

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

KARTU PRABAYAR TRI

(Studi pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Bengkulu)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

ALVEIONITA HARLYTASARI

1516130093

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
BENGKULU, 2019 M/ 1440 H**


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Alveionita Harlytasari, NIM 1516130093 dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 19 November 2019 M
22 Rabi'ul Awal 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002


Badaruddin Nurhab, MM
NIP.198508072015031005





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736)5127651771 Fax (0736)51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)", oleh Alveionita Harlytasari NIM: 1516130093 Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 20 Desember 2019 M/ 23 Rabiul Akhir 1441 H

Dimyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 06 Januari 2020 M

11 Jumadil Awal 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002

Badaruddin Nurhab, MM
NIP. 198508072015031005

Penguji I

Penguji II

Dra. Fatimah Yunus, M.A
NIP. 196303192000032003

Yunida Een Frivanti, MSI
NIP. 198106122015032003

Mengetahui,
Dekan

Dr. Asnaini, M.A
NIP. 19730412 1998032003

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”.

(QS. Ar-Ra'd : 11)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah : 286)

Persembahan

Sembah sujud beriring doa dan hati yang tulus kupersembahkan karya teristimewaku yang telah ku raih dengan suka duka dan air mata. Pada yang pertama dan yang paling utama yang selalu menjadi detak semangat perjuanganku Allah SWT dalam namamu ya Rahim ku simpan semua asah harapanku penghapus gundah dan sedihku juga kepada pemimpin yang penyayang yang selalu merindukan umatnya Nabi besar Muhammad SAW serta rasa terima kasih yang tulus ku haturkan untuk orang-orang yang kusayangi dan yang telah mengiringi keberhasilanku :

- Ayahandaku (Alm. Drs. H. Harun Sohar) terima kasih untuk semua hal yang sudah ayah ajarkan kepadaku dan motivasi yang selalu ayah berikan padaku. Terima kasih sudah menyayangiku dan mencintaiku semasa hidupmu. Aku menyayangimu Ayah. Semoga Allah memberikan tempat terindah untukmu disana.
- Ibundaku (Harnayati) yang sangat aku cintai yang selalu mengiringi langkahku dengan doa-doa yang tulus disetiap sujudmu, yang selalu memberikan semangat, perhatian, kasih sayang, kesabaran, nasehat, dan pengorbanan tanpa pamrih yang selalu diberikan sepanjang hidupku. Semoga Allah SWT selalu melindungi kita dan memberikan kesehatan bagi kita, terima kasih Ibu.
- Adekku (Devi Indah Permata Sari dan Eliza Theriana Sari) yang selalu memberikan doa, dukungan semangat serta keceriaan yang membuatku lebih semangat menyelesaikan studiku.
- Dang dan Wodang (Drs. Hamka Sabri, M.Si dan Rahima) yang sudah memberikan dukungan, semangat dan membantu menyelesaikan kuliahku hingga selesai. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan kesehatan kepada dang dan wodang.

- Keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa serta nasehat-nasehat yang sangat berarti.
- Seluruh dosen yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan. Terima kasih bapak dan ibu dosen, untukku semua jasa yang kalian berikan, kalian yang selalu dikenang di hati.
- Sahabatku dari SMA (Rengganis Prawita Sari dan Orin Nanda) yang selalu memberikan dukungan dan semangat padaku untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Sahabat-sahabat Anak Mama dan Gengs Tupai (Yessi Anisa Fitri, Shella Putri, Melpi Novita Sari, Neno Vevi Yanti, Angga Mandala Putra, Anggi M. Fauzan)
- Sahabatku EKIS C (Yessi, Shella, Melpi, Zelmi, Vina, Yelli, Meltesa, Yuni, Muthoharoh, Ayu, Eni D, Eni S, Ria, Susi, Winda, Nur Asma, Abdul, Azmi, Rizki, Farizy, Learn Rae, Mardian, Perdian, Supriadi, Halik, Raleo, Angga, Anggi)
- Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Angkatan 2015 di klas A, B, C, E, F, G yang telah mengukir sebuah cerita panjang mengisi hari-hariku.
- Teman-teman KKN 19 Angkatan 2018
- Almamaterku tercinta, IAIN Bengkulu.

Terimalah setitik kebanggaan ini atas segala pengorbanan, perhatian, bimbingan serta kasih sayang yang diberikan demi mewujudkan harapan hidupku.

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, November 2019 M

Rabi'ul Awal 1441 H

Mahasiswa yang menyatakan,



Aivetonita Harlytasari
NIM 1516130093

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Nama : Alveionita Harlytasari

Nim : 1516130093

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu).

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarism-checker/skripsi> yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka dapat dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, November 2019 M
Rabi'ul Awal 1441 H

Mengetahui Tim Verifikasi

Yang Membuat Pernyataan



Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002



Alveionita Harlytasari
NIM. 1516130093

ABSTRAK

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa Ekonomi
Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)
oleh Alveionita Harlytasari, NIM. 1516130093**

Tujuan penelitian ini (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri, (2) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri, (3) untuk mengetahui kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri, (4) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri. Jenis penelitian ini adalah penelitian *asosiatif* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar $2,300 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas produk sebesar $0,025 < 0,05$, Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel harga sebesar $2,128 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk harga sebesar $0,037 < 0,05$. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan sebesar $4,919 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas layanan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil perhitungan yang dilakukan menunjukkan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) maka diperoleh nilai signifikan F 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).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan

ABSTRACT

Influence of Product Quality, Price, and Service Quality on Customer Satisfaction Tri Prepaid Cards (Study of Islamic Students, Faculty of Economics And Business Islam IAIN Bengkulu)
oleh Alveionita Harlytasari, NIM. 1516130093

The purpose of this study (1) to determine the effect of product quality on Tri's prepaid card customer satisfaction, (2) to determine the effect of prices on Tri's prepaid card customer satisfaction, (3) to determine the quality of service on Tri's prepaid card customer satisfaction, (4) to know the effect of product quality, price, and service quality on Tri customer prepaid card customer satisfaction. This type of research is associative research using a quantitative approach with primary and secondary data collection techniques. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 16. Then the data is described, analyzed and discussed to answer the problems raised. From the results of the study found that product quality has an influence on customer satisfaction, this is evidenced by the results of the t value of the product quality variable of $2,300 > t$ table of 1.994 and the sig value for product quality of $0.025 < 0.05$, Price influences customer satisfaction, evidenced by the t value of the variable price of $2.128 > t$ table of 1.994 and the value of sig for the price of $0.037 < 0.05$. Service quality has an effect on customer satisfaction, t value of service quality variable is $4.919 > t$ table is 1.994 and sig value for service quality is $0.000 < 0.05$. The calculation results show that between Product Quality (X1), Price (X2), and Service Quality (X3) variables to Customer Satisfaction (Y), a significant F value of 39,500 is obtained with a significance level of 0,000 or below the 0.05 standard which means Product Quality (X1), Price (X2), and Service Quality (X3) affect Customer Satisfaction (Y).

Keywords : Product Quality, Price, and Quality of Service

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang dan menyampaikan ajaran islam sehingga umat islam mendapatkan pertunjuk ke jalan yang lurus baik didunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomo (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
4. Eka Sri Wahyuni, M.M selaku Ketua Prodi Ekonomi dan Bisnis Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
5. Andang Sunarto, Ph.D selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Badaruddin Nurhab, MM selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, November 2019 M
Rabi'ul Awal 1441 H

Mahasiswa yang menyatakan,

Alveionita Harlytasari
NIM 1516130093

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PERNGESAHAN | iii |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACK | x |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR GRAFIK | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Batasan Masalah | 5 |
| C. Rumusan Masalah | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 5 |
| E. Kegunaan Penelitian | 6 |
| 1. Kegunaan Teoritis | 6 |
| 2. Kegunaan Praktis | 6 |
| F. Penelitian Terdahulu | 6 |
| G. Sistematika Penulisan | 11 |
| | |
| BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR | |
| A. Kajian Teori | 14 |
| 1. Kepuasan Pelanggan | 14 |
| a. Pengertian Kepuasan Pelanggan | 14 |
| b. Teori Kepuasan Pelanggan | 16 |
| c. Indikator Kepuasan Pelanggan | 17 |
| d. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan | 18 |
| 2. Kualitas Produk | 20 |
| a. Pengertian Kualitas Produk | 20 |
| b. Indikator Kualitas Produk | 22 |
| c. Faktor-faktor Kualitas Produk | 23 |
| 3. Harga | 23 |
| a. Pengertian Harga | 23 |
| b. Indikator Harga | 26 |
| c. Faktor-faktor Harga | 26 |

| | |
|---|----|
| 4. Kualitas Layanan | 27 |
| a. Pengertian Kualitas Layanan | 27 |
| b. Indikator Kualitas Layanan | 28 |
| c. Faktor-faktor Kualitas Layanan | 29 |
| 5. Prabayar | 30 |
| a. Pengertian Prabayar | 30 |
| b. Kelebihan Prabayar | 30 |
| c. Kekurangan Prabayar | 31 |
| 6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan . | 31 |
| 7. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan | 31 |
| 8. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 32 |
| B. Kerangka Berpikir | 34 |
| C. Hipotesis | 35 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 36 |
| 1. Jenis Penelitian | 36 |
| 2. Pendekatan Penelitian | 36 |
| B. Waktu dan Lokasi Penelitian | 36 |
| 1. Lokasi penelitian | 36 |
| 2. Waktu penelitian | 36 |
| C. Populasi dan Sampel | 37 |
| 1. Populasi | 37 |
| 2. Sampel | 37 |
| D. Sumber dan Teknik Pengambilan Data | 38 |
| 1. Sumber Data | 38 |
| 2. Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| E. Definisi Operasional Variabel | 39 |
| F. Instrumen Penelitian | 40 |
| G. Teknik Analisis Data | 41 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum | 46 |
| 1. Deskripsi Lokasi Penelitian | 46 |
| a. Sejarah FEBI IAIN Bengkulu | 46 |
| b. Visi dan Misi FEBI IAIN Bengkulu | 47 |
| c. Deskripsi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu | 47 |
| 2. Deskripsi Responden | 50 |
| B. Hasil Penelitian | 52 |
| 1. Pengujian Kualitas Data | 52 |
| a. Uji Validitas | 52 |
| b. Uji Reabilitas Data | 54 |
| 2. Uji Asumsi Dasar | 56 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 57 |

| | |
|--|----|
| 4. Uji Hipotesis | 58 |
| a. Analisis Regresi Linier Berganda | 58 |
| b. Uji t | 60 |
| c. Uji F | 61 |
| d. Koefisien Determinasi | 62 |
| C. Pembahasan | 63 |
| 1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri | 63 |
| 2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kartu Prabayar Tri | 64 |
| 3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kartu prabayar Tri | 64 |
| 4. Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri | 65 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 67 |
| B. Saran | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 34 |
|------------------------------------|----|

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.1 Indeks Korelasi | 45 |
| Tabel 4.1 Profil Lulusan | 49 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Umur | 52 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian | 53 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1) | 54 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2) | 55 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X3) | 55 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y) | 56 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas | 57 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas | 58 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 59 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji t | 60 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji F | 62 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 63 |

DAFTAR GRAFIK

| | |
|--|----|
| Grafik 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| Grafik 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Umur | 51 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Blangko Judul Proposal
- Lampiran 2 : *Check Plagiarism* Judul
- Lampiran 3 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 4 : Daftar Hadir Seminar Proposal Mahasiswa
- Lampiran 5 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 6 : Halaman Pengesahan Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Penunjukkan Pembimbing
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 9 : Kuisisioner
- Lampiran 10 : Halaman Pengesahan Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 11 : Surat Izin Penelitian dari Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Lampiran 12 : Surat Izin Penelitian dari Kesbangpol Kota Bengkulu
- Lampiran 13 : Dokumentasi Foto Bukti Penelitian
- Lampiran 14 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 15 : Data Responden
- Lampiran 16 : Tabulasi Data
- Lampiran 17 : Hasil SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing.¹ Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Seiring dengan perkembangan zaman yang cepat dan maju, masyarakat ikut merasakan perubahan yang terjadi, salah satunya yaitu berkembangnya berbagai produk *handphone* sebagai alat komunikasi. Penggunaan *handphone* yang semakin banyak dikalangan masyarakat sekarang ini menunjukkan bahwa *handphone* bukan lagi sebuah barang yang dipandang sebagai barang mewah bagi alat komunikasi. Hal ini menimbulkan persaingan bisnis yang ketat pada perusahaan yang memberikan pelayanan jasa komunikasi. Dengan banyaknya pengguna *handphone* maka akan begitu banyak produk kartu yang dikeluarkan perusahaan telekomunikasi pada masyarakat saat ini. Apabila dilihat dari pihak

¹Lusiana Eka Wibisono, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4G XL di Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016) h.1

konsumen, maka konsumen memiliki banyak pilihan dari berbagai macam produk yang memiliki keutamaan sehingga kepuasan mereka terpenuhi.²

Dengan berkembangnya berbagai produk *handphone* dari tahun ke tahun, sekarang *handphone* banyak menggunakan layanan internet di setiap aplikasi yang terdapat didalamnya. Kebutuhan internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk dapat mengakses informasi dengan mudah. Hal tersebut dikarenakan dengan layanan internet, maka masyarakat dapat menjelajahi dunia maya untuk mencari informasi yang dibutuhkan ataupun mengakses layanan media sosial yang pada saat ini tengah digemari di kalangan masyarakat sebagai sarana berkomunikasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet yang cepat dan tanpa hambatan untuk mendapatkan data ataupun informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

Pada produk kartu sekarang ini banyak yang menawarkan berbagai macam paket layanan internet. Layanan paket internet tersebut ditawarkan dengan berbagai macam pilihan sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing pelanggan. Pelanggan dapat memilih paket internet yang sesuai dengan kebutuhan begitu juga menyesuaikan dengan harga paket. Semakin bagus pilihan dan kuota paket internet yang diambil tentu saja harganya akan menjadi mahal. Akan tetapi pada saat ini ada juga produk kartu yang menawarkan paket hemat layanan internet sehingga masyarakat dapat mendapatkan layanan internet dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kemampuan. Hal tersebut dikarenakan pada saat ini

² Agnes Nina Yanuarti, *Pengaruh Harga, Promosi dan Layanan Operator Seluler XL Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Pra Bayar XL di Kecamatan Pakem Sleman Yogyakarta)*, h.1

masyarakat masih mempertimbangkan harga pada saat pemilihan tarif layanan internet. Masyarakat cenderung memilih tarif layanan internet dengan harga yang murah dan mendapatkan berbagai kelebihan apabila dibandingkan dengan tawaran dari produk kartu telekomunikasi lainnya.

Beberapa produk kartu telekomunikasi menawarkan paket hemat layanan internet dengan harga murah dan kuota yang cukup akan tetapi dengan kualitas layanan yang kurang maksimal diantaranya adalah sinyal internet yang kurang bagus sehingga menyebabkan akses data menjadi lambat. Menyikapi fenomena yang ada di masyarakat tersebut maka hadir layanan internet dari Tri dengan kualitas 4G dan berbagai keunggulan yang dapat menjadi pilihan masyarakat dalam mengakses layanan internet. Tri sebagai salah satu operator telekomunikasi di Indonesia telah meluncurkan layanan 4G dimana memiliki keunggulan diantaranya akses data internet lebih cepat. Diharapkan dengan adanya keunggulan tersebut maka pelanggan akan puas terhadap layanan yang diberikan. Antusias dari masyarakat yang menggunakan internet sehingga kebutuhan masyarakat dalam hal kecepatan akses internet menjadi sangat penting. Karakteristik dari layanan 4G yaitu pelanggan dapat melakukan download video, musik dan konten multimedia lainnya dengan muatan akses yang besar dan kecepatan yang tinggi.

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau

hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.³ Menurut Lupiyoadi terdapat lima faktor kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya.⁴ Dalam hal ini diharapkan dengan adanya faktor pendorong kepuasan dalam suatu produk maka pelanggan akan merasa puas atas produk yang telah dipergunakannya.

Di lingkungan kampus IAIN Bengkulu khususnya para mahasiswa mereka rata-rata sudah memiliki *handphone* yang memiliki akses internet. Dengan banyaknya mahasiswa yang memiliki *handphone* dengan akses internet maka mereka akan memilih produk kartu untuk mereka gunakan. Dari banyaknya pilihan produk kartu, mahasiswa banyak yang memilih untuk menggunakan kartu Tri. Hasil observasi yang penulis lakukan menunjukkan bahwa untuk kualitas produk kartu Tri sudah memiliki kualitas yang cukup maksimal karena adanya berbagai macam produk yang di tawarkan oleh kartu Tri yang menarik perhatian konsumen. Sedangkan untuk kualitas layanannya masih kurang karena tidak semua tempat tercover dengan signal Tri. Dalam hal ini layanan Tri juga masih sering mendapatkan *complain* karena terdapat gangguan signal yang tidak stabil dan sering sekali terjadi. Maka dari itu peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa EKIS FEBI IAIN Bengkulu)”**.

³ Bagus Handoko, *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Volume.18, Nomor.1, h.65

⁴ Bagus Handoko, *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen,...* h.65

B. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah penelitian ini ingin melihat pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri (Studi pada mahasiswa FEBI prodi Ekonomi Syariah angkatan 2015) .

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas layanan yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas layanan yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

D. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah harga yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan kualitas layanan yang diberikan oleh kartu Tri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 5.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk dapat menambah pengetahuan dan sekaligus bahan pertimbangan untuk penelitian yang serupa serta juga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk pihak yang ingin menggunakan produk Tri dapat melihat seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa Ekonomi Syariah, sehingga memberikan kontribusi dalam keilmuan khususnya mengenai penyesuaian materi yang ingin disampaikan.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GOJEK* dengan kesimpulan penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK Indonesia. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 86 orang yang pernah menggunakan transportasi GO-JEK Indonesia sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode

analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Pada uji hipotesis *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan uji hipotesis *reliability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁵

Persamaannya yaitu sama-sama membahas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, perbedaannya di penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan terhadap bisnis jasa transportasi GOJEK sedangkan penulis membahas tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

Penelitian yang dilakukan oleh Agnes Nina Yanuarti dengan judul *Pengaruh Harga, Promosi dan Layanan Operator Seluler XL Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Pra Bayar XL di Kec. Pakem Sleman Yogyakarta)* hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ($r = 0,581$), promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ($r = 0,497$), layanan berpengaruh positif terhadap

⁵ Tri Ulfa Wardani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GOJEK*

kepuasan pelanggan ($r = 0,536$) harga, promosi, dan layanan operator seluler XL berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ($R = 0,501$).⁶

Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, perbedaannya di penelitian ini membahas tentang pengaruh promosi dan kartu prabayar XL sedangkan penulis membahas tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyani dengan judul *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta)* dengan hasil penelitian variabel harga (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh dari hasil perhitungan nilai t hitung = 2,465 dan nilai P value sebesar 0,016. Nilai P value sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan nilai t hitung = 5,401 dan P value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Secara simultan variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan

⁶ Agnes Nina Yanuarti, *Pengaruh Harga, Promosi dan Layanan Operator Seluler XL Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Pra Bayar XL di Kec. Pakem Sleman Yogyakarta)*

terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan nilai F hitung = 31.760 dari nilai P value sebesar 0,000. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai $R^2 = 40,6\%$ variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan sisanya 59,4% (100% - 40,6%) dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.⁷

Persamaannya yaitu sama-sama membahas pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, perbedaannya di penelitian ini yaitu studi penelitian dilakukan di Minimarket sedangkan penulis meneliti di kampus IAIN Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Roni Afrianto Hutapea dengan judul *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan* dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel bebas kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan dan dapat dilihat bahwa kualitas produk adalah variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁸

⁷ Setyani, *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta)*

⁸ Roni Afrianto Hutapea, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan*

Persamaannya yaitu sama-sama membahas kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, perbedaannya peneliti melakukan penelitian pada kartu prabayar Tri sedangkan penelitian ini dilakukan pada kartu prabayar Telkomsel.

Penelitian di lakukan Wahyuno tentang “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Anugerah Glagah Indah

Persamaan dengan peneliti yaitu sama membahas kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaannya peneliti meneliti pelanggan kartu prabayar Tri sedangkan penelitian dilakukan oleh Wahyuno pada konsumen hotel.

Jurnal Nasional Purnomo Edwin Setyo, Pengaruh *Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen “*Best Autoworks*”. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial namun harga (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen “*Best Autoworks*”.⁹

⁹ Purnomo Edwin Setyo, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best AutoWorks”*.

Persamaannya yaitu sama-sama membahas pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, perbedaannya di penelitian ini membahas tentang *Best Autoworks* sedangkan penulis membahas tentang kartu Tri.

Jurnal Internasional Latif Abdulridha Atiyah, *Impac of service quality on customer satisfaction*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas layanan pada kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kerangka kerja yang komprehensif yang dibahas oleh penulis dan peneliti tentang variabel penelitian kualitas layanan sebagai variabel independen melalui berbagai dimensi (*tangibility, reliability, safety, response, dan passion*) dan variabel dipenden kepuasan pelanggan yang akan terdiri dari tiga dimensi (kepuasan dengan tindakan, kepuasan karyawan, dan kepuasan dengan layanan). Hasil penelitian ini menemukan satu kesimpulan yaitu kemampuan lembaga atau bank untuk fokus pada kualitas layanan memiliki peran penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹⁰

G. Sistematika Penulisan

BAB I menguraikan pendahuluan yang menjadi pondasi dari setiap karya ilmiah yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah dapat memberikan informasi relevan untuk membantu menemukan pokok masalah dimulai dari hal yang umum kepada hal yang khusus. Pokok masalah merupakan pernyataan tentang suatu keadaan yang memerlukan

¹⁰ Abdulridha Atiyah Latif, *Impact of service quality on customer satisfaction*, Aust. J. Basic & Appl. Sci., 11(5): 20-28

pemecahan dan jawaban akibat dari ketidak sesuaian antara teori dan praktik. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang dirumuskan secara formal atau pertanyaan yang diharapkan akan ditemukan jawabannya melalui penelitian yang dilakukan,¹¹ dan juga bermanfaat untuk mempermudah dalam melaksanakan penelitian karena rumusan masalah sebagai pendorong atau penyebab suatu kegiatan penelitian dilakukan. Tujuan dari penelitian yang berisi penjelasan secara spesifik tentang hal-hal yang ingin dicapai melalui penelitian yang dilakukan.¹² Kegunaan dari penelitian menjelaskan secara tegas untuk apa penelitian dilakukan dan memaparkan manfaat penelitian dalam pengembangan penelitian. Penelitian terdahulu ditujukan untuk melihat kekurangan penelitian terdahulu guna mendapatkan hasil penelitian baru yang baik dan bermanfaat. Metode penelitian yang merupakan pemecahan atas masalah yang diteliti agar lebih terarah. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan. Sistematika penulisan memaparkan setiap bab atau komponen-komponen dalam skripsi secara beruntun dan singkat.¹³

BAB II berisi kajian teori, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian. Kajian teori menguraikan teori yang berhubungan dengan obyek penelitian melalui teori-teori yang mendukung secara relevan dari buku atau *literature* yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan juga sebagai sumber informasi dan referensi. Kemudian dikemukakan kerangka berpikir yang merupakan langkah-langkah dalam penelitian dan kemudian dikemukakan hipotesis yang memberikan

¹¹ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta : Kencana, 2014), h.15

¹² Mudrajad Kuncoro, *Menulis Skripsi/Tesis Dalam 60 Hari*, (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2015), h.122

¹³ Mudrajad Kuncoro, *Menulis Skripsi...*, h.123

arah bagi penelitian yang akan dilaksanakan, mencegah peneliti melakukan penelitian coba-coba, membantu peneliti untuk menghindari berbagai variabel pengganggu dan menjadi dugaan awal hasil penelitian.¹⁴

BAB III berisi metode penelitian yang merupakan atas masalah yang diteliti agar lebih terarah. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan. Metode penelitian terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel, instrument penelitian dan teknik analisis data.¹⁵

BAB IV berisi gambaran umum lokasi penelitian dan pembahasan hasil penelitian. Gambaran umum merupakan penyajian informasi mengenai lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Hasil penelitian merupakan penjelasan penyajian data hasil penelitian yang sudah diolah yang disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. Penyajian data ini disertai dengan penjelasan secara deskriptif sehingga memperjelas sajian tabel atau grafik tersebut.

BAB V berisi kesimpulan dan saran. Dimana kesimpulan merupakan penyajian secara singkat apa yang diperoleh dari pembahasan serta menjawab hipotesis awal dan saran merupakan anjuran yang diberikan peneliti kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian dan berguna bagi peneliti selanjutnya.

¹⁴ Morissan, *Metode Penelitian...*, h.18

¹⁵ Morissan, *Metode Penelitian...*, h.22

DAFTAR PUSTAKA merupakan suatu susunan tulisan diakhir sebuah karya ilmiah yang isinya berupa nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit, dan tahun terbit. Daftar pustaka ini digunakan sebagai sumber atau rujukan seseorang penulisan dalam penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan berasal dari bahasa latin “*Satis*” artinya yang cukup baik dan memadai, sedangkan “*Facio*” artinya melakukan atau membuat. Jadi kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu”. Karena itu pelanggan tidak akan puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi dan pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkannya. Dari hal ini terlihat bahwa yang penting adalah persepsi dan bukan aktual. Jadi, bisa terjadi bahwa secara actual suatu produk mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan tetapi ternyata hasil dari persepsi pelanggan tidak sama dengan yang diinginkan oleh produsen.¹⁶

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.¹⁷ Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya. Emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu

¹⁶ James, A.F Stoner Charles Wankel, *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003) h.98

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) h.56

hal. Kepuasan merupakan kebutuhan dasar yang dapat digambarkan sebagai suatu hal yang menyenangkan. Rasa puas akan muncul jika dorongan tersebut dapat disalurkan dan begitu pula sebaliknya akan merasa tidak puas apabila dorongan-dorongan tersebut tidak dapat disalurkan.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana *alternative* yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Konsumen yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi konsumen dalam waktu yang lama.¹⁸ Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan konsumen, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Sehingga, konsumen dapat menilai apakah puas ataupun tidak dari produk yang diterimanya yang sebelumnya telah memiliki ekpekstasi tertentu. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan

¹⁸ Engel, James F, dkk., Edisi keenam. Jilid 2. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Binarupa Aksara. 1995) h. 54

untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen sehingga akan dicapai kepuasan konsumen yang sesungguhnya.¹⁹

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi dalam teori dan konsep pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sebuah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

Kesesuaian yang mengalami ketidaksesuaian antara harapan dengan kinerja aktual jasa atau produk, maka pelanggan berada pada diskonfirmasi. Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tersebut menurut ahli bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

b. Teori Kepuasan konsumen

Teori-teori kepuasan konsumen oleh Tjiptono yang meliputi teori mikro, perspektif psikologi dari kepuasan konsumen berdasarkan perspektif *TQM*.²⁰

1) Teori Ekonomi Mikro

¹⁹ Philip Kotler dan Keller, Kevin Lane. Edisi ketiga belas. Jilid 1. *Manajemen Pemasaran. Terjemahan oleh Bob Sabran MM.* (Jakarta: Erlangga. 2009) h. 78

²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Edisi Empat, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005) h. 30

Teori ini mendefinisikan bahwa konsumen akan mengalokasikan sumber daya langka dalam kondisi dimana perbandingan antara kegunaan marginal (*marginal utility*) dan harga tiap jasa sama.

2) Perspektif Psikologi dari Kepuasan Konsumen

a) Model Kognitif

Konsumen memandang atribut yang digunakan ideal karena persepsi dan apa yang dirasakan konsumen sesuai harapannya. Kepuasan konsumen ditentukan oleh variabel kognitif, yaitu harapan pra pembelian dan perbedaan antara harapan pra pembelian dan persepsi purna beli.

b) Model Afektif

Model afektif mengatakan bahwa penilaian konsumen terhadap suatu jasa tidak semata-mata berdasarkan subyektif, aspirasi dan pengalaman.

c) Konsep Kepuasan Konsumen dari Perspektif *TQM*

Total Quality Management (TQM) dapat didefinisikan dari tiga kata yang dimiliki, yaitu: total (keseluruhan), *quality* (kualitas barang atau jasa), *management* (tindakan, cara, pengendalian dan pengarahan)

c. Indikator kepuasan pelanggan

Menurut Consuegra, indikator kepuasan pelanggan ada 3 yaitu :²¹

- 1) Kesesuaian harapan yaitu jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan.
- 2) Persepsi kinerja yaitu hasil atau kinerja layanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.
- 3) Penilaian pelanggan yaitu dari secara keseluruhan layanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama.

d. Faktor-faktor kepuasan pelanggan:

Potter dan Brotman, Johansson, serta Zeithaml dan Bitner mengemukakan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:²²

- 1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung

²¹ D. Molina Consuegra, *An Integrate Model of Price, Satisfaction and Loyalty: Ann Empirical Analysis in Service Sector. Journal of Product & Brand Managemen*, 2007 h. 178

²² Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal Strategic, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2007) h.154

mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa, pelanggan umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Adapun faktor-faktor yang sering digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap suatu produk yaitu:²³

- 1) Kinerja, karakteristik pokok dari suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, dari fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya, yaitu karakteristik skunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan, kecilnya kemungkinan suatu barang atau jasa rusak atau gagal fungsi dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.

²³ Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal *Strategic, Manajemen Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2007) h.155

- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi, sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.
- 5) Daya tahan , berkaitan dengan umur teknis dan umur produk.
- 6) Mudah diperbaiki, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika, daya tarik produk menurut penginderaan konsumen, misalnya model desain dan warna.

e. Aspek dalam kepuasan pelanggan

Menurut Supranto ada beberapa aspek kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Ketanggapan pelayanan
- 2) Kecepatan transaksi
- 3) Keberadaan pelayanan
- 4) Profesionalisme
- 5) Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli dan digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan meliputi barang, jasa, dan gagasan. Produk secara konseptual berkaitan dengan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan

organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.²⁴

Konsep produk menyatakan bahwa pelanggan akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur yang paling bermutu, berprestasi, atau inovatif. Para manajer dalam organisasi ini berfokus pada membuat produk yang superior dan meningkatnya sepanjang waktu. Akan tetapi para manajer ini kadang-kadang terperangkap dalam urusan cinta dengan produk-produk mereka. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.²⁵ Menurut Kotler, kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.²⁶

Dalam perspektif ekonomi Islam kualitas produk dipandang sebagai suatu hal yang penting karena ini menyangkut kesejahteraan konsumen dan memproduksi yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan kewajiban sosial.²⁷

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan manfaat atau yang didalamnya berkaitan dengan keawetan produk, keandalan produk serta produk yang mudah

²⁴ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* edisi kedua, (Yogyakarta: ANDI, 1995) h. 95

²⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) h.18

²⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, ... h. 49

²⁷ Adiwirman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Rajawali, 2013) h.102

digunakan atau diperbaiki, dengan tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pengguna produk tersebut.

b. Indikator kualitas produk

Menurut Garvin dalam Tjiptono terdapat beberapa indikator yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu kualitas produk yang diungkapkan.²⁸

- 1) Kinerja (*Performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk yang dibeli.
- 2) Keistimewaan Tambahan (*Features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau kegagalan dipakai.
- 4) Daya Tahan (*Durability*) yaitu ketahanan produk tersebut dapat digunakan.
- 5) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 6) Kemampuan melayani (*Serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika (*Esthetic*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Edisi Empat, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005) h.76-77

8) Ketetapan kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk

Ada macam-macam faktor yang mempengaruhi kualitas produk yaitu :²⁹

- 1) *Tangibles* yaitu penampilan fasilitas fisik alat-alat, sumber daya manusia, dan alat komunikasi.
- 2) *Reliability* yaitu kemampuan menyediakan jasa sesuai janji.
- 3) *Assurance* yaitu etika pengetahuan, sikap dalam menghadapi konsumen.
- 4) *Empathy* yaitu ketepatan kerja, kepedulian, dan kemampuan member perhatian kepada konsumen.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga dalam teori ilmu ekonomi adalah nilai dan *utility*. Nilai berarti produk yang ditukarkan dengan produk lain sedangkan *utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang sehingga dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.³⁰

²⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Edisi Empat,... h.79

³⁰ Prof. Dr. H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: ALVABETA CV, 2013) h.169

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.³¹ Lebih jauh lagi harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian.³² Harga juga sering digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkatan tertentu harga bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilai harganya juga akan meningkat.³³

Menurut John C. Mowen dan Michael Minor, harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen. Harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi tiap konsumen tergantung karakteristik konsumen, situasi, dan produk. Dengan kata lain, pada tingkatan harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya. Dan konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka

³¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Empat*,... h.77

³² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) h.18

³³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,... h.97

dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari nominal uang yang mereka keluarkan.³⁴

Penentuan harga yang akan ditentukan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:³⁵

1) Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup. Penentuan harga ditentukan dengan cara melakukan penentuan harga semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2) Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3) Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperbesar *market share* yaitu maksudnya untuk memperbesar atau memperluas jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

³⁴ Bagus Handoko, *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Volume.18, Nomor.1, h.64

³⁵ Kasmir, S.E, M.M, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), h.176

4) Mutu produk

Tujuan menentukan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibandingkan harga pesaing.

5) Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.

b. Indikator harga

Menurut Stanton ada empat indikator yang mempengaruhi harga yaitu :³⁶

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Ada lima faktor yang mempengaruhi harga, yaitu:³⁷

³⁶ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 64

- 1) Permintaan terhadap barang atau jasa bertambah, sedangkan jumlah barang atau jasa terbatas.
- 2) Tinggi rendahnya biaya produksi.
- 3) Pandangan masa depan dari produsen atau konsumen.
- 4) Produsen mengetahui selera konsumen.
- 5) Penawaran terhadap barang atau jasa bertambah, sedangkan daya beli konsumen tetap atau berkurang.

4. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Yamit, kualitas layanan adalah kualitas dari suatu layanan yang diberikan kepada pelanggan baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar dari pelayanan.³⁸ Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.³⁹ Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴⁰ Kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu,

³⁷ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*,... h.65

³⁸ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005) h. 20

³⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,... h.47

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,... h.59

promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan.⁴¹

Menurut Payne, pelayanan merupakan hal, cara, atau melayani, menyediakan segala apa yang diperlukan orang.⁴² Pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa sangat penting bagi perusahaan yang menghasilkan jasa karena :⁴³

- 1) Pengguna jasa merupakan sumber pendapatan perusahaan karena pengguna jasa membayar jasa yang dijual.
- 2) Kompensasi yang semakin hebat pada saat ini seiring dengan kemajuan teknologi.
- 3) Hubungan erat antara jasa dengan pengguna jasa karena jasa dan pengguna jasa merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan.
- 4) Masyarakat semakin kritis, semakin maju, dan semakin mengetahui hak-hak untuk dilayani dengan sebaik-baiknya.
- 5) Pelayanan merupakan produk kerjasama ketertiban satu unit kerja dengan unit kerja lainnya yang memerlukan perilaku dan sikap kerjasama dari para petugas.

Kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan dapat dievaluasi dengan cara membandingkan

⁴¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesebelas*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), h.153

⁴² Bagus Handoko, *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan, ...* h.49

⁴³ Bagus Handoko, *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan, ...* h.17

kualitas yang dialami atau diterima pelanggan perusahaan dengan layanan yang diharapkan.

b. Indikator Kualitas Layanan

Menurut Yoeti terdapat lima dimensi indikator dalam kualitas layanan, yaitu:⁴⁴

- 1) Berwujud (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*Reabilty*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberika pelayanan dengan tanggap.
- 4) Kepastian (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.
- 5) Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatia secara personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan dari sudut pandang atau persepsi pelanggan. Baik buruknya kualitas layanan jasa menjadi tanggung jawab seluruh bagian organisasi perusahaan. Oleh

⁴⁴ Bagus Handoko, *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Meda,*h.64

sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan

Ada tiga faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu:⁴⁵

- 1) Informasi langsung yang diperoleh dari orang lain.
- 2) Kebutuhan perorangan yang diperlukan.
- 3) Pengalaman dalam pemakaian jasa

5. Prabayar

a. Pengertian prabayar

Prabayar berasal dari bahasa Inggris, yaitu *prepaid* yang terdiri dari awalan *pre-* “sebelum” dan kata dasar dalam bentuk pasif *paid* “dibayar” atau secara harfiah berarti dibayar atau dibayarkan di muka.⁴⁶

Kata *prabayar* dan *pascabayar* pada awalnya memang hanya digunakan untuk penyebutan transaksi pembelian atau pembayaran pulsa telepon dan telepon seluler. Akan tetapi, saat ini kata ini juga digunakan untuk pembayaran tagihan listrik dan transaksi jual beli barang atau jasa lainnya.⁴⁷

b. Kelebihan prabayar

⁴⁵ Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal *Strategic, Manajemen Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2007) h.156

⁴⁶ Safriandi A. Rosmanuddin, *Makna Prabayar dan Pascabayar yang kini salah kaprah*, dikutip dari <http://portalsatu.com/read/budaya/makna-prabayar-dan-pascabayar-yang-kini-salah-kaprah-24389>, pada hari Kamis, tanggal 9 Mei 2019, Pukul 14.32

⁴⁷ Safriandi A. Rosmanuddin, *Makna Prabayar dan Pascabayar yang kini salah kaprah*,... Pukul 14.37

Ada dua kelebihan dalam menggunakan kartu Prabayar, yaitu :⁴⁸

- 1) Dapat bebas mengisi pulsa dengan nominal berapa saja dan kapan saja. Berbeda dengan pascabayar walaupun tidak dipakai, nominal serta tagihan harus terus dibayar pada waktu yang telah ditentukan.
- 2) Tidak ribet dalam pembayaran tagihan.

c. Kekurangan Prabayar

Ada dua kekurangan dari kartu Prabayar yaitu :⁴⁹

- 1) Pada umumnya harga paket layanan akan sedikit lebih mahal, apabila dihitung secara akumulatif serta dibandingkan dengan pascabayar.
- 2) Tidak adanya informasi mengenai pemakaian pulsa.

6. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Menurut Juran kualitas produk adalah “kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan”. Kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaannya lama, produk yang digunakan akan meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, produknya tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas dan sesuai etika bila digunakan.

Menurut Feigenbaum menyatakan bahwa “kualitas produk adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila member

⁴⁸ Adi Catur Pamungkas, *Pengertian Kartu Prabayar dan Pascabayar: Perbedaan, Kelebihan, dan Kekurangan*, dikutip dari <https://www.mastekno.com/id/perbedaan-kartu-prabayar-dan-pascabayar/> pada Kamis, tanggal 9 Mei 2019 Pukul 15.02

⁴⁹ Adi Catur Pamungkas, *Pengertian Kartu Prabayar dan Pascabayar: Perbedaan, Kelebihan, dan Kekurangan,...* Pukul 15.10

kepuasan sepenuhnya kepada konsumen yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.⁵⁰

Berdasarkan pendapat diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah dengan adanya kualitas produk yang baik, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sepenuhnya.

7. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Menurut teori Lupiyoadi ada lima faktor yang harus di perhatikan perusahaan dalam menentukan kepuasan pelanggan, yaitu :⁵¹

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila dia memakai produk dengan merek tertentu.
- d. Harga, produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga yang relative murah akan member nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

⁵⁰ Feigenbaum, *Total Quality Control*, (Singapura: 2000)

⁵¹ Dita Amanah, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*, Jurnal Keuangan dan Bisnis, Tahun 2010 Vol. 2 No. 1 h. 80

Jadi dapat disimpulkan ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Produk dengan kualitas yang sama tapi menetapkan harga yang relatif murah maka akan member nilai yang tinggi kepada pelanggannya.⁵²

8. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas layanan yang di dapat dari kinerja yang baik akan memberikan suatu dorongan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, keadaan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.⁵³ Baik buruknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.⁵⁴

Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman layanan tertentu akan mengarah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas pelayanan sepanjang waktu.⁵⁵

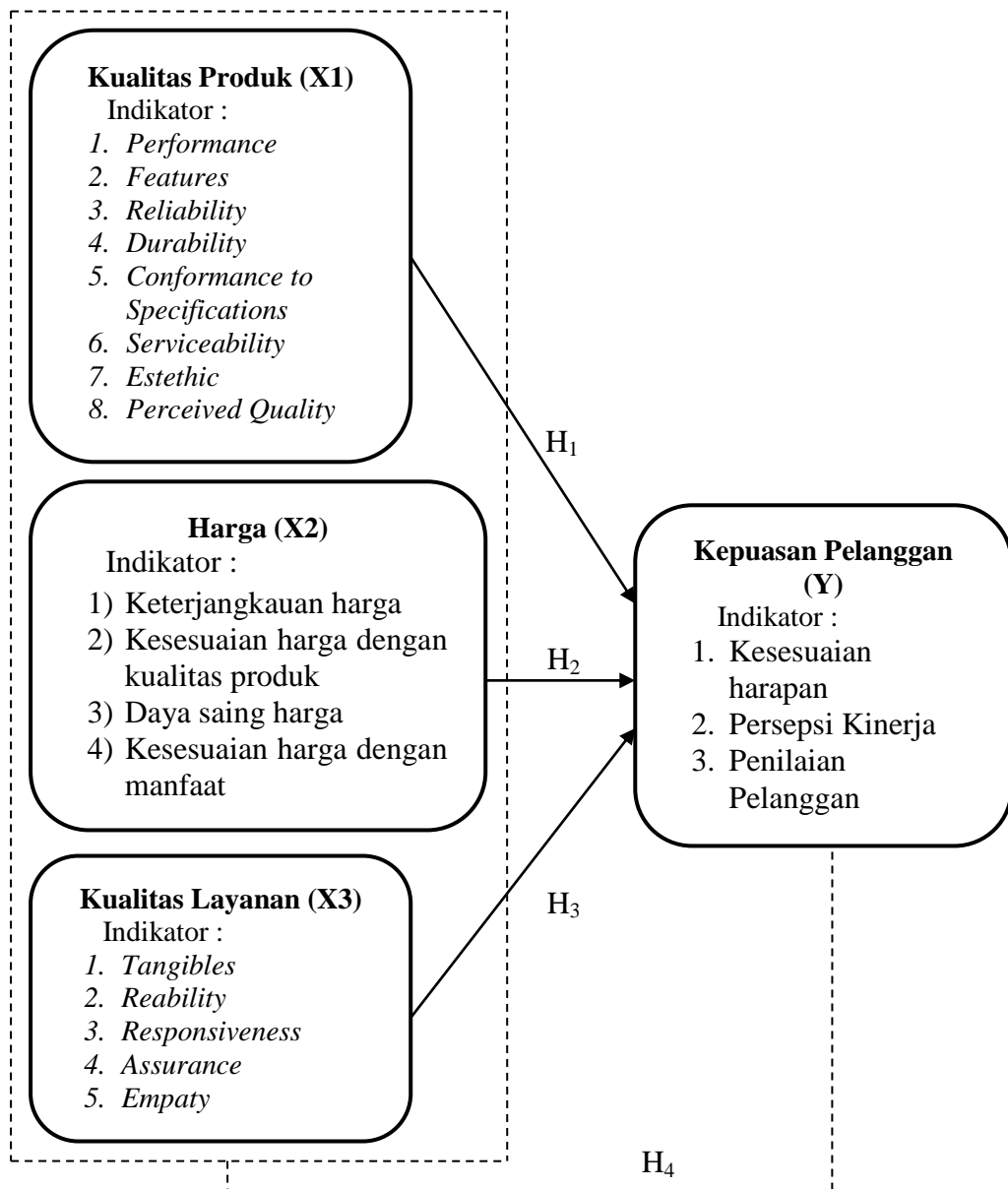
⁵² Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Selemba Empat) h.168

⁵³ Suryo Triyono, *Analisis pengaruh kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap kecenderungan pembelian kembali (Studi pada Outlet Pizza Hut Bintaro Plaza)*, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2009, h.18

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *Service Marketing Esenci dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Marknesis, 2009), h.247

⁵⁵ Fandy Tjiptono, *Pelanggan puas? Tak cukup!*, (Yogyakarta, CV Andi Offset, 2015) h.23

B. Kerangka Berpikir



Sumber : Iskandar⁵⁶

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri (Studi pada Mahasiswa EKIS FEBI IAIN Bengkulu)

⁵⁶ Iskandar, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Jakarta: Gaung Persada Pers, 2008), h. 178

Keterangan :

X = Variabel Bebas (variabel independen)

Y = Variabel Terikat (variabel dependen)

—————→ = Pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y

-----→ = Pengaruh simultan variabel X terhadap Y

C. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berpikir, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₁ : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar
Tri

H₂ : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri

H₃ : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar
Tri

H₄ : Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan
kartu prabayar Tri.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan penelitian *asosiatif*. Jenis penelitian *asosiatif* adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif *asosiatif*. Peneliti menggunakan jenis penelitian ini dikarenakan peneliti ingin menguji pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Alasannya karena sebagian besar mahasiswa prodi Ekonomi Syariah menggunakan kartu prabayar Tri.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dilaksanakan terhitung mulai bulan April sampai dengan Oktober 2019.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.⁵⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEBI prodi Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang menggunakan kartu prabayar Tri sebanyak 229 orang. Peneliti memilih seluruh mahasiswa FEBI prodi Ekonomi Syariah angkatan 2015 karena sebagian besar mahasiswa Ekonomi Syariah menggunakan kartu prabayar Tri.

2. Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi syariah IAIN Bengkulu.. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi syariah IAIN Bengkulu angkatan 2015, maka tidak memungkinkan untuk diteliti seluruhnya, sehingga di perlukan sampel yang merupakan bagian dari populasi.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2011), h.134.

insidental bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵⁸

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan berdasarkan penentuan jumlah sampel dengan formula Slovin, yaitu :

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

Keterangan :

n = sampel

N = populasi

d = Nilai Presisi (Tingkat kesalahan) 10%

Pada penelitian ini tingkat kesalahan yang digunakan yaitu sebesar 10% sehingga nilai d atau sig sebesar 0,1. Berdasarkan rumus tersebut, dengan populasi sebanyak 229 mahasiswa maka perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{229}{229 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 69,60$$

$n = 69,60$. Jadi, jumlah sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi 70 responden, yang juga akan menjadi informan pada penelitian ini.

D. Sumber dan Teknik Pengambilan Data

1. Sumber data

- a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung. Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari sumber utama.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.85

Dalam penelitian ini data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisisioner.

b. Data skunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku atau jurnal ilmiah.

2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.⁵⁹ Teknik pengumpulan data yang relevan untuk menganalisis masalah dengan menggunakan :

a. Observasi

Pada teknik ini peneliti menggunakan data dengan mengamati secara langsung di lapangan objek yang akan diamati.

b. Kuisisioner

Teknik pengumpulan data dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan peristiwa yang sudah dialami. Dokumentasi bisa berbentuk gambar ataupun tulisan.

E. Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

1. Variabel Independen (X)

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.78

Pada penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah kualitas produk, harga, dan kualitas layanan yang ada pada kartu prabayar Tri.

2. Variabel Dependen (Y)

Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan terhadap kartu prabayar Tri.

F. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Jadi instrument penelitian adalah segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi dari para responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama. Susunan instrument untuk suatu penelitian tidak akan selalu sama dengan penelitian yang lainnya karena setiap penelitian memiliki mekanisme kerja yang berbeda-beda.⁶⁰

Skala Likert yaitu skala sikap yang menggunakan 5 pilihan jawaban responden. Dalam hal ini untuk mengukur jawaban responden dari pengisian kuisisioner mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :⁶¹

| | |
|-----------------------|----------------|
| Jawaban sangat setuju | diberi bobot 5 |
| Jawaban setuju | diberi bobot 4 |
| Jawaban netral | diberi bobot 3 |

⁶⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Depok, Raja Grafindo Persada: 2008), h. 114

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*, (Bandung, Alfabeta: 2013) h.102

| | |
|-----------------------------|----------------|
| Jawaban tidak setuju | diberi bobot 2 |
| Jawaban sangat tidak setuju | diberi bobot 1 |

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Validitas adalah derajat ketepatan/kelayaan instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur serta sejauh mana instrumen tersebut menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu skala pengukuran disebut valid jika melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan yang seharusnya dilakukan. Uji validitas ini menggunakan korelasi *Corrected Item-Total Correlation*. Pengambilan keputusan jika :

- 1) $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka butir tersebut valid
- 2) $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka butir tersebut tidak valid

b. Uji Realibilitas data

Realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Jika suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi alat pengukur didalam pengukur gejala yang sama. Pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrument

penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat, dengan pengambilan keputusan.

- 1) *Cronbach Alpa* > 0,50 maka dikatakan reliable
- 2) *Cronbach Alpa* < 0,50 maka dikatakan tidak valid

2. Pengujian Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas data

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data. Variabel bebas dan variabel tergantung berdistribusi mendekati normal atau normal sekali. Untuk mengetahui populasi berdistribusi normal atau tidak dalam proposal ini menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dengan bantuan komputer program SPSS 16 for windows. Untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut :

- 1) Signifikan uji (α) = 0,05
- 2) Jika $\text{sig} > \alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- 3) Jika $\text{sig} < \alpha$ maka sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

3. Pengujian Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas)

Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan

perhitungan nilai *stolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

4. Pengujian Hipotesis

Pada pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana, uji *statistic* dengan menggunakan *t-test*.

1) Analisis Regresi Berganda

Didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen, persamaan secara umum regresi sederhana dirumuskan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Variabel Akibat (Dependent)*

X = *Variabel Faktor Penyebab (Independent)*

a = *Konstanta*

b = *Koefesien variable X*

e = *error terms atau faktor pengganggu*

2) Uji t-test

Uji T-test memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variable independen secara parsial terhadap variable dependen. Penerapan kualitas pelayanan dan teknik pembayaran angsuran adalah sebagai berikut:

$\text{Sig} > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Sig $< \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3) Uji F

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis secara bersama-sama simultan dengan criteria sebagai berikut :

- 1) Sig $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.
- 2) Sig $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok (sesuai) dengan datanya. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan pada pengaruh antara (X1), (X2), (X3), dan (Y).

Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terhadap angka indeks korelasi r pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas

layanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada umumnya digunakan sebagai berikut :⁶²

Tabel 3.1
Indeks Korelasi

| Proporsi / Internal Koefisien | Keterangan |
|-------------------------------|---------------|
| 0% - 19,99% | Sangat rendah |
| 20% - 39,99% | Rendah |
| 40% - 59,99% | Sedang |
| 60% - 79,99% | Kuat |
| 80% - 100% | Sangat kuat |

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta), h.184

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas di IAIN Bengkulu berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2015.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) memiliki 4 program studi, yaitu:

1. Prodi Ekonomi Syariah
2. Prodi Perbankan Syariah
3. Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf
4. Prodi Manajemen Haji dan Umroh

Perkembangan lembaga keuangan syariah baik perbankan maupun non perbankan yang begitu pesat mendorong IAIN Bengkulu untuk mendirikan fakultas sendiri yang khusus menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam.

Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu akan menjadi lembaga pendidikan ekonomi Islam yang selalu akan dikembangkan dengan sains dan kewirausahaan agar terciptanya ekonomi masyarakat yang baik dan bersih.

b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

1. Visi

“Unggul dalam kajian dan pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara tahun 2037”.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan professional dalam ekonomi dan bisnis Islam.
- b. Melakukan penelitian dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- c. Melaksanakan pengabdian masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis pada pemberdayaan.
- d. Menjalinkan kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan swasta di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

c. Deskripsi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu

Prodi Ekonomi Syariah merupakan salah satu program studi yang terdapat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Sebelum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu terbentuk, program studi ini satu-satunya yang ada di Fakultas Ekonomi yang dulunya bergabung dalam Dakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Berikut visi-misi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu :

1. Visi

“Unggul dalam kajian dan pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara tahun 2037”.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan professional dalam ekonomi dan bisnis Islam.
- b. Melakukan penelitian dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- c. Melaksanakan pengabdian masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis pada pemberdayaan.
- d. Menjalin kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan swasta di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

3. Tujuan

- a. Menghasilkan sarjana dalam bidang ekonomi syariah yang memiliki kemampuan akademik dan professional.
- b. Menghasilkan dalam bidang ekonomi syariah yang beriman, berakhlak mulia, memiliki kecakapan sosial dan manajerial, serta berjiwa wirausaha.
- c. Menjadikan Program Studi Ekonomi Syariah sebagai pusat kajian dan penelitian ekonomi syariah.
- d. Menjadikan Program Studi Ekonomi Syariah sebagai pusat unggulan dalam bidang kewirausahaan.

- e. Mewujudkan masyarakat yang berorientasi kepada sistem ekonomi syariah dan berjiwa *entrepreneur*.

4. Profil Lulusan

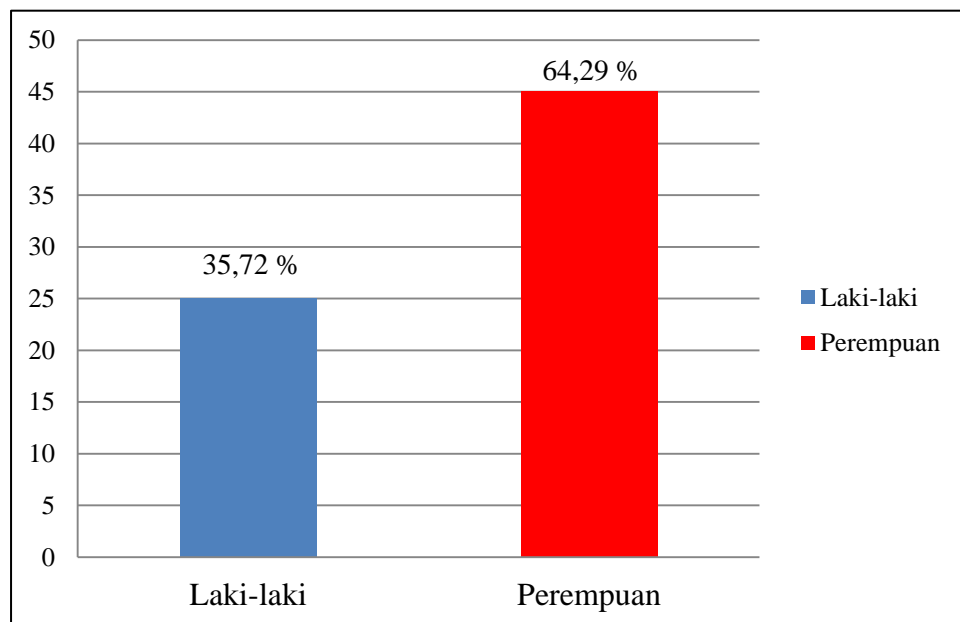
Tabel 4.1
Profil Lulusan

| Profil Lulusan | Standar Kompetensi Lulusan |
|---|--|
| 1. Akademis 2. Peneliti 3. Konsultan 4. Perencana Ekonomi dan Pembangunan yang berbasis syariah. 5. Analisis kebijakan fiskal, moneter, dan keuangan syariah. 6. Tenaga ahli bidang keuangan syariah. 7. Praktisi ekonomi dan keuangan syariah. | 1. Menguasai teori dan pemikiran ekonomi dalam kerangka mikro dan makro ekonomi serta mampu mengembangkannya dalam konteks ekonomi saat ini. 2. Menguasai teori-teori ilmu dan metodologi ekonomi Islam dan implementasinya dalam pengembangan sistem ekonomi yang berkeadilan di atas nilai-nilai syariah. 3. Mampu mengembangkan substansi ekonomi syariah ke model ekonomi secara matematis. 4. Memiliki kemampuan analisis kuantitatif dan kualitatif yang memadai untuk mengembangkan penelitian dan penulisan karya ilmiah di bidang ilmu ekonomi syariah. 5. Mampu merumuskan solusi dan strategi terhadap problem ekonomi dan pembangunan ekonomi masyarakat yang berkeadilan. 6. Memahami konsep moneter dengan perspektif ekonomi syariah dan pengembangan dalam investasi dan instrument keuangan syariah. 7. Menguasai teori keuangan dan implementasi dalam mendesain instrument keuangan berbasis syariah. |

2. Deskripsi Responden

Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner kepada mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Bengkulu angkatan 2015 dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Deskripsi responden dari jawaban kuisisioner yang diberikan kepada 70 responden akan diuraikan berdasarkan jenis kelamin dan umur responden.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Grafik 4.1
Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

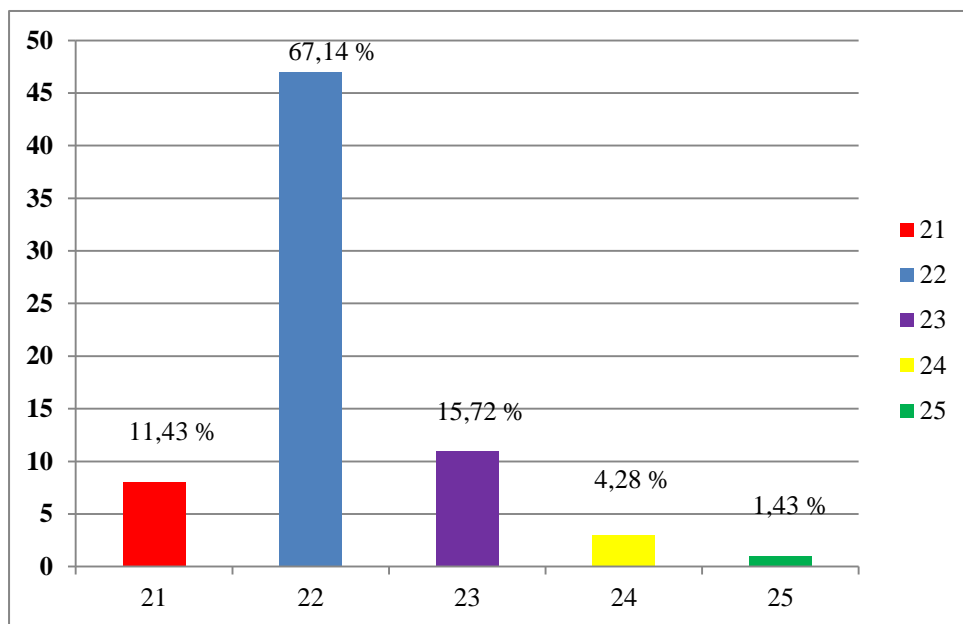
Berdasarkan data yang terdapat pada grafik diatas, bahwa responden pada penelitian di dominasi oleh mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2015 dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 25 orang dan persentase 35,72 %. Sedangkan responden mahasiswa syariah dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang dan persentase 64,29 % .

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|------------|
| Laki-laki | 25 | 35,72 % |
| Perempuan | 45 | 64,29 % |
| Total | 70 | 100 % |

Berdasarkan data yang terdapat pada table di atas, disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini di dominasi oleh mahasiswa dengan jenis kelamin .

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



Grafik 4.2
Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data yang terdapat pada grafik di atas, bahwa responden pada penelitian di dominasi oleh mahasiswa syariah angkatan 2015 umur 21 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 11,43 %, umur 22 tahun sebanyak 47 orang dengan persentase 67,14 %, umur 23 tahun

sebanyak 11 orang dengan persentase 15,72 %, umur 24 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 4,28 % dan umur 25 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 1,43 %.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

| Umur | Jumlah Responden | Persentase |
|-------|------------------|------------|
| 21 | 8 | 11,43 % |
| 22 | 47 | 67,14 % |
| 23 | 11 | 15,72 % |
| 24 | 3 | 4,28 % |
| 25 | 1 | 1,43 % |
| Total | 70 | 100 % |

Berdasarkan data yang terdapat pada table diatas, dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi mahasiswa umur .

B. Hasil Penelitian

Data hasil penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuisisioner kepada 70 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Ekonomi Syariah yang merupakan pelanggan kartu Prabayar Tri. Data diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung mahasiswa tersebut dan memberikan kuisisioner untuk diisi. Setelah itu, data tersebut ditabulasi dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program SPSS.

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pernyataan kuisisioner yang ada dapat mengungkapkan data-data yang ada pada variabel-

variabel penelitian secara tepat. Hasil dari pengujian validitas kuisioner dapat diketahui sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan variabel-variabel penelitian.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk jumlah 70 orang (N=70) dengan alpha 0,05 ($\alpha = 5\%$) didapat r tabel sebesar 0,2352. Apabila r hitung lebih besar dari r table ($r \text{ hitung} > r \text{ table}$) dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, dan sebaliknya apabila ($r \text{ hitung} < r \text{ table}$) maka pernyataan tersebut tidak valid. Hasil analisis dapat dihitung pada table berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

| Variabel | Item Pernyataan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|------------------------|-----------------|----------|---------|------------|
| Kualitas Produk (X1) | 1 | 0,746 | 0,2352 | Valid |
| | 2 | 0,765 | 0,2352 | Valid |
| | 3 | 0,784 | 0,2352 | Valid |
| | 4 | 0,327 | 0,2352 | Valid |
| Harga (X2) | 1 | 0,844 | 0,2352 | Valid |
| | 2 | 0,637 | 0,2352 | Valid |
| | 3 | 0,839 | 0,2352 | Valid |
| | 4 | 0,755 | 0,2352 | Valid |
| | 5 | 0,620 | 0,2352 | Valid |
| Kualitas Layanan (X3) | 1 | 0,606 | 0,2352 | Valid |
| | 2 | 0,649 | 0,2352 | Valid |
| | 3 | 0,730 | 0,2352 | Valid |
| | 4 | 0,797 | 0,2352 | Valid |
| | 5 | 0,687 | 0,2352 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 1 | 0,784 | 0,2352 | Valid |
| | 2 | 0,720 | 0,2352 | Valid |
| | 3 | 0,671 | 0,2352 | Valid |
| | 4 | 0,671 | 0,2352 | Valid |
| | 5 | 0,634 | 0,2352 | Valid |

(Sumber : Data primer yang diolah, 2019)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai r hitung untuk keempat variabel yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari r table. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan Cronbach alpha $> 0,50$ maka variabel dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .564 | 4 |

(Sumber : Hasil analisis SPSS, 2019)

Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha adalah sebesar 0,564 dan lebih besar dari $\alpha = 0,50$ ($0,564 > 0,50$), sehingga dapat disimpulkan bahwa sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .796 | 5 |

(Sumber : Hasil analisis SPSS, 2019)

Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha adalah sebesar 0,796 dan lebih besar dari $\alpha = 0,50$ ($0,796 > 0,50$), sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X3)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .722 | 5 |

(Sumber : Hasil analisis SPSS, 2019)

Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha adalah sebesar 0,722 dan lebih besar dari $\alpha = 0,50$ ($0,722 > 0,50$), sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .722 | 5 |

(Sumber : Hasil analisis SPSS, 2019)

Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha adalah sebesar 0,722 dan lebih besar dari $\alpha = 0,50$ ($0,722 > 0,50$), sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji ini menggunakan One Sample Kolmogrov-Smirnov dengan ketentuan nilai signifikansi $> 0,05$ maka model regresi berdistribusi normal.

Berikut disajikan hasil uji normalitas data dari penelitian yang telah dilakukan :

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Predicted Value |
|--------------------------------|----------------|--------------------------------|
| N | | 70 |
| Normal Parameters ^a | Mean | 17.4285714 |
| | Std. Deviation | 3.02321529 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .057 |
| | Positive | .057 |
| | Negative | -.042 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .479 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .976 |

a. Test distribution is Normal.

(Sumber : Hasil analisis SPSS, 2019)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada table di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,976. Maka model regresi dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara menguji terjadi atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan menggunakan nilai tolerance $> 0,01$ dan nilai VIF < 10 , maka model regresi dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas.

Berikut hasil dari uji multikolinearitas :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| X1 | .459 | 2.178 |
| X2 | .680 | 1.472 |
| X3 | .541 | 1.850 |

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2019)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada table di atas dapat dilihat tidak ada nilai *Tolerance* kurang dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi linear berganda. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh dari tiga variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berikut hasil dari analisis regresi linear berganda :

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.354 | 1.530 | | .885 | .380 |
| X1 | .325 | .141 | .250 | 2.300 | .025 |
| X2 | .168 | .079 | .190 | 2.128 | .037 |
| X3 | .518 | .105 | .493 | 4.919 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data Primer yang diolah, 2019)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linear dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 1,354 + 0,325X_1 + 0,168X_2 + 0,518X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (β_0) sebesar 1,354 artinya apabila Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Layanan (X3) dalam keadaan konstan atau 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya sebesar 1,354.
- 2) Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) dengan nilai (β_1) sebesar 0,325.
- 3) Harga (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) dengan nilai (β_2) sebesar 0,168.

- 4) Kualitas Layanan (X3) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) dengan nilai (β_2) sebesar 0,518.

b. Uji *t-test*

Uji parsial (Uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Asumsinya adalah :

- a) Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar 0,05 (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil 0,05 (α), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Secara terperinci hasil uji t (uji parsial) dengan program SPSS dijelaskan dalam table berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.354 | 1.530 | | .885 | .380 |
| X1 | .325 | .141 | .250 | 2.300 | .025 |
| X2 | .168 | .079 | .190 | 2.128 | .037 |
| X3 | .518 | .105 | .493 | 4.919 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data Primer yang diolah, 2019)

1. Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar $2,300 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas produk sebesar $0,025 < 0,05$, maka dapat dibuktikan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh.
2. Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel harga sebesar $2,128 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk harga sebesar $0,037 < 0,05$, maka dapat dibuktikan bahwa harga secara parsial berpengaruh.
3. Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan sebesar $4,919 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas layanan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dibuktikan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil dari penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji F

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 626.208 | 3 | 208.736 | 39.500 | .000 ^a |
| | Residual | 348.778 | 66 | 5.285 | | |
| | Total | 974.986 | 69 | | | |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, hasil pengolahan uji statistik secara bersama-sama menggunakan SPSS yang menguji antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) maka diperoleh nilai signifikan F 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).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel atau lebih (variabel bebas) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel yang lain (variabel terikat). Berikut ini hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .801 ^a | .642 | .626 | 2.29881 |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji *R Square* pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,642 atau sama dengan 64,2%. Hal ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 64,2% sedangkan 35,8% ditentukan oleh faktor lain.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri

Berdasarkan hasil dari perhitungan regresi linear pada uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar $2,300 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas produk sebesar $0,025 < 0,05$, artinya kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung teori dari Potter dan Brotman, Johansson serta Zeithaml dan Bitner bahwa kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh kualitas produk. Sehingga kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan

untuk pelanggan tetap menggunakan produk tersebut. Pelanggan yang sudah menggunakan produk tersebut tidak akan mudah terpengaruh dengan tawaran produk lain.

Dengan demikian maka hipotesis penelitian pertama yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri

Berdasarkan hasil dari perhitungan regresi linear pada uji t menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel harga sebesar $2,128 > t_{tabel}$ sebesar $1,994$ dan nilai sig untuk harga sebesar $0,037 < 0,05$, artinya kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh faktor harga.

Hasil penelitian ini mendukung teori dari Potter dan Brotman, Johansson serta Zeithaml dan Bitner bahwa kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh harga. Harga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk tetap menggunakan produk tersebut.

Dengan penjelasan diatas bahwa hipotesis yang kedua menyatakan bahwa harga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri

Berdasarkan hasil dari perhitungan regresi linear pada uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan sebesar 4,919 $> t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas layanan sebesar $0,000 < 0,05$, artinya kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh faktor kualitas layanan.

Penelitian ini mendukung teori dari Yamit yang menyatakan bahwa suatu layanan yang diberikan kepada pelanggan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan hal yang diharapkan oleh pelanggan untuk bisa memenuhi keinginan dan harapan pelanggan.

Dengan penjelasan di atas hipotesis yang ketiga menyatakan bahwa kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang diperoleh dari perhitungan data dapat dinyatakan dalam persamaan $Y = 1,354 + 0,325X_1 + 0,168X_2 + 0,518X_3$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta atau β_0 dari persamaan regresi linear adalah sebesar 1,354 satuan yang berarti apabila kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas layanan (X_3) nilainya konstanta atau 0, maka kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri (Y) nilainya sebesar 1.354 satuan. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,325 artinya apabila nilai kualitas produk meningkat satu satuan, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat 0,325 satuan dengan asumsi tetap, demikian juga nilai koefisien X_2 sebesar 0,168 artinya apabila nilai harga (X_2) meningkat satu satuan, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat 0,168 satuan

dengan asumsi X_2 tetap. Dan juga nilai koefisien X_3 sebesar 0,518 artinya apabila nilai kualitas layanan (X_3) meningkat satu satuan maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan meingkat 0,518 satuan dengan asumsi X_3 tetap.

Melalui perhitungan regresi linear pada uji F menunjukkan bahwa Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 39.500 dan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05.

Dengan demikian maka hipotesis penelitian yang keempat yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas layanan secara simultan atau sama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang dilakukan terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

4. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar $2,300 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas produk sebesar $0,025 < 0,05$, maka dapat dibuktikan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh.
5. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel harga sebesar $2,128 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk harga sebesar $0,037 < 0,05$, maka dapat dibuktikan bahwa harga secara parsial berpengaruh.
6. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan sebesar $4,919 > t_{tabel}$ sebesar 1,994 dan nilai sig untuk kualitas layanan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dibuktikan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh.
7. Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan F

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).

B. SARAN

Suatu penelitian akan memiliki arti jika memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca maupun penelitian berikutnya, maka saran dari penulis untuk peneliti berikutnya bisa mencari sampel yang lebih banyak lagi dan menggali variabel-variabel bebas yang lebih mendalam lagi, hal ini dikarenakan masih terdapat variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Cv. 2013
- Amanah, Dita. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*, Jurnal Keuangan dan Bisnis, Tahun 2010 Vol. 2 No. 1
- D. Molina Consuegra. *An Integrate Model of Price, Satisfaction and Loyalty: Ann Empirical Analysis in Service Sector. Journal of Product & Brand Managemen*. 2007
- Feigenbaum. *Total Quality Control*. Singapura: 2000
- Handoko, Bagus. *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume.18, Nomor.1. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2017
- James F, Engel., dan Blackwell, Roger D. dan Miniard, Paul W. *Perilaku Konsumen* Edisi keenam. Jilid 2. Jakarta: Binarupa Aksara. 1995
- James, A.F Stoner Charles Wankel. *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2003
- Karim, Adiwarmen A.. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali. 2013
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2010
- Kotler, Philip dan Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2001

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. Edisi ketiga belas. Jilid 1. *Manajemen Pemasaran. Terjemahan oleh Bob Sabran MM*. Jakarta: Erlangga. 2009
- Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat. 2001
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT Indeks. 2005
- Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal *Strategic. Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2007
- Latif Abdulridha Atiyah. *Impact of service quality on customer satisfaction*. Aust. J. Basic & Appl. Sci
- Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Raja Grafindo Persada. 2008
- Pamungkas, Adi Catur. *Pengertian Kartu Prabayar dan Pascabayar : Perbedaan, Kelebihan, dan Kekurangan, dikutip dari <https://www.mastekno.com/id/perbedaan-kartu-prabayar-dan-pascabayar/>*
- Purnomo Edwin Setyo. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best AutoWorks"*.
- Roni Afrianto Hutapea, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan*
- Roni Afrianto Hutapea. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan*.

- Rosmanuddin, Safriandi A. *Makna Prabayar dan Pascabayar yang kini salah kaprah*, dikutip dari <http://portalsatu.com/read/budaya/makna-prabayar-dan-pascabayar-yang-kini-salah-kaprah-24389>
- Setyani, *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas PGRI. 2016
- Setyo, Purnomo Edwin. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best AutoWorks"*.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta. 2011
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran* edisi kedua. Yogyakarta: ANDI. 1995
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran* Edisi Empat. Yogyakarta: Andi Offset. 2005
- Wardani, Tri Ulfa. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GOJE*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. 2017
- Wibisono, Lusiana Eka. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4G XL di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2016
- Yamit, Zulian. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia. 2005
- Yanuarti, Agnes Nina. *Pengaruh Harga, Promosi dan Layanan Operator Seluler XL Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Pra*

Bayar XL di Kecamatan Pakem Sleman Yogyakarta). Yogyakarta:
Universitas Sanata Dharma. 2009