sosial, terdiri dari kelompok, keluarga, peran dan status.

## 3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan faktor pribadi, terdiri atas usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan, gaya hidup, kepribaian dan konsep diri.

## 4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antipasinya pada waktu yang akan datang. Faktor psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

## 4. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas atau mutu suatu produk merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat, fleksibilitas dalam memenuhi permintaan pelanggan (produk yang

dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu atau kualitas produk merupakan pilihan kunci dan strategis. Artinya, kualitas merupakan salah satu arti penting dan merupakan salah satu faktor keunggulan yang kompetitif (Manajemen et al., 2018:22).

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu. Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang bagus dalam memenangkan persaingan apabila memenuhi mutu yang tinggi, dalam hal ini terdapat ungkapan "quality first" atau kualitas sebagai yang utama. Dengan demikian, kualitas merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan, seperti yang dikemukakan Welch (Laksana, 2008) dalam (Sihotang, 2020:403), kualitas merupakan "jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng".

Menurut Kotler dan Armstrong, (2008) dalam (Aditi & Hermansyur, 2018:66), kualitas produk (product quality) adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk

yang paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan berhasil dan lebih unggul dari perusahaan yang lain.

Jadi, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produknya karena kualitas produk dapat membuat pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka beli, dan akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

#### **5. Pengertian Harga**

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga merupakan salah satu faktor penunjang kepuasan pelanggan. Selain itu, harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2011) dalam (Farisi & Siregar, 2020:150) menyatakan harga dalam arti yang sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga menjadi kunci utama bagi konsumen untuk membeli barang, khususnya konsumen untuk membeli barang, khususnya konsumen kelas menengah ke bawah dalam pemasaran, penetapan harga bisa menjadi kekuatan untuk bersaing di dalam pasar.

Menurut (Indira et al., 2021:24) harga merupakan faktor penting dalam suatu usaha, karena harga memegang peranan yang cukup

besar dalam kegiatan jual beli. Menetapkan harga yang tepat dan mudah terjangkau oleh konsumen dapat meningkatkan penjualan dalam setiap usaha yang dilakukan, tetapi apabila salah dalam menetapkan harga usaha dapat mengalami kerugian karena kurangnya konsumen yang membeli produknya. Sehingga dalam menentukan harga usaha harus memperhatikan dan menghitung benar-benar resiko yang akan dihadapi dan menyesuaikan dengan keadaan masyarakat atau target pasarnya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:314) menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Di bawah ini penjelasan empat indikator harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga. Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.
2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih



harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa (Ekowati et al., 2020:111).

#### **5. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor

kunci bagi seorang pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan suatu perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut (Sambodo Rio Sasongko, 2021:106).

Menurut (Harun Samsuddin, 2018:170-171) Tingkat kepuasan pelanggan dapat ditentukan berdasar pada faktor utama yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan, yaitu:

1) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai diharapkan terutama untuk industri jasa.

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut

apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan.

#### 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.

#### 5) Biaya

Konsumen tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000:52). Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30).

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dan dengan harapannya (Yamit, 2010:105), sedangkan Kotler & Keller (2012:76) berpendapat, kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Apabila kinerja tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan

akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan harapan mereka maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas dan senang. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi harga dan kualitas produk.

## B. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu ini dapat digunakan sebagai acuan atau bahan informasi untuk penulis dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperbanyak teori dan sebagai pengarah dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Sehingga dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperbanyak kajian pada penelitian penulis. Dari judul penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan judul tersebut yang di sajikan dibawah ini.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel	Alat analisis	Hasil penelitian
1.	Omega Putri Warere, Yunita Mandagie	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga	a. Kualitas produk (X1) b. Harga (X2)	Analisis regresi linear berganda dan uji	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 20,238 lebih besar

	(2022)	Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo Di Desa Kaneyan Kecamata n Tareran	c. Kepuasan Pelanggan (Y)	hipotesis menggunakan anuji F dan uji T	dari F table 3,02, yang berarti simultan terdapat pengaruh pada kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan 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.
2.	Iqbal Ananta Rafdi (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Trust Terhadap	a. Kualitas Produk (X1) b. Harga (X2) c. Brand	Peneliti menggunakan nteknik pengambilan sampel accidental	Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Brand Trust



		<p>Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pengguna Kartu Pra Bayar Telkomsel Sampai Kota Malang</p>	<p>Trust (X3) d. Kepuasan pelanggan (Y)</p>	<p>(accidental sampling)</p>	<p>(X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan kartu pra bayar Telkomsel simpati kota Malang. Kemudian secara parsial, masing-masing dari variabel Kualitas Produk, Harga dan Brand Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu apabila variabel Kualitas Produk, Harga dan Brand Trust meningkat maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat.</p>
--	--	---	---	------------------------------	--

3.	Bagoes Yugo Prasetyo (2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar XL Di Rawamang Un Jakarta Timur	a. Kualitas produk (X1) b. Citra Merek (X2) c. Harga (X3) d. Kepuasan Pelanggan (Y)	Peneliti menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan menggunakan SPSSVersi 23.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar XL di Rawamangun Jakarta Timur.
4.	Luqmanul Hakim Agung Mulana (2019)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	a. Kualitas Produk (X1) b. Harga (X2) c. Loyalitas Pelanggan (X3) d. Kepuasan Pelanggan (Y)	Analisis statistic dalambentuk SPSS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara langsung berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Persepsi Harga secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas

					Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap
5.	Muhammad Rikza Fauzi Syahmi, Rosali Sembiring Colia, Edi Warman (2021)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan Pelanggan	a. Harga (X1) b. Kualitas Produk (X2) c. Loyalitas Pelanggan (Y1) d. Kepuasan Pelanggan (Y2)	Analisis menggunakan software Smart PLS 3.0 dan Microsoft Office Excel	Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Hasil yang diperoleh dari pengujian yaitu (1) Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (2) Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, (4) Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap

					<p>Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dan (5) Terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.</p> <p>Variabel Harga dan Kualitas Produk memiliki kontribusi sebesar 50,9% terhadap Kepuasan pelanggan.</p> <p>Variabel Harga dan Kualitas Produk memiliki kontribusi sebesar 66,6% terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.</p>
6.	Alveionita Harlytasari (2019)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas	a. Kualitas Prouk (X1) b. Harga (X2) c. Kualitas	Teknik analisis data yang digunakan adalah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk, harga, dan kualitas

		Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam lain Bengkulu)	Layanan (X3) d. Kepuasan Pelanggan (Y)	regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16	layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan F 69 hitung sebesar 39.500 dengan tingkat signifikansi 0.000 atau dibawah standar 0.05 yang berarti Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Dan Kualitas Layanan (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
7.	Syaiful Akbar M., Achmad Mubadilla, Arim Irsyadulloh A.J. (2022)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel	a. Harga (X1) b. Kualitas Produk (X2) c. Kepuasan Pelanggan (Y)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung variabel harga sebesar 4,732 dan nilai signifikan sebesar 0,000 <0,05 dan nilai t hitung



		Prabayar Pada Mahasiswa Stai Khozinatul Ulum Blora.		nkuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan an data.	variabel kualitas sebesar nilai signifikan sebesar $0,043 < 0,05$ . nilai f hitung harga dan kualitas produk sebesar 15,302 > F tabel sebesar 3,09. Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan telkomsel prabayar pada mahasiswa STAI Khozinatul Ulum Blora baik secara parsial secara simultan.
8.	Risatul Umami, As'at Rizal Dan Sumartik (2019)	Pengaruh Kualitas produk, Harga dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	a. Kualitas Produk (X1) b. Harga (X2) c. Kualitas Pelayanan (X3)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keduanya Secara parsial dan bersamaan, produk, harga, dan kualitas layanan

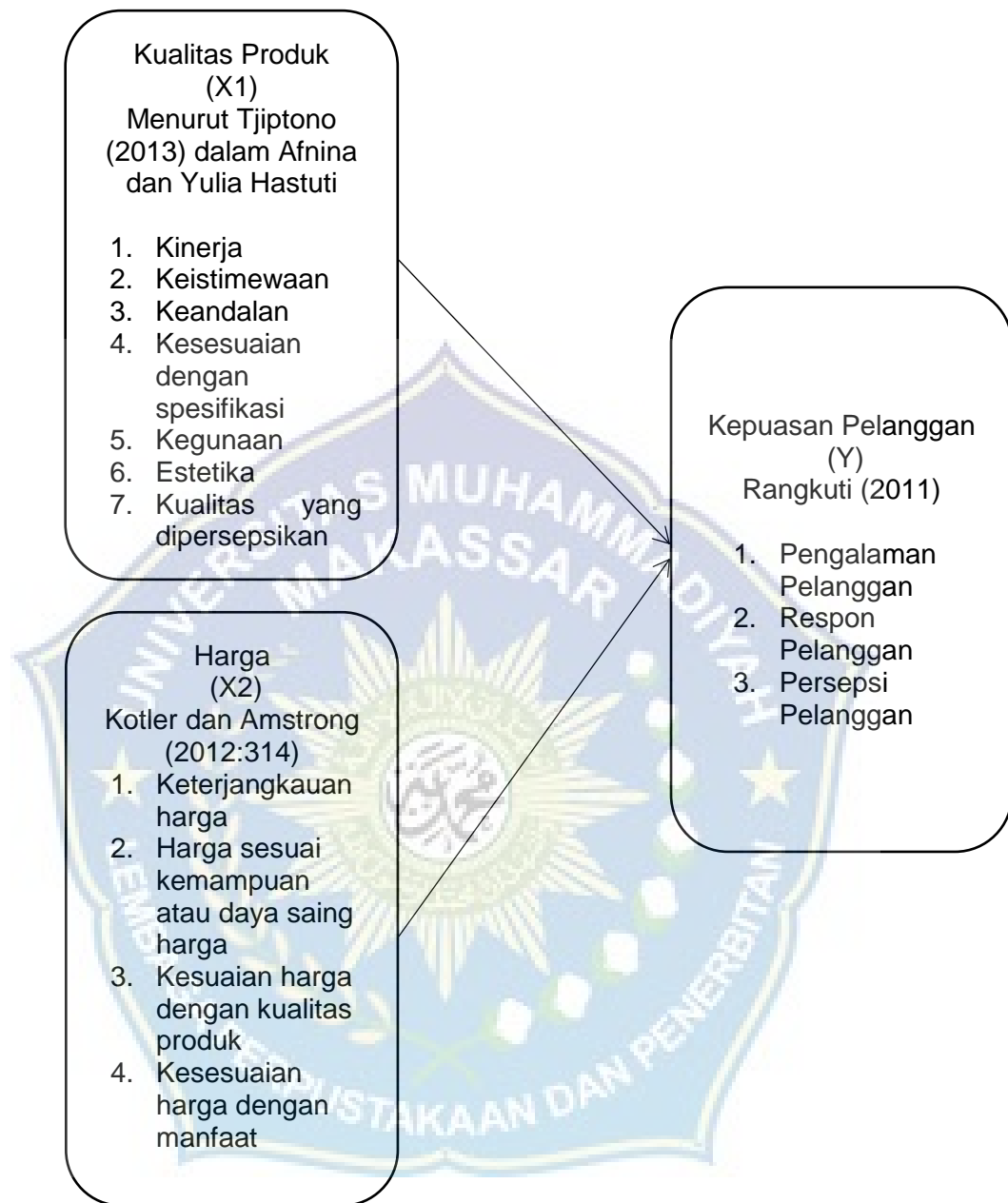
		Konsumen Kedai Warsu Coffee Cafe	d. Kepuasan Konsumen (Y)		mempengaruhi kepuasan pelanggan. Si pengaruh yang paling dominan adalah kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa Warsu Coffee Cafe memiliki kualitas produkyang baik.
9.	Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, Farlane S. Rumokoy (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayana n, Harga Dan Kualitas Produk terhadap Kepusa n Konsume n Pada Rumah Makan Raja OCI Manado.	a. Kualitas Pelayanan (X1) b. Harga (X2) c. Kualitas Produk (X3) d. Kepuasan konsumen (Y)	Pengumpula n data primer melalui kuissioner dan analisis menggunakan aplikasi SPSS	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Raja Oci Manado.
10.	Leni Kurnia	Pengaruh Kualitas	a. Kualitas Produk	Penelitian ini menggunaka	Hasil penelitiannya

Dewi, Anindhya Budiarti (2021)	Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Queenstr eetstore	(X1) b. Harga (X2) c. Kepuasan pelanggan (Y)	n analisis jalur ( <i>path analysis</i> ) dengan program SPSS	menunjukkan kualitas produk dan harga nerpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan.
---	--	---	---	--

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran yang peneliti ajukan berdasarkan hasil pada teoritis yang telah diuraikan sebelumnya. Dengan adanya kerangka pemikiran akan memudahkan pemahaman dalam mencermati arah dan jalur pembahasan penelitian, karena memberikan gambaran secara jelas mengenai keterkaitan antara variabel yang akan diteliti.

Dari penjelasan diatas peneliti dapat membuat paradigma untuk menggambarkan hubungan antar kedua variabel, yaitu: Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, yaitu sebagai berikut :



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Berdasarkan

Rumusan Masalah, kajian teori dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis dari penelitian yaitu:

1. Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian sosial yang menggunakan metode-metode dan pernyataan-pernyataan empiris. Pernyataan empiris merupakan pernyataan deskriptif tentang “apa itu kasus” di dunia nyata daripada apa yang seharusnya terjadi. Biasanya pernyataan-pernyataan empiris dinyatakan dalam bentuk angka.

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variable untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variable satu dengan yang lainnya

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Sesuai dengan judul penelitian maka, penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang beralokasi di Jl. Sultan Alauddin No.259, Gn. Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90221. Penelitian ini direncanakan selama dua bulan yaitu dari bulan Februari sampai dengan bulan April 2023.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan untuk mendapatkan data pada penulisan proposal tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dengan cara

mengumpulkan data menggunakan instrument penelitian, Analisa data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:8).

2. Data kualitatif adalah data yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak-pihak tertentu yang mempunyai kepentingan, berupa data yang didapat secara lisan dengan penjelasan yang sesuai dengan pembahasan. Data ini bisa diperoleh dengan menggunakan perhitungan kuisioner yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan peneliti ada dua yaitu sebagai berikut:

1. Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari pengumpulan dan pengolahan data dari objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti.
2. Data sekunder adalah data yang digunakan sebagai penunjang bagi penyusun dalam penelitian ini. Data ini diperoleh dari dokumentasi penelitian yang sudah jadi atau sudah diolah dan dikumpulkan oleh pihak lain.

#### **D. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini penulis menjadikan mahasiswa manajemen pengguna kartu parabayar Telkomsel, angkatan

2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sebanyak 446 orang sebagai populasi penelitian.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling*.

*Accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Adapun pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini dengan cara perhitungan statistik menggunakan rumus Slovin dengan ( $e = 10\%$ ). Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel yang di cari

$N$  = ukuran populasi

$e$  = nilai margin of error (besar kesalahan) dari ukuran populasi

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{446}{1 + 446(0,1)^2}$$

$$n = \frac{446}{1+4,46}$$

$$n = \frac{446}{5,46}$$

$$= 81,68491 \text{ (dibulatkan jadi 82)}$$

Sampel dalam penelitian ini adalah 82 orang (mahasiswa).

### E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam penelitian ini, yaitu dengan cara, yaitu:

#### 1. Kuisisioner (angket)

Menurut Sugiyono (2017:142) kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner yang berupa pertanyaan yang disebarkan kepada responden sesuai dengan permasalahan responden. Adapun mekanisme pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisisioner secara *online* (melalui *Google Docs*) kepada para responden.

### F. Definisi Operasional Variabel

#### 1. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

## 2. Harga (X2)

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk atau jasa.

## 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan merupakan respon atau tanggapan pelanggan mengenai pemenuhan kebutuhan yang dinilai dari ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri.

### **G. Metode Analisis Data**

Menurut (Sugiyono, 2013) proses analisis adalah mengumpulkan semua data dari narasumber, mengelompokkan data berlandaskan variabel, mengolah dan menyajikan data untuk masing-masing variabel dan melaksanakan proses komputasi untuk menguji hipotesis dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian untuk mendapatkan hasil atas hipotesis dalam penelitian ini. Analisis data digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent kualitas produk, (X1) dan harga (X2) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

#### **1. Uji Deskriptif**

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbentuk skala, Skala pengukuran termasuk peluang untuk dipakai sebagai dasar penentuan selang waktu didalam suatu alat ukur sehingga bisa menghasilkan data kuantitatif pada saat dipakai dalam alat ukur tersebut.



## 2. Uji kualitas data

### a. Uji validitas

Tes validasi dilakukan guna menentukan seberapa benar suatu item mengukur apa yang seharusnya diukur. Barang dikatakan sah jika ada keterkaitannya. Ini mengungkapkan sejauh mana data didalam kuesioner bisa dipakai guna mengukur konten yang akan dinilai. Pendekatan korelasi *Pearson Product Moment* dipakai guna menguji validitas item dengan menghubungkan skor item dan skor total setiap variabel, kemudian memakai r-tabel dengan ambang signifikansi 0,05 serta uji dua sisi guna menguji signifikansi memakai standar. Kriteria berikut dipakai guna menilai apakah suatu item valid ataupun tidak. Tingkat validitas bisa diukur dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r table (pada taraf signifikansinya 5%, ketentuan untuk *defree of freedom* (df)=n-2, dimana n yakni jumlah sampel.

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ , maka pernyataan tersebut valid;
- 2) Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ , maka pernyataan tersebut tidak valid.

### b. Uji Reliabilitas

Reabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk diinginkan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrumen yang tidak baik akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban - jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini

digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Variabel variabel tersebut dikatakan cronbach alpha nya memiliki nilai lebih besar 0,60 yang berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang. Uji realibilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi alat ukur yang akan (Ghozali, 2018:85).

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Alat analisis yang dapat digunakan adalah dengan melihat tampilan plot atau data dapat juga menggunakan uji kolmogrov smirnov. Data analisis dengan bantuan komputer program SPSS. Data pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data dalam penelitian berdistribusi normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali,

2018:120). Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Analisis pada gambar *Scatterplot* yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar angka 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

#### 4. Analisa Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Pada Mahasiswa/i Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Model persamaan regresi linear Berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Ket:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Variabel kualitas produk

X2 = Variabel harga

e = Error

## H. Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial

Uji t-statistik pada dasarnya terlihat tingkat pengaruh suatu variabel penjelas guna menjelaskan variasi variabel terkait. guna mengetahui apakah hipotesis diterima, dilakukan uji-t membandingkan hasil t hitung dan t tabel.

### 2. Uji Simultan

Uji F dipakai guna menilai apakah variabel penjelas bisa menjelaskan variabel dependen secara bersamaan ataupun apakah faktor penjelas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada saat yang bersamaan.

Jika nilai F taksiran F tabel,  $H_0$  diterima yang berarti seluruh koefisien regresi tidak signifikan terhadap taraf 5%. Jika nilai F taksiran besar daripada tabel, akibatnya  $H_0$  ditolak, ini terlihat bahwasanya semua koefisien regresi secara serempak signifikan sebesar 5%.

### 3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipakai guna memprediksi seberapa besarkah kontribusi variabel independen ataupun variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), serta nilai koefisien determinasi terlihat bagaimana pengaruh variabel X memberi kontribusi pada saat yang bersamaan. Itu ada di variabel Y (bersama-sama) untuk tujuan pengecekan.

Bisa dibilang bahwasanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin melemah seiring dengan semakin kecilnya nilai koefisien

determinasi (R-kuadrat). Sebaiknya, semakin dekat koefisien determinasi ke 1, semakin kuat pengaruh variabel X terhadap Y. Adapun besar kecilnya nilai koefisien determinasi yang terlihat dari R Square yakni antara 01. Sedangkan jika terdapat R Square dengan minus (-), maka variabel X serta Y dikatakan tidak valid.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Profil Perusahaan

Perusahaan Telkomsel merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Telekomunikasi Seluler Tbk. Yang didirikan pada tanggal 26 Mei 1995. Telkomsel sendiri memiliki lebih dari 170 juta pengguna di seluruh Indonesia. Kini Telkomsel baru saja telah melakukan uji coba layanan 5G di Indonesia, yang mana ini dilakkan sebagai salah satu langkah untuk menyukseskan inisiatif yaitu *making Indonesia 4.0*.

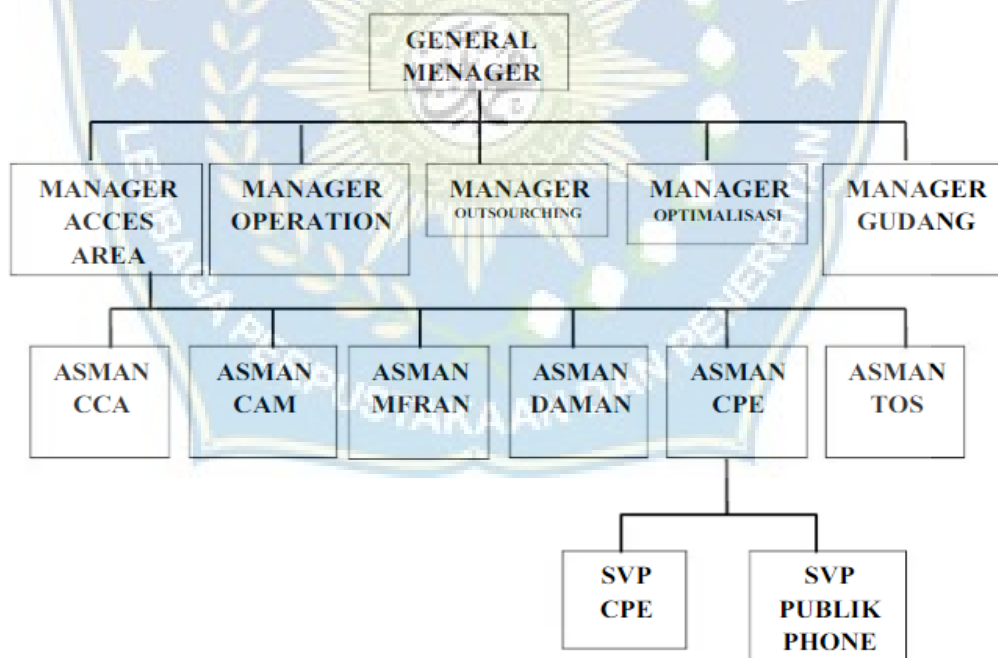
Untuk terus menunjang pelayanan yang optimal dalam masyarakat digital, Telkomsel memiliki beberapa channel layanan yang mudah dijangkau oleh masyarakat melalui aplikasi My Telkomsel, Asisten Virtual Telkomsel, layanan Call Center 24 jam, dan kehadiran GraPARI di seluruh wilayah Indonesia. Berdasarkan sebuah laporan penelitian dari Opensignal Telkomsel dinobatkan sebagai operator seluler terbaik di Indonesia, berdasarkan penilaian atas tujuh kategori. Telkomsel menjuarai enam dari tujuh kategori penilaian yang ada yaitu; pengalaman video, pengalaman aplikasi suara, pengalaman kecepatan pengunduhan, pengalaman kecepatan pengunggahan, pengalaman latensi, dan pengalaman cakupan 4G. Dengan capaian tersebut, perusahaan ini juga menjadi operator seluler terbesar keenam di dunia. Bekerja sama dengan 575 mitra *roaming*, layanan perusahaan ini kini dapat digunakan di 200



negara di seluruh dunia.

### b. Struktur Organisasi PT. Telkomsel Tbk

Dalam rangka melaksanakan tugas operasional perusahaan adanya struktur organisasi diperlukan. Struktur organisasi merupakan kerangka dan susunan perwujudan pada hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, dan orang-orang yang menunjukkan pembagian delegasi tugas, kedudukan, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu perusahaan. Bagan struktur organisasi pada PT. TELKOM INDONESIA, Tbk di bawah ini:



Sumber : [www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia Tbk**

### c. Visi dan Misi Perusahaan PT. Telkom Indonesia Tbk

#### 1. Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya.

#### 2. Misi

Memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai yang lebih bagi para pemegang saham, serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

### B. Hasil Penelitian

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan dan karakteristik responden terhadap item-item pertanyaan dalam kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Yang Menggunakan Kartu Prabayar Telkomsel. Sampel yang berhasil terkumpul berjumlah 60 responden, berikut penjelasannya:

Kuesioner yang di bagikan = 82

Kuesioner yang tidak terisi = 22

Kuesioner yang terisi = 60

Oleh karena itu, kuesioner yang dapat diolah adalah sejumlah 60 orang responden (mahasiswa).

#### a. Deskripsi Responden

##### 1) Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin karakteristik responden diklasifikasikan menjadi dua kategori yaitu responden dengan jenis kelamin perempuan dan responden dengan jenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Peresentase
1	Laki-Laki	15	25%
2	Perempuan	45	75%
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang menjadi responden adalah sebanyak 60 orang yang terdiri atas 25% responden laki-laki dan 75% responden perempuan. Artinya, mahasiswa yang menggunakan produk kartu Prabayar Telkomsel didominasi oleh perempuan.

##### 2) Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia karakteristik responden dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori yaitu responden dengan usia

20-23 tahun, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	20 Tahun	3	5%
2	21 Tahun	19	31,7%
3	22 Tahun	28	46,7%
4	23 Tahun	10	16,6%
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang menjadi responden adalah sebanyak 60 orang yang terdiri atas 5% berusia 20 tahun, 31,7% berusia 21 tahun, 46,7% berusia 22 tahun dan 16,6% berusia 23 tahun. Artinya mahasiswa yang menggunakan produk kartu parabayar Telkomel didominasi oleh mahasiswa yang berusia 22 tahun.

**3) Responden Berdasarkan Lama Penggunaan**

Intensitas penggunaan produk untuk mengetahui seberapa lama responden menggunakan produk kartu prabayar telkomsel. Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan produk diklasifikasikan menjadi 3 yaitu 1-3 bulan, 4-6 bulan dan lebih dari 6 bulan. Berikut ini tabel responden berdasarkan lama penggunaan produk:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk**

No	Lama Penggunaan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	1-3 bulan	14	23,4%
2	4-6 bulan	6	10%
3	Lebih dari 6 bulan	40	66,7%
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah (2023)

Mengacu pada data di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang menjadi responden adalah sebanyak 60 orang yang terdiri atas 23,4% mahasiswa menggunakan produk kartu prabayar Telkomsel selama 1-3 bulan, 10% mahasiswa menggunakan produk kartu prabayar Telkomsel selama 4-6 bulan dan 66,7%% mahasiswa menggunakan produk kartu prabayar Telkomsel selama lebih dari 6 bulan. Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden menggunakan kartu prabayar telkomsel lebih dari 6 bulan.

#### **b. Deskripsi Variabel dan Perhitungan Skor**

##### **1) Deskripsi Variabel kualitas Produk (X1) dan Perhitungan skor**

Variabel kualitas produk pada penelitian ini terdiri atas 8 item pertanyaan yang diajukan kepada responden dengan masing-masing indikator. Berikut ini deskripsi variabel kualitas produk dan

skor perhitungan.

**Tabel 4.4**

**Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) dan Perhitungan Skor**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Jumlah
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	X1.1	3	6	13	28	10	216
2	X1.2	1	4	19	23	13	223
3	X1.3	1	5	11	33	10	226
4	X1.4	1	5	16	24	14	225
5	X1.5	2	4	20	19	15	221
6	X1.6	1	4	8	32	15	236
7	X1.7	2	3	11	29	15	232
8	X1.8	2	3	7	26	22	243
Rata-Rata							227,8

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa item yang mendapatkan nilai paling besar adalah X1.8 “Kualitas SIM Card dapat bertahan lama” dengan mendapatkan jumlah nilai sebesar 243. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna kartu prabayar Telkomsel setuju dengan kualitas SIM Carda yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Adapun penyebaran tanggapan responden yaitu pada pernyataan yang paling banyak memilih sangat setuju adalah pernyataan pada indikator X1.8 sebanyak 22 orang, pernyataan yang paling banyak memilih setuju adalah pernyataan pada indikator X3.3 sebanyak 33 orang, pernyataan yang paling banyak memilih kurang setuju adalah pada pernyataan X1.5 sebanyak 20



orang, pernyataan yang paling memilih tidak setuju ada pada pernyataan X1.1 sebanyak 6 orang dan pernyataan yang paling banyak memilih sangat tidak setuju adalah pernyataan X1.1 sebanyak 3 orang. Artinya bahwa tanggapan dari responden terhadap variabel Kualitas Produk adalah setuju dengan nilai rata-rata 227,8.

## 2) Deskripsi Variabel Harga (X2) dan Perhitungan Skor

Variabel ini terdapat 5 item yang diajukan kepada responden mengenai variabel Harga (X2). Berikut ini deskripsi variabel Harga (X2) dan skor perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**

**Deskripsi Variabel Harga (X2) dan Skor Perhitungan**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Jumlah
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	X2.1	5	9	20	19	7	194
2	X2.2	10	9	20	12	9	181
3	X2.3	3	4	19	26	8	212
4	X2.4	2	6	15	27	10	217
5	X2.5	4	5	22	21	8	204
Rata-Rata							201,6

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 4.7 diatas dengan jumlah item 5 menunjukkan bahwa yang mendapatkan nilai paling besar adalah item X2.4 “Harga (tarif) yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan manfaat yang saya rasakan” dengan jumlah nilai sebanyak 217. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna kartu Prabayar Telkomsel setuju

bahwasanya harga yang dibayarkan oleh konsumen sudah sesuai dengan manfaat yang mereka rasakan.

Adapun penyebaran tanggapan responden yaitu pada pernyataan yang paling banyak memilih sangat setuju adalah pernyataan pada indikator X2.4 sebanyak 10 orang, pada pernyataan yang paling banyak memilih setuju adalah pernyataan pada indikator X2.4 yaitu sebanyak 24 orang, pada pernyataan yang paling banyak memilih kurang setuju adalah pernyataan pada indikator X2.5 sebanyak 22 orang, pada pernyataan yang paling banyak memilih tidak setuju adalah pernyataan pada indikator X2.1 dan X2.2 sebanyak 9 orang dan untuk pernyataan yang paling banyak memilih sangat tidak setuju adalah pernyataan pada indikator X2.2 sebanyak 10 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan dari responden terhadap variabel Harga adalah setuju dengan nilai rata-rata 201,6.

### 3) Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan Perhitungan Skor

Variabel ini terdapat 5 item yang diajukan kepada responden mengenai variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut ini deskripsi variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan skor perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**

#### **Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan dan Perhitungan Skor**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden	Jumlah
----	------------	---------------------	--------

		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Y.1	1	7	14	25	13	222
2	Y.2	1	4	12	33	10	227
3	Y.3	3	5	21	23	8	208
4	Y.4	1	4	17	27	11	223
5	Y.5	2	4	17	29	7	212
Rata-Rata							218,4

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 4.7 dengan jumlah item 5 menunjukkan bahwa yang mendapatkan nilai paling besar adalah item Y.2 “Saya percaya kartu pra bayar Telkomsel berbeda dengan provider/operator lainnya” dengan jumlah nilai sebanyak 227. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna kartu prabayar Telkomsel setuju bahwasanya provider/operator Telkomsel berbeda dengan operator yang lain.

Adapun penyebaran tanggapan responden yaitu pada pernyataan yang paling banyak memilih sangat setuju adalah pernyataan pada indikator Y.1 sebanyak 13 orang, pada pernyataan yang paling banyak memilih setuju adalah pernyataan pada indikator Y.2 yaitu sebanyak 33 orang, pada pernyataan yang paling banyak memilih kurang setuju adalah pernyataan pada indikator Y.3 sebanyak 21 orang, pada pernyataan yang paling banyak memilih tidak setuju adalah pernyataan pada indikator Y.1 sebanyak 7 orang dan untuk pernyataan yang paling banyak memilih sangat tidak setuju adalah pernyataan pada indikator Y.3 sebanyak 3 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan dari responden terhadap variabel Kepuasan

Pelanggan adalah setuju dengan nilai rata-rata 218,4.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan adanya derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Butir kuesioner dinyatakan valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Berikut ini adalah hasil uji validitas variabel Kualitas produk X1, Harga X2 dan Kepuasan Pelanggan Y.

**Tabel 4.7**

#### Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai Rtabel	Nilai Rhitung	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,2542	0,724	0,000	Valid
	X1.2	0,2542	0,826	0,000	Valid
	X1.3	0,2542	0,823	0,000	Valid
	X1.4	0,2542	0,814	0,000	Valid
	X1.5	0,2542	0,820	0,000	Valid
	X1.6	0,2542	0,864	0,000	Valid
	X1.7	0,2542	0,868	0,000	Valid
	X1.8	0,2542	0,697	0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,2542	0,738	0,000	Valid
	X2.2	0,2542	0,879	0,000	Valid
	X2.3	0,2542	0,691	0,000	Valid
	X2.4	0,2542	0,766	0,000	Valid
	X2.5	0,2542	0,820	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,2542	0,839	0,000	Valid
	Y.2	0,2542	0,726	0,000	Valid
	Y.3	0,2542	0,811	0,000	Valid
	Y.4	0,2542	0,807	0,000	Valid
	Y.5	0,2542	0,818	0,000	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel uji validitas diatas dapat diketahui bahwa seluruh nilai Rhitung untuk setiap item pernyataan kuesioner pada variabel penelitian yang digunakan menghasilkan nilai Rhitung yang lebih besar dari nilai Rtabel dengan jumlah sampel (N=60) adalah sebesar 0,2542 sehingga seluruh item pernyataan pada masing-masing kuesioner dapat dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama atau konsisten digunakan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 4.8**

#### **Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,920	Reliabel
Harga (X <sub>2</sub> )	0,839	Reliabel
Kepuasan Pelanggan Y	0,860	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha pada variabel X<sub>1</sub> sebesar 0,920, variabel X<sub>2</sub> sebesar 0,839, dan variabel Y sebesar 0,860. Keseluruhan nilai cronbach's alpha pada masing-masing

variabel sudah baik karena nilai cronbach alpha > 0,60 sehingga keseluruhan variabel dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan data berdistribusi normal yang dimana syarat utama metode regresi ialah data harus berdistribusi normal dengan ketentuan tingkat signifikan di atas 5%. Apabila tingkat signifikan di bawah 5%, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.9

#### Uji Normalitas Kologrov-Smirnov

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandadized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1.99061145
Most Extreme Differences	Absolute	,117
	Positive	,117
	Negative	-,092
Test Statistic		117
Asymp. Sig (2-tailed)		,039 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction		

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, karena tingkat signifikan *Asymp Sig. (2-tailed)* di atas 5% yaitu 0,039 > 0,05.



### b. Uji Multikolinearitas

Metode pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Uji ini memiliki tujuan agar dapat menguji apakah model regresi yang digunakan menunjukkan adanya korelasi antara variabel independent, model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antara variabel independent. Berikut ini hasil uji multikolinearitas variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 4.10**

#### Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.724	1,381
	Harga	.724	1,381

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk semua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIP) keseluruhan variabel lebih kecil dari 10, maka berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) tidak saling berkorelasi atau tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

### c. Uji Heteroskadastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Penelitian yang baik adalah penelitian yang tidak mengandung heteroskedastisitas, karena artinya tidak ada korelasi. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot.



Sumber : Data diolah (2023)

Gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja. Artinya penelitian ini mengandung

homokedastisitas.

#### 4. Analisa Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel Y. Analisa regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan nilai dari variabel terikat karena adanya perubahan variabel bebas. Berikut adalah hasil regresi linear berganda variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4.11

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardize Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	1.974	1.379		1.432	.158
	Kualitas Produk	.300	.050	.495	6.040	.000
	Harga	.423	.072	.479	5.844	.000

a. Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel analisis regresi linear berganda di atas menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.974 + 0.300X_1 + 0.423X_2 + e$$

Dalam persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

- 1) Konstanta dari persamaan regresi linear berganda didapatkan hasil yaitu sebesar 1,974. Artinya jika variabel Kepuasan Pelanggan (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), maka besarnya Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar konstanta 1,974.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 0,300. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa kualitas produk (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hal ini menunjukkan bahwa ketika kualitas produk (X<sub>1</sub>) meningkat sebesar satu satuan (1%) maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,300.
- 3) Koefisien regresi untuk variabel Harga (X2) adalah sebesar 0,423. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa harga (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), hal ini menunjukkan bahwa ketika harga (X<sub>2</sub>) meningkat sebesar satu satuan (1%) maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,423.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t (parsial)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji t variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 4.12

## Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardize Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	1.974	1.379		1.432	.158
	Kualitas Produk	.300	.050	.495	6.040	.000
	Harga	.423	.072	.479	5.844	.000

a. Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2023)

## 1) Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji parsial diketahui bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) thitungnya sebesar  $6,040 > t_{tabel} 2,00247$  dengan taraf signifikansi Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

## 2) Hipotesis 2

Berdasarkan hasil uji parsial diketahui bahwa Harga ( $X_2$ ) thitungnya sebesar  $5,844 > t_{tabel} 2,00247$  dengan taraf signifikan Harga ( $X_2$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini diterima.

**b. Uji F (simultan)**

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y. Pada penelitian ini uji F mengukur kemampuan variabel-variabel independen ( $X$ ), yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dalam menjelaskan variasi variabel dependen,

yaitu kepuasan pelanggan (Y). Berikut ini tabel hasil uji F (Simultan):

**Tabel 4.13**  
**Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	610.394	2	305.197		
	Residual	233.79	57	4.102	74.41	.000 <sup>b</sup>
	Total	844.183	59			
a. Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors : (Constant), Harga, Kualitas Produk						

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 4.14 hasil uji F (uji simultan) menunjukkan bahwa nilai F sebesar 74,410 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena probabilitas atau nilai Sig menunjukkan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**c. Uji Koefisien Determinasi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya proporsi sumbangan variabel independen kualitas produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Berikut adalah tabel hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.14**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850a	0.723	0.713	2.025
a. Predictors : (Constant), Harga, Kualitas Produk				
b. Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan				



Sumber : Data diolah 2023

Koefisien determinasi pada nilai *R Square* yaitu 0,723 atau 72,3%, yang menunjukkan bahwa variasi dari kepuasan pelanggan (Y), dapat dijelaskan kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sedangkan sisanya sebesar 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti kepuasan pelanggan, loyalitas, promosi dan variabel lainnya

### C. Pembahasan

Pembahasan ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, yang kemudian akan dibahas mengenai penerimaan hipotesis penelitian yang disertai dengan adanya fakta atau penolakan terhadap hipotesis yang sedang diteliti dengan penjelasan yang diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk adalah merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Semakin baik kualitas suatu produk, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap suatu produk.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk kartu prabayar Telkomsel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Pengaruh positif artinya apabila kualitas produk meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Signifikan artinya kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, kegunaan, estetika dan kualitas yang dipersepsikan yang dimiliki oleh kartu prabayar Telkomsel sudah sangat baik, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana orang memilih, menawarkan, memanfaatkan, dan kemudian menggunakan produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian bisa dikatakan unik serta beraneka ragam. Karena konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang dibutuhkan dan diinginkan berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap kualitas produk yang dimana apabila kualitas produk yang ditawarkan baik, maka akan menambah tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Syaiful Akbar, M., Achmad Mubadilla dan Arim Irsyadulloh A.J (2022) terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas produk suatu barang atau jasa baik, maka semakin tinggi pula

tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian hal yang sama dilakukan dalam penelitian Bagoes Yugo Prasetyo (2022) dengan kualitas produk sebagai salah satu variabelnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

## **2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga merupakan salah satu faktor penunjang kepuasan pelanggan. Hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan yaitu harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka kepuasan konsumen semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah kepuasan pelanggan akan berubah semakin tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian kartu prabayar Telkomsel, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa (pengguna) Telkomsel merasa puas dengan harga yang dibayarkan oleh mereka karena sesuai dengan manfaat yang diterima oleh mahasiswa (pengguna). Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden dari item X2.4 yang menyatakan bahwa "Harga (tarif) yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan".

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Ananta Rafdi (2021) dimana harga sebagai salah satu

variabelnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel bebas (harga) terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Kemudian hal yang sama dilakukan oleh Leni Kurnia Dewi dan Anindhyta Budiarti (2021) dengan harga sebagai salah satu variabelnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan.

Hal ini juga didukung teori dari Kotler dan Amstrong (2012:314) menjelaskan ada empat ukuran yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, kesimpulan dari penelitian ini di dasarkan pada hasil analisis data yang telah dilakukan dan dikaitkan dengan masalah penelitian yang telah dirumuskan dari berbagai pembahasan yang dibahas sebelumnya, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk kartu prabayar Telkomsel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Pengaruh positif artinya apabila kualitas produk meningkat, maka kepuasan pelanggan pun ikut meningkat. Signifikan artinya bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Harga kartu prabayar Telkomsel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Pengaruh positif artinya apabila harga (tarif) yang dibayarkan sesuai dengan manfaat, maka kepuasan pelanggan pun ikut meningkat. Signifikan artinya bahwa harga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut:

### **1. Bagi Perusahaan**

- a. Meskipun produk kartu prabayar Telkomsel dari segi kualitas produk dan harga sudah sangat baik dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan (mahasiswa), akan tetapi pihak perusahaan Telkomsel harus tetap meningkatkan kualitas produk agar lebih baik lagi dan perlu memperhatikan harga agar lebih di kenal lagi oleh tiap kalangan. Serta, sebaiknya perusahaan mengadakan promosi agar lebih banyak lagi yang tertarik dengan produk tersebut, sebab harga yang lebih murah akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen lainnya.
- b. Diharapkan kepada Telkomsel untuk terus menjaga rasa kepercayaan pelanggan terhadap produknya. Dengan tetap menjaga mutu serta kualitas tiap produknya pelanggan kartu Prabayar Telkomsel akan merasa puas dan percaya terhadap kualitas produknya sehingga pelanggan tidak akan beralih ke operator yang lain.

### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel bebas yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Allana, M. N. R., Hidayati, N., & Khairussalam, K. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna XL di Kota Banjarmasin (Studi Pada Pengguna Paket Data Internet). *Smart Business Journal*, 1(2), 15. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i2.12793>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Dr. Drs. Ngatno, M. (2017). *buku manajemen pemasaran agribisnis | Mendeley* (p. 7). <https://www.mendeley.com/search/?page=1&query=buku manajemenpemasaran agribisnis&sortBy=relevance>
- Ekowati, S., Finthariasari, M., & Aslim, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.555>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Harun Samsuddin, E. R. N. (2018). EcoMent Global 167. *Hamid Halin*, 4(1), 167–182.
- Indira, D., Effendi, I., & Amelia, W. R. (2021). Peranan Harga dan Digital Marketing Pada Penjualan Barang di Butik D'Scarpa Shop Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 22–26. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.464>
- Losung, Y. H., & Wenas, R. S. (2022). Effect of Product Quality, Advertising and Price Perception on Consumer Satisfaction of



Telkomsel Prepaid Card Users in Pasan District. *Arie 401 Jurnal EMBA*, 10(1), 401–411.

Manajemen, J., Tinggi, S., Manajemen, I., & Langsa, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Afnina Yulia Hastuti*. 9.

*Trustterhadao Kepuasan Pelanggan (Stusi pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel Simpati Kota Malang)*.

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt.Hni Hpai). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 399–413. <http://trianglesains.makarioz.org>

Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo Di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1014–1022.

Simamora. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa, Edisi Kedua*,. Jakarta: PT. Indeks.



# LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL PADA MAHASISWA  
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**Assalamualikum Wr.Wb**

Dengan hormat, perkenalkan saya Agung Kadek Windi Mahasiswa semester akhir, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unuversitas Muhammadiyah Makassar. Yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir mengenai “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar”.

Maka dari itu saya memohon kesediaan anda untuk berpartisipasi serta meluangkan waktunya untuk mengisi kisioner guna kelancaran tugas akhir yang saya tempuh. Seluruh data dan informasi akan dianalisis dalam rangka penyusunan skripsi sebagai tugas akhir di program Sarjana Universitas Muhammadiyah Makassar. Kesediaan anda dalam mengisi kuesioner ini akan sangat membantu.

Terima Kasih.

### A. IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda silang (√) pada jawaban yang telah tersedia

1. No. Responden : .....
2. Nama Responden : .....
3. Umur : .....
4. Jenis kelamin : .....
5. Lama penggunaan : .....

### B. PETUNJUK PENGISIAN PETUNJUK DAFTAR PERTANYAAN

Responden memberikan jawaban dengan memberi tanda (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat alternatif jawaban yang mengacu pada Teknik Skala Likert, yaitu:

- a. **Sangat Tidak Setuju (STS) = 1**
- b. **Tidak Setuju (TS) = 2**
- c. **Kurang Setuju (KS) = 3**
- d. **Setuju (S) = 4**
- e. **Sangat Setuju (SS) = 5**

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya. Maka dari itu responden dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya dan se-objektif mungkin sesuai dengan pengalaman yang diberikan.

Item	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Variabel: Kualitas Produk						
1	Kartu Prabayar Terlkomsel					

	sering mendapat testimoni yang positif dari pengguna kartu prabayar telkomsel					
2	Kartu Prabayar Telkomsel memiliki kualitas jaringan yang baik					
3	Konsumen merasakan kemudahan mengakses fitur-fitur yang diberikan oleh Telkomsel					
4	Konsumen merasakan kestabilan jaringan internet selama pemakaian					
5	Kecepatan koneksi internet kartu Telkomsel sangat cepat					
6	Kualitas suara saat melakukan panggilan dapat dirasakan dengan baik					
7	kecepatan pengiriman pesan melalui SMS/berbagai sosial media dirasakan dengan baik					
8	kualitas SIM Card dapat bertahan lama					
<b>Variabel : Harga</b>						
9	Harga Kartu perdana Telkomsel cukup terjangkau					
10	Harga Produk Telkomsel lebih murah bagi konsumen					
11	Harga (tarifz yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan fitur yang diberikan					
12	Harga (tarif) pulsa yang dibayarkan sesuai dengan					

	manfaat yang saya rasakan					
13	saya puas dengan seluruh harga produk Telkomsel mulai dari kartu perdana, pulsa, kuota dan fitur entertainment lainnya					
<b>Variabel: Kepuasan Pelanggan</b>						
14	Saya merasa puas dengan produk kartu prabayar Telkomsel					
15	Saya percaya kartu pra bayar Telkomsel berbeda dengan provider/operator lainnya					
16	Kartu pra bayar Telkomsel tidak pernah mengecewakan saya					
17	Saya merasa kartu pra bayar Telkomsel terus konsisten dengan kualitas nya					
18	Produk kartu pra bayar Telkomsel memenuhi harapan saya					

**LAMPIRAN 2**  
**TABULASI DATA**

No	Kualitas Produk								Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	3	4	3	3	4	4	5	30
2	4	4	4	5	5	5	5	5	37
3	2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	3	3	4	4	3	4	4	3	28
5	4	4	3	4	5	5	4	4	33
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	4	2	1	2	2	3	1	18
8	4	4	4	5	3	5	5	5	35
9	4	3	4	4	4	4	4	5	32
10	4	5	4	5	4	5	4	5	36
11	5	3	5	3	3	3	5	3	30
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	2	2	3	3	3	3	3	2	21
14	5	4	4	5	4	5	4	5	36
15	5	4	4	4	4	4	4	4	33
16	4	4	4	4	4	4	4	3	31
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	4	3	4	4	4	4	4	4	31
20	4	3	3	4	4	3	4	4	29
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	4	3	3	4	4	4	4	30
24	4	3	4	3	3	4	3	4	28
25	1	5	5	5	3	5	5	5	34
26	5	4	4	5	4	5	4	4	35
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	1	3	5	3	5	4	3	2	26
29	5	5	5	4	4	4	4	5	36
30	3	3	4	3	3	4	4	5	29
31	2	5	4	3	4	4	5	5	32
32	4	4	4	5	5	4	5	4	35

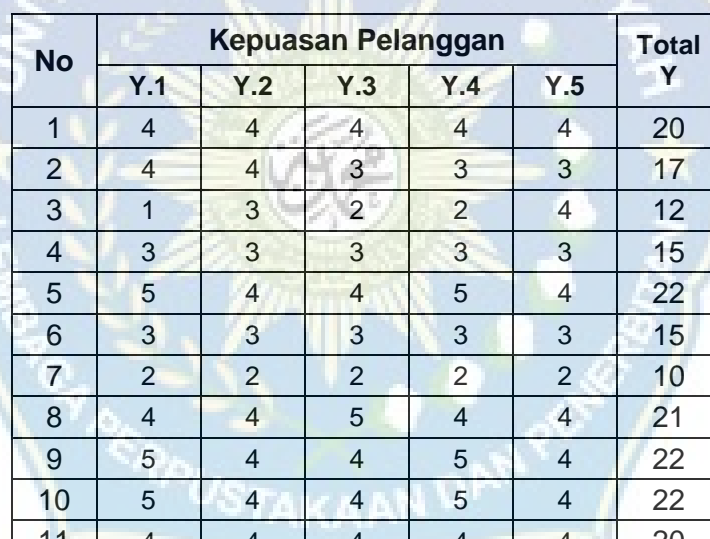


33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	3	5	3	3	4	5	5	32
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	2	3	1	2	2	1	2	5	18
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	3	3	4	2	3	4	4	5	28
39	4	4	4	4	5	4	4	5	34
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	4	4	4	4	5	4	4	4	33
42	2	4	3	4	3	4	4	3	27
43	4	5	4	3	4	5	4	4	33
44	3	4	4	4	3	5	5	5	33
45	4	5	4	4	4	4	4	4	33
46	4	4	4	3	3	4	4	4	30
47	4	5	4	4	5	5	4	4	35
48	4	3	3	4	3	4	3	4	28
49	3	4	4	4	4	4	4	4	31
50	3	2	2	3	1	2	1	4	18
51	3	3	3	3	3	3	3	3	24
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	3	3	3	4	3	4	3	4	27
54	3	3	3	4	3	4	3	4	27
55	3	3	4	2	3	4	4	4	27
56	4	4	4	5	5	5	5	5	37
57	2	2	2	3	1	3	2	4	19
58	1	1	2	2	2	2	1	1	12
59	5	4	4	5	5	3	3	4	33
60	4	5	4	5	5	4	5	4	36

No	Harga					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	2	2	4	4	3	15
2	4	3	3	3	3	16
3	2	2	3	5	1	13
4	3	3	3	4	4	17
5	4	4	5	5	5	23
6	4	3	3	3	3	16
7	1	1	3	2	2	9

8	3	4	4	4	4	19
9	3	3	4	4	4	18
10	5	5	1	4	5	20
11	2	1	5	5	5	18
12	5	5	5	5	5	25
13	2	2	2	2	2	10
14	4	5	4	5	4	22
15	3	2	3	4	4	16
16	3	3	4	4	3	17
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	3	4	4	19
20	2	2	3	3	3	13
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	4	4	4	20
24	2	2	3	3	3	13
25	3	1	1	1	3	9
26	2	4	5	4	5	20
27	5	5	5	5	5	25
28	4	1	5	2	1	13
29	4	5	4	4	4	21
30	3	3	4	4	4	18
31	1	1	4	5	3	14
32	4	4	4	4	4	20
33	4	1	4	1	1	11
34	3	3	4	4	3	17
35	5	5	5	5	5	25
36	2	3	3	4	2	14
37	4	4	4	4	4	20
38	3	3	3	4	4	17
39	3	3	4	4	4	18
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	1	1	3	3	3	11
43	1	1	1	2	3	8
44	2	3	3	3	3	14
45	4	4	4	4	3	19
46	1	1	2	3	2	9
47	3	1	4	4	3	15
48	4	3	4	4	4	19

49	3	2	2	3	2	12
50	4	5	4	3	4	20
51	3	3	3	3	3	15
52	4	3	4	3	3	17
53	4	3	4	3	3	17
54	3	4	3	4	3	17
55	2	2	3	3	3	13
56	3	3	4	4	3	17
57	3	2	3	2	1	11
58	3	4	3	3	4	17
59	5	3	2	2	3	15
60	3	3	4	4	4	18



No	Kepuasan Pelanggan					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	3	3	3	17
3	1	3	2	2	4	12
4	3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	5	4	22
6	3	3	3	3	3	15
7	2	2	2	2	2	10
8	4	4	5	4	4	21
9	5	4	4	5	4	22
10	5	4	4	5	4	22
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	5	5	25
13	3	2	3	3	2	13
14	3	4	5	4	4	20
15	4	4	4	4	3	19
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25
18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	5	21
20	3	4	4	4	4	19
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25

23	4	4	3	4	4	19
24	4	4	2	4	3	17
25	2	5	1	5	2	15
26	3	3	4	4	5	19
27	5	5	5	5	5	25
28	3	5	1	4	1	14
29	5	4	4	4	4	21
30	4	4	3	3	4	18
31	5	3	3	3	4	18
32	5	4	4	4	4	21
33	4	4	4	4	4	20
34	4	5	3	3	3	18
35	5	5	5	5	5	25
36	2	4	3	4	2	15
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	3	3	4	18
39	4	4	4	4	4	20
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	3	3	4	18
43	2	3	1	3	3	12
44	4	3	2	1	3	13
45	4	3	4	4	4	19
46	3	2	2	2	3	12
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	3	4	3	18
49	2	4	3	3	3	15
50	2	1	3	3	1	10
51	3	3	3	3	3	15
52	3	4	3	3	3	16
53	3	3	4	4	4	18
54	3	3	4	3	3	16
55	3	4	3	2	3	15
56	4	5	3	5	4	21
57	3	4	4	4	2	17
58	2	2	3	3	3	13
59	5	4	3	4	4	20
60	4	3	4	4	4	19

### LAMPIRAN 3 HASIL UJI OUTPUT SPSS

#### UJI VALIDITAS

#### Variabel Kualitas Produk

		Correlations					
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6
item_1	Pearson Correlation	1	.519**	.515**	.549**	.569**	.472**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_2	Pearson Correlation	.519**	1	.608**	.607**	.691**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_3	Pearson Correlation	.515**	.608**	1	.558**	.656**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_4	Pearson Correlation	.549**	.607**	.558**	1	.679**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_5	Pearson Correlation	.569**	.691**	.656**	.679**	1	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_6	Pearson Correlation	.472**	.676**	.739**	.709**	.650**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60
item_7	Pearson Correlation	.513**	.723**	.792**	.594**	.654**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_8	Pearson Correlation	.465**	.501**	.470**	.531**	.358**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Skor_total	Pearson Correlation	.724**	.826**	.823**	.814**	.820**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60

## Variabel Harga

### Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.722**	.376**	.259*	.449**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.046	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_2	Pearson Correlation	.722**	1	.394**	.553**	.683**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_3	Pearson Correlation	.376**	.394**	1	.592**	.419**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002		.000	.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_4	Pearson Correlation	.259*	.553**	.592**	1	.652**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_5	Pearson Correlation	.449**	.683**	.419**	.652**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
Skor_total	Pearson Correlation	.738**	.879**	.691**	.766**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Variabel Kepuasan Pelanggan

### Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.537**	.591**	.556**	.648**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_2	Pearson Correlation	.537**	1	.341**	.647**	.436**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_3	Pearson Correlation	.591**	.341**	1	.580**	.695**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_4	Pearson Correlation	.556**	.647**	.580**	1	.475**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
item_5	Pearson Correlation	.648**	.436**	.695**	.475**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
Skor_total	Pearson Correlation	.839**	.726**	.811**	.807**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### HASIL UJI RELIABILITAS

#### Variabel Kualitas Produk X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	8

#### Variabel Harga X2



### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	5

### Kepuasan Pelanggan Y

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	5

### HASIL UJI DESKRIPTIF STATISTIK

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	60	12	40	30.40	6.236
Harga	60	8	25	16.83	4.283
Kepuasan Pelanggan	60	10	25	18.22	3.783
Valid N (listwise)	60				

### UJI ASUMSI KLASIK

### Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99061145
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.117
	Negative	-.092
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.039 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

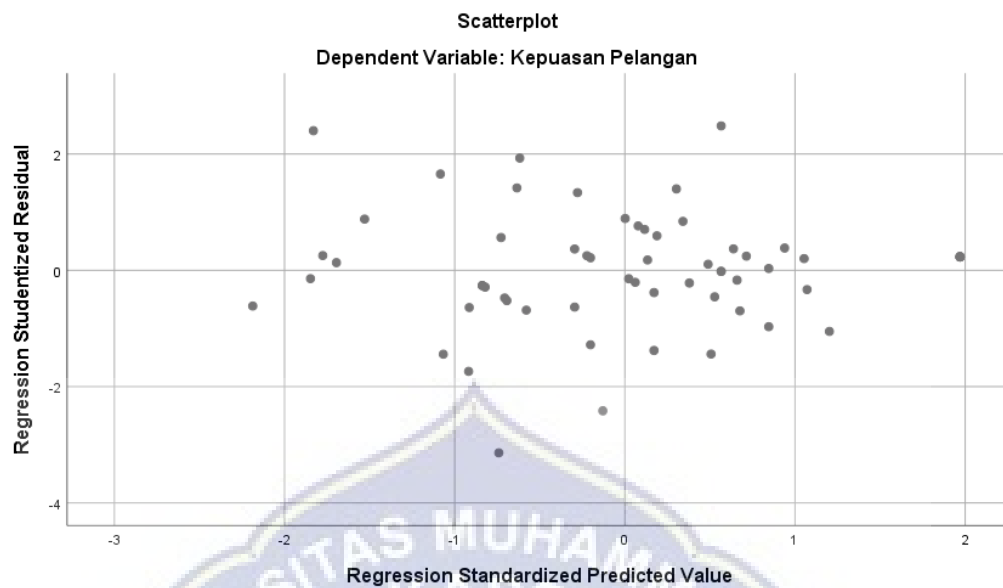
### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.724	1.381
	Harga	.724	1.381

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### Uji Heteroskedastisitas



### ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.974	1.379		1.432	.158
	Kualitas Produk	.300	.050	.495	6.040	.000
	Harga	.423	.072	.479	5.844	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### UJI HIPOTESIS

#### Uji Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.974	1.379		1.432	.158
	Kualitas Produk	.300	.050	.495	6.040	.000
	Harga	.423	.072	.479	5.844	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### Uji Simultan

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	610.394	2	305.197	74.410	.000 <sup>b</sup>
	Residual	233.790	57	4.102		
	Total	844.183	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

### Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 <sup>a</sup>	.723	.713	2.02523

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

LAMPIRAN 4

SURAT PENELITIAN



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Nomor :284/05/A.2-II/III/44/2023 Makassar, 10 Maret 2023

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

**Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar**

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Agung Kadek Windi

Stambuk : 105721130719

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar)

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.



Tembusan:

Jl. Sultan Alauddin No.259 Telp. 0411-866972 Fax. 0411-865588 Makassar 90221  
 Gedung Iqra Lantai 7 Kampus Talissalampang Makassar - Sulawesi Selatan

**LAMPIRAN 5**

**DOKUMENTASI**

21.50 <https://docs.google.com/form> 4

## UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

**Assalamualikum  
Wr.Wb**

Dengan hormat, perkenalkan saya Agung Kadek Windi Mahasiswa semester akhir, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir mengenai "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Makassar".

Maka dari itu saya memohon kesediaan anda untuk berpartisipasi serta meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner guna kelancaran tugas akhir

21.51 <https://docs.google.com/form> 4

### A. IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda silang (✓) pada jawaban yang telah tersedia

Nama \*

Ulfa Utami

Umur \*

23

Jenis Kelamin \*

Perempuan  
 Laki-Laki

21.53 21.52

Saya percaya kartu pra bayar Telkomsel berbeda dengan provider/operator lainnya \*

Sangat Tidak Setuju

1   
2   
3   
4   
5

Sangat Setuju

Kualitas suara saat melakukan panggilan dapat dirasakan dengan baik \*

Sangat Tidak Setuju

1   
2   
3   
4   
5

Sangat Setuju

Kartu pra bayar Telkomsel tidak pernah mengecewakan saya \*

Sangat Tidak Setuju

1   
2   
3

Kecepatan pengiriman pesan melalui SMS/berbagai sosial media dirasakan dengan baik \*

Sangat Tidak Setuju

1   
2   
3   
4   
5

Sangat Setuju

## LAMPIRAN 6

VALIDASI DATA



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PUSAT VALIDASI DATA**

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Igra II. 8|e-mail: pvd@urmsmah.ac.id

**LEMBAR KONTROL VALIDASI**  
**PENELITIAN KUANTITATIF**

<b>NAMA MAHASISWA</b>	AGUNG KADEK WINDI			
<b>NIM</b>	105721130719			
<b>PROGRAM STUDI</b>	MANAJEMEN			
<b>JUDUL SKRIPSI</b>	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR			
<b>NAMA PEMBIMBING 1</b>	Drs. Asdi, M.M			
<b>NAMA PEMBIMBING 2</b>	Syarthini Indrayani, S.E., M.Si			
<b>NAMA VALIDATOR</b>	ASRIANI HASAN,SE.,M.SC.			
<b>No</b>	<b>Dokumen</b>	<b>Tanggal Revisi</b>	<b>Uraian Perbaikan/saran</b>	<b>Paraf*</b>
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	30/05/23	Menggunakan Data Sekunder	
2	Sumber data (data sekunder)	30/05/23	OK ( Menggunakan Kuisisioner)	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	30/05/23	OK (File yang dikumpulkan berupa data Excel)	
4	Hasil Statistik deskriptif	30/05/23	OK (Namun sebaiknya tabel yang digunakan tidak di copy paste dari SPSS serta angka pada hasil olah data ditulis lengkap)	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	30/05/23	OK Namun sebaiknya tabel yang digunakan tidak di copy paste dari SPSS serta angka pada hasil olah data ditulis lengkap)	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	30/05/23	OK Namun sebaiknya tabel yang digunakan tidak di copy paste dari SPSS serta angka pada hasil olah data ditulis lengkap)	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	30/05/23	OK (Namun sebaiknya tabel yang digunakan tidak di copy paste dari SPSS serta angka pada hasil olah data ditulis lengkap)	
8	Hasil interpretasi data	30/05/23	OK	
9	Dokumentasi	30/05/23	OK ( Dokumentasi yang dikirimkan baiknya di Kirimkan secara Lengkap)	

\*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PUSAT VALIDASI DATA**

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Igra II. E-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

**LEMBAR KONTROL VALIDASI**  
**ABSTRAK**

<b>NAMA MAHASISWA</b>		Agung Kadek Windi		
<b>NIM</b>		105721130719		
<b>PROGRAM STUDI</b>		Manajemen		
<b>JUDUL SKRIPSI</b>		Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomset pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.		
<b>NAMA PEMBIMBING 1</b>		Drs. Asdi, M.M		
<b>NAMA PEMBIMBING 2</b>		Syarthini Indrayani, S.E., M.Si		
<b>NAMA VALIDATOR</b>		Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M		
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Abstrak	13 Juni 2023		

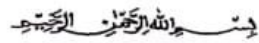
\*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui



## PLAGIASI



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**  
*Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588*



### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,**  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Agung Kadek Windi

NIM : 105721130719

Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	4 %	10 %
2	Bab 2	5 %	25 %
3	Bab 3	7 %	10 %
4	Bab 4	3 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 08 Juni 2023  
Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588  
Website: www.library.unismuh.ac.id  
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

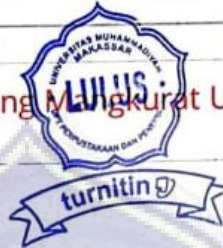
BAB I Agung Kadek Windi 105721130719

ORIGINALITY REPORT

4%	2%	0%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Submitted to Lambung Mangkurat University	4%
Student Paper	



Exclude quotes  On Exclude matches  2%  
Exclude bibliography  On



AB II Agung Kadek Windi 105721130719

ORIGINALITY REPORT

<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>0%</b>	<b>2%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<b>2%</b>



Exclude quotes  On  Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On

**BAB III Agung Kadek Windi 105721130719**

---

ORIGINALITY REPORT

---

<b>7%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<b>4%</b>
<b>2</b>	core.ac.uk Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	adoc.pub Internet Source	<b>2%</b>



Exclude quotes  On Exclude matches  On  
 Exclude bibliography  On



 Dipindai dengan CamScanner

BAB IV Agung Kadek Windi 105721130719

ORIGINALITY REPORT

<b>3%</b> SIMILARITY INDEX	<b>3%</b> INTERNET SOURCES	<b>0%</b> PUBLICATIONS	<b>0%</b> STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<b>3%</b>
----------	---	-----------





BAB V Agung Kadek Windi 105721130719

ORIGINALITY REPORT

0%	0%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On





## BIOGRAFI PENULIS



Agung Kadek Windi panggilan Windi, lahir di Meko pada tanggal 30 Maret Tahun 2000 dari pasangan suami istri Bapak Agung Ketut Astaguna dan Ibu Enik. Peneliti adalah anak kedua dari tiga bersaudara. Peneliti sekarang bertempat di Desa Barana, Kecamatan Bangkala Barat, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu pertama kali masuk pendidikan di SDN 2 Meko pada Tahun 2006 tamat pada tahun 2012, pada tahun yang sama peneliti melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 2 Pamona Barat dan tamat pada Tahun 2015. Setelah tamat di SMP Negeri 2 Pamona Barat pemeliti melanjutkan ke SMK Negeri 2 Takalar dan tmat pada tahun 2018. Dan pada tahun 2019 peneliti terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang tahun 2023.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagia dunia pendidikan.

Akhir kata peneliti mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar”**.