

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS MAHASISWA
PRODI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
KALIMANTAN TIMUR)**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Achmad Maulana
1811101431007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
APRIL 2022**

**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu
Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas
Muhammadiyah Kalimantan Timur)**

Naskah Publikasi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Achmad Maulana
1811101431007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
APRIL 2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

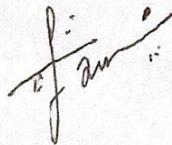
NASKAH PUBLIKASI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS
MAHASISWA PRODI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR)**

Oleh :
Achmad Maulana
1811102431007

Samarinda, 28 Juni 2022

Telah disetujui oleh :
Pembimbing,



Ermi Utami, S.E., ME
NIDN.1101018802

LEMBAR PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS MAHASISWA
PRODI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
KALIMANTAN TIMUR)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Achmad Maulana

Nim : 1811102431007

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal Kamis, 30 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji I : Dewi Sartika, S.ST., M.M
(NIDN.1124129401)

()

Penguji II : Ermi Utami, S.E., M.E.
(NIDN.1101018802)

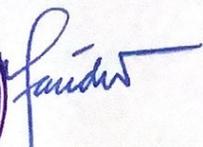
()

Mengetahui :

Dekan

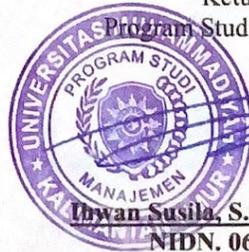
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik

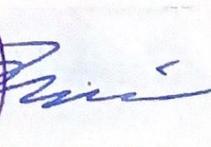



M. Farid Wajdi, M.M., Ph. D.
NIDN. 06056056501

Ketua

Program Studi Manajemen




Iwan Susila, S.E., M.Si., Ph. D.
NIDN. 0620107201

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Achmad Maulana

Nim : 1811102431007

Program Studi : Manajemen

Surel : lanaachmad4535@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 14 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Achmad Maulana

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur)

Achmad Maulana^{1*}, Ermi Utami², Dewi Sartika³
^{1,2 Universitas} Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.
*Kontak Email: lanaachmad4535@gmail.com

Abstrak

Tujuan studi: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu Telkomsel pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Metodologi: Pendekatan kuantitatif menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini. Objek penelitian adalah kartu Telkomsel pada mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Populasi pada objek tidak diketahui dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Sampel ditentukan menggunakan rumus Hair, sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dibagikan melalui *google form* yang akan disusun dengan menggunakan penskalaan likert. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis dengan menggunakan *software SPSS*.

Hasil: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Manfaat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk menjadi salah masukan penilaian pada kepuasan pelanggan pada pihak Telkomsel mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat lebih meningkatkan kualitas produk.

Abstract

Purpose of study: This study aims to examine the effect of product quality on customer satisfaction of Telkomsel card users on S1 Management Students, Muhammadiyah University, East Kalimantan

Methodology: The quantitative approach is the method used in this research. The object of the research is the Telkomsel card for undergraduate management students at the Muhammadiyah University of East Kalimantan. The population of the object is unknown and the sampling technique used is probability sampling. The sample was determined using the Hair formula, the sample was taken using a purposive sampling technique, with data collection using a questionnaire distributed through a google form which will be compiled using a Likert scale. The analysis technique used is simple linear regression analysis with validity test, reliability test, and hypothesis testing using SPSS software.

Results: The results of this study indicate that the product quality variable has a positive effect on customer satisfaction with Telkomsel cards in S1 Management Students, Muhammadiyah University, East Kalimantan.

Applications: The results of this study are expected to help to become an input for the assessment of customer satisfaction on the part of Telkomsel to know the needs and desires of customers in order to further improve product quality.

Kata kunci: *Kualitas produk, Kepuasan pelanggan, dan Kartu Telkomsel*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di masa sekarang memberikan banyak kemudahan sehingga memungkinkan manusia untuk melakukan segala hal dengan bantuan teknologi, contohnya adalah komunikasi. Di era pesatnya perkembangan teknologi, terciptalah sebuah alat komunikasi berupa telepon genggam sehingga surat menyurat sudah jarang digunakan sebagai satu-satunya cara untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Telepon genggam menjadi pilihan utama untuk digunakan, selain dapat membantu komunikasi jarak jauh juga mudah untuk dibawa kemana saja. Semakin banyaknya pengguna telepon genggam tentu diperlukan jangkauan jaringan yang semakin luas sehingga dapat membantu setiap orang menggunakannya sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini para penyedia jaringan telekomunikasi berlomba-lomba untuk menghadirkan banyak pilihan kartu SIM. Keadaan semacam ini memaksa perusahaan telekomunikasi untuk menerapkan strategi mempertahankan posisi produknya agar terus baik di pasaran.

Untuk melihat suatu produk tersebut dikatakan baik, bisa dilihat dari kualitas produk. Wijaya (2011) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono, F., & Diana, 2018), merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Sedangkan menurut (Kotler, Philip dan Keller, 2012), mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Perusahaan Telkomsel adalah salah satu perusahaan operator telekomunikasi seluler terbesar dari sekian banyak perusahaan penyedia layanan telekomunikasi di Indonesia yang mengedepankan kualitas produk dan kepuasan pelanggan sumber (PT. Telkom Indonesia, n.d.). Perusahaan Telkomsel menyediakan kartu SIM Telkomsel yang bergerak dalam bidang

telekomunikasi khususnya telepon seluler dengan sistem GSM (*Global System for Mobile*) yang memiliki berbagai merek produk yang dipasarkan di Indonesia. Seperti Kartu As, Simpati, dan Halo yang tentunya dengan banyak macam pilihan layanan di dalamnya yang bisa kita pilih sesuai dengan kebutuhan. Kartu Telkomsel memiliki jumlah pengguna seluler sebanyak 169,5 juta pelanggan (sumber www.Telkomsel.com). Banyak jumlah pelanggan membuat Telkomsel menciptakan aplikasi My Telkomsel yang dapat memudahkan pelanggan untuk membeli produk-produk yang ada didalam kartu tersebut. dengan adanya fitur terbaru maka para pelanggan merasa puas dan secara tidak langsung merekomendasikan kartu Telkomsel pada teman dan kerabat yang dapat meningkatkan penjualan kartu Telkomsel.

Menurut wawancara penulis dengan sekelompok mahasiswa S1 manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur dimasa pandemi saat ini, jaringan dan kualitas layanan kartu Telkomsel sangat membantu jalannya perkuliahan secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari kartu Telkomsel yang sangat baik membuat para pelanggannya merasa puasa. Beberapa teori pendukung hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Harahap, 2017; Lesmana, 2019; Mahira et al., 2021). Namun hasil tersebut berbeda dengan temuan yang dilakukan (Andalusi, 2018), yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari uraian permasalahan dan kesenjangan dari penelitian sebelumnya, penelitian bermaksud untuk mengklasifikasi kembali pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk dapat dijadikan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran dengan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.1. Manajemen Pemasaran

Menurut (Tjiptono,F.,& Diana, 2016) menyatakan bahwa “Pemasaran mempunyai tujuan yang beragam, diantaranya adalah mewujudkan kesejahteraan perusahaan dan pelanggan, mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi serta memperoleh manfaat yang didapatkan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan Kemudian diikuti juga dengan pernyataannya bahwa pemasaran berkaitan dengan sebuah memuaskan kebutuhan pelanggan. Manajemen pemasaran menurut (Kotler, Philip dan Keller, 2012) dalam penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi.

1.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono,F.,& Diana, 2018), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. kepuasan pelanggan merupakan hasil proses evaluasi antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan pengalaman pada saat melakukan pembelian serta sesudah melakukan pembelian. Harapan dan kinerja aktual akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam mempersepsikan kualitas suatu jasa persepsi terhadap kualitas jasa merefleksikan evaluasi terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan untuk pekerjaan produk atau layanan dalam memfasilitasi harapan pelanggan. Pelanggan puas ketika harapan mereka terpenuhi atau sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

1.3 Kualitas Produk

Menurut (Wijaya, 2011), menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari berbagai pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk bukan hanya berupa suatu yang berbentuk saja, semacam makanan, busana, serta serupanya, hendak namun pula suatu yang tidak berbentuk semacam jasa pelayanan. Seluruh diperuntukkan untuk pelampiasan keinginan serta kemauan (*need & wants*) dari pelanggan. Hubungan kualitas produk oleh perusahaan yang terkait erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas Produk yang disediakan oleh perusahaan harus sesuai dengan jenis dan kondisi produk perusahaan, bahkan jika produknya cocok untuk perusahaan memenuhi harapan konsumen, tetapi tidak didukung oleh kualitas produk baik dan benar kemudian mengarah ke gagal tampil kepuasan pelanggan (Halin, 2018).

1.4 Hipotesis

Berdasarkan model konseptual diatas hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Diduga kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

H₁: Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

2. METODOLOGI

Pendekatan kuantitatif digunakan sebagai metode pada penelitian ini, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk(X) terhadap kepuasan pelanggan(Y) kartu Telkomsel pada seluruh mahasiswa S1 manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang jumlahnya tidak diketahui angkanya.

2.1 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* yang digunakan untuk menentukan sampel ialah *purposive sampling*, dimana penulis menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus. (Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, 2010)

Jumlah sampel = jumlah indikator dikali 5-10

Dalam penelitian ini total terdapat 11 indikator, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

Jumlah sampel = 11 X 9 = 99 responden .

2.2 Pengukuran Variabel

Data dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Pendekatan skala Likert akan digunakan untuk membuat kuesioner. Skala Likert merupakan skala lima poin yang dimaksudkan untuk menilai seberapa kuat subjek setuju pada sebuah pernyataan, dengan poin jangkar berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
Tidak Setuju (TS)	= 2
Ragu/Netral	= 3
Setuju (S)	= 4
Sangat Setuju (SS)	= 5

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini diperoleh langsung dari responden sebagai data primer. Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada data yang tidak langsung, seperti dari dokumen, data-data, buku-buku, jurnal-jurnal, media elektronik dan sumber data yang lainnya yang berkaitan dengan penelitian kuantitatif karena menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pengumpulan data ini tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan informasi dari responden sesuai dengan ruang lingkup penelitian, yang terdiri atas observasi, kuisisioner, dan kepustakaan.

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana disertai dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Analisis ini yang hanya digunakan untuk satu variabel bebas dan variabel terikat. Tujuan dari penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besarnya nilai variabel dependen (dependen) dipengaruhi oleh variabel bebas (independen) dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e \tag{1}$$

- A = konstanta
- e = eror
- Y = Variabel terikat
- X = Variabel bebas

3. HASIL DAN DISKUSI

3.1 Karakteristik Koreponden

Tabel 1: Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
19-23 tahun	87	87,9
24- 28 tahun	10	10,1
29- 41 tahun	2	2,0
Total	99	100,0

Pada Tabel 1, bahwa jumlah responden sebanyak 99 orang pada Prodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur responden berusia 19-23 tahun sebanyak 87 responden, 24-28 tahun sebanyak 10 responden dan 29-41 tahun sebanyak 2 responden.

Tabel 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	32	32,3
Perempuan	67	67,7
Total	99	100,0

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa dengan jumlah 99 responden dapat dijelaskan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 32 responden dan jumlah responden perempuan berjumlah 67 responden.

3.2 Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas suatu data yang dikatakan valid apabila memenuhi syarat, nilai r hitung (*loading analysis*) bernilai positif dan r hitung > r korelasi, dan r korelasi adalah sebesar > 0,5.

Tabel 3: Uji Validitas Kualitas Produk

Dimensi Variabel	Butir Pernyataan	Pearson Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
Kinerja (X1) Keistimewaan produk(X2)	KP 1	0,794	0.1966	Valid
	KP 2	0,747		Valid
Keterandalan (X3)	KP 3	0,745		Valid
Kesesuaian (X4) Kemampuan pelayanan (X5)	KP 4	0,728		Valid
	KP 5	0,833		Valid
Kualitas yang dirasakan(X6)	KP 6	0,682		Valid
	Ketahanan(X7)	KP 7		0,808
Estetika(X8)	KP 8	0,790		Valid
	KP9	0,731		Valid

Berdasarkan Tabel 3, dijelaskan bahwa semua butir pernyataan dapat dikatakan valid, karena nilai pada setiap butir pernyataan tersebut mempunyai nilai r korelasi > 0,5. Tetapi pada nilai validitas indikator untuk pernyataan kualitas yang dirasakan (X6), KP6 dengan skor 0,682 adalah tergolong yang paling rendah diantara nilai indikator yang lainnya, dalam hal ini penyebabnya karena adanya salah satu produk kartu Telkomsel yaitu kartu As yang masa tenggangnya yaitu 30 hari. Sedangkan nilai validitas indikator untuk pernyataan (X5), KP5 dengan skor 0,833 adalah tergolong yang paling tinggi diantara skor indikator yang lainnya, hal ini dapat disebabkan produk kartu Telkomsel sangat mudah didapatkan dan respon perbaikannya pun sangat cepat dan tanggap.

Tabel 4: Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Dimensi variabel	Butir Pernyataan	Pearson Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
Kesesuaian Harapan (Y1)	KP 1	0,919	0.1966	Valid
Minat Berkunjung Kembali (Y2)	KP 2	0,899		Valid
	Kesedihan merekomendasikan (Y3)	KP 3		0,899
	KP 4	0,870		Valid

Berdasarkan Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah valid, ini dapat dilihat pada butir pernyataan tersebut mempunyai nilai r tabel 0,1663 dilihat dari hasil nilai validitas tersebut, pada indikator kesediaan merekomendasikan (Y3), KP4 dengan skor 0,870 memiliki angka skor yang paling rendah, diantara indikator yang lain, hal ini dikarena kebanyakan tidak terpengaruh teman-teman untuk membeli kartu telkomsel di karena telah terbiasa menggunakan operator lain. Sedangkan nilai validitas untuk kesesuaian harapan (Y1), KPI merupakan skor tertinggi dari indikator yang lainnya, hal ini dapat disebabkan produk telkomsel mempunyai kualitas yang sangat baik.

3.3 Uji Reliabilitas

Tabel 5: Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Centof Value	Kesimpulan
Kualitas Produk (X)	0,909	0,7	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,917	0,7	Reliable

Berdasarkan Tabel 5, dihasilkan data responden yang telah diterima, yaitu hasil uji reliabilitas penelitian menunjukkan bahwa nilai cronbach's Alpha dari keseluruhan pada indikator variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan ialah lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa kedua variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel dikarena nilai yang dihasilkan melebihi 0,7 atau semakin mendekati angka 1.

3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

$$Y = -2.793 + 0.485 X + e \quad (2)$$

Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar -2.793, artinya apabila variabel kualitas produk(X) =0, maka nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar -2.793. Nilai koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,485 yang artinya setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk sebesar 1% maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 48,5% atau sebaliknya setiap terjadi penurunan kualitas produk sebesar 1% maka kepuasan pelanggan menurun sebesar 48,5%.

3.5 Uji Hipotesis

Tabel 6: Hasil Uji Hipotesis

Faktor	Beta	T hitung	T tabel	P
Kualitas produk	0,485	10,497	1,1966	0,000

Berdasarkan perhitungan *degree of freedom* $df = n - k - 1 = 99 - 2 - 1 = 96$, maka t tabel dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 1,661 dan nilai t hitung sebesar $10,497 > 0,000$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil yang telah diolah diatas dapat dikatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dibuktikan bahwa produk kartu Telkomsel sesuai harapan pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Kartu Telkomsel memiliki kinerja jaringan yang sangat baik. Telkomsel yang memiliki jangkauan sinyal dan kualitas yang baik membuat mahasiswa tidak merasa dikecewakan dengan kartu Telkomsel. Dengan mendapatkan jaringan yang baik pada saat cuaca seperti hujan hal ini menjadi nilai lebih di hati pengguna kartu Telkomsel. Apabila terjadi kerusakan pada jaringan maka akan dilakukan perbaikan yang relatif cepat, kartu Telkomsel juga sangatlah mudah untuk digunakan dan diperbaiki yang juga dapat mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan pembelian ulang pada kartu Telkomsel, dengan demikian kartu Telkomsel mudah dikenal masyarakat.

Dengan adanya pembahasan diatas maka para pengguna kartu Telkomsel merasa produk kartu Telkomsel sesuai dengan keinginan dan harapan mereka saat melakukan pembelian dan penggunaan produk dari Telkomsel. Berdasarkan pada hal ini didukung dengan penelitian terdahulu beberapa teori pendukung hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Harahap, 2017),(Ritonga et al., 2020).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian data kuantitatif yang diolah dengan kuesioner yang dibagikan menggunakan google form dengan jumlah 99 responden. Dari hasil analisis regresi linier sederhana untuk variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur diketahui bahwa berpengaruh signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, maka hipotesis yang telah ditentukan H diterima, sehingga hasil analisis tersebut dinyatakan signifikan.

SARAN DAN REKOMENDASI

Peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk lebih meningkatkan jangkauan sinyal dan jaringan yang lebih baik lagi pada kartu Telkomsel, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang positif yang dapat membantu kemajuan pada kepuasan pelanggan dan perusahaan kartu Telkomsel.

REFERENSI

- Arikunto.s. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8TH. ED)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang pada PT Semen Baturaja (Persero) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.35908/jeg.v3i2.477>
- Harahap, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan. *Manajemen Tools*, 7(1), 77–84.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P. A. (2012). (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- PT. Telkom Indonesia. (n.d.). *Laporan Tahunan TELKOM 2020 INDO 1 mei*.
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Santoso, S. (n.d.). *Panduan Lengkap Spss Versi 20*. PT Elex Media Komputindo.
- Sitanggang, J. M., Sinulingga, S., & Fachruddin, K. A. (2019). Analysis Of The Effect Of Product Quality On Customer Satisfaction And Customer Loyalty Of Indihome ATPT Telkom Regional 1 Sumatera, Medan, North Sumatra, Indonesia. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 2(3), 26–37.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Susanti, N., & Jasmani, J. (2020). The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Mitra 10 in Depok. *Jurnal Office*, 5(2), 75. <https://doi.org/10.26858/jo.v5i2.13379>
- Syafarudin, A. (2021). The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty in the Era Covid-19. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1), 71–83. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (2nd ed)*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Andi (ed.)).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2018). *Pelanggan Puas? Tak Cukup*. Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. andi.
- Wijaya, T. (2011). *manajemen Kualitas jasa Edisi 1*. INDEKS.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data variabel Kualitas produk

x1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	4	4.0	4.0	6.1
	Netral	14	14.1	14.1	20.2
	Setuju	46	46.5	46.5	66.7
	sangat setuju	33	33.3	33.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	5	5.1	5.1	7.1
	Netral	38	38.4	38.4	45.5
	Setuju	40	40.4	40.4	85.9
	sangat setuju	14	14.1	14.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	6	6.1	6.1	8.1
	Netral	24	24.2	24.2	32.3
	Setuju	46	46.5	46.5	78.8
	sangat setuju	21	21.2	21.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	sangat tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	tidak setuju	7	7.1	7.1	10.1
	Netral	44	44.4	44.4	54.5
	Setuju	36	36.4	36.4	90.9
	sangat setuju	9	9.1	9.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	2	2.0	2.0	4.0
	Netral	19	19.2	19.2	23.2
	Setuju	59	59.6	59.6	82.8
	sangat setuju	17	17.2	17.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	4	4.0	4.0	6.1
	Netral	29	29.3	29.3	35.4
	Setuju	45	45.5	45.5	80.8
	sangat setuju	19	19.2	19.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	tidak setuju	4	4.0	4.0	5.1
	Netral	22	22.2	22.2	27.3
	Setuju	53	53.5	53.5	80.8
	sangat setuju	19	19.2	19.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	tidak setuju	4	4.0	4.0	5.1
	Netral	26	26.3	26.3	31.3
	Setuju	46	46.5	46.5	77.8
	sangat setuju	22	22.2	22.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

x9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	tidak setuju	1	1.0	1.0	4.0
	Netral	8	8.1	8.1	12.1
	Setuju	43	43.4	43.4	55.6
	sangat setuju	44	44.4	44.4	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Lampiran 2 Hasil Responden Kepuasan Pelanggan

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5.1	5.1	5.1
	tidak setuju	6	6.1	6.1	11.1
	Netral	25	25.3	25.3	36.4
	Setuju	43	43.4	43.4	79.8
	sangat setuju	20	20.2	20.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	sangat tidak setuju	6	6.1	6.1	6.1
	tidak setuju	7	7.1	7.1	13.1
	Netral	30	30.3	30.3	43.4
	Setuju	37	37.4	37.4	80.8
	sangat setuju	19	19.2	19.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	7.1	7.1	7.1
	tidak setuju	13	13.1	13.1	20.2
	Netral	26	26.3	26.3	46.5
	Setuju	33	33.3	33.3	79.8
	sangat setuju	20	20.2	20.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	10	10.1	10.1	10.1
	tidak setuju	13	13.1	13.1	23.2
	Netral	35	35.4	35.4	58.6
	Setuju	30	30.3	30.3	88.9
	sangat setuju	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kesesuaian Harapan						
1.	Produk kartu Telkomsel sesuai dengan harapan saya					
Minat Berkunjung Kembali						
2	Pelanggan sering membicarakan produk telkomsel pada orang lain.					
Kesediaan Merekomendasikan						
3	Saya ingin menjadikan Telkomsel sebagai produk pilihan utama					
4	Saya tertarik menggali informasi tentang produk telkomsel					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kinerja						
1.	Produk Telkomsel memiliki jangkauan sinyal dan kualitas jaringan yang baik.					
keistimewaan produk						
2	Produk yang ditawarkan oleh Telkomsel berbeda dari yang lainnya.					
Keterandalan						
3	Produk Telkomsel dapat menjalankan fungsi dengan baik saat cuaca hujan.					
Kesesuaian						
4	Waktu perbaikan jaringan saat terjadi gangguan sampai jaringan bisa digunakan relatif cepat.					
kemampuan pelayanan						
5	Produk Telkomsel mudah digunakan dan mudah diperbaiki					

kualitas yang dirasakan					
6	Jika mendengar produk Telkomsel teringat akan kualitas masa aktif kartu yang lama.				
Ketahanan					
7	Kartu Telkomsel memiliki daya tahan secara fisik yang lama sebelum mengalami penurunan kualitas.				
Estetika					
8	Fitur pada aplikasi MyTelkomsel sangat menarik				
9	Telkomsel memiliki Logo dan Grapari dengan warna yang khas yaitu Merah.				

Lampiran 3 Hasil pengolahan data dengan spss 22

Hasil Uji Validitas Kualitas produk

		Correlations				
		x1	x2	x3	x4	x5
x1	Pearson Correlation	1	.583**	.662**	.491**	.624**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x2	Pearson Correlation	.583**	1	.493**	.427**	.586**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x3	Pearson Correlation	.662**	.493**	1	.623**	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x4	Pearson Correlation	.491**	.427**	.623**	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
x5	Pearson Correlation	.624**	.586**	.473**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99
x6	Pearson Correlation	.321**	.444**	.365**	.412**	.561**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x7	Pearson Correlation	.538**	.529**	.578**	.505**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x8	Pearson Correlation	.592**	.553**	.456**	.514**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x9	Pearson Correlation	.607**	.506**	.419**	.380**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.794**	.747**	.745**	.728**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99

Correlations

		x6	x7	x8	x9	Kualitas Produk
x1	Pearson Correlation	.321**	.538**	.592**	.607**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x2	Pearson Correlation	.444**	.529**	.553**	.506**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99

x3	Pearson Correlation	.365**	.578**	.456**	.419**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x4	Pearson Correlation	.412**	.505**	.514**	.380**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x5	Pearson Correlation	.561**	.663**	.614**	.587**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x6	Pearson Correlation	1	.596**	.550**	.446**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x7	Pearson Correlation	.596**	1	.622**	.536**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x8	Pearson Correlation	.550**	.622**	1	.527**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x9	Pearson Correlation	.446**	.536**	.527**	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.682**	.808**	.790**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

HASIL PENGOLAHAN DATA DENGAN SPSS 22

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

		Correlations			
		y1	y2	y3	y4
y1	Pearson Correlation	1	.854**	.766**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99

y2	Pearson Correlation	.854**	1	.704**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99
y3	Pearson Correlation	.766**	.704**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99
y4	Pearson Correlation	.691**	.682**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.919**	.899**	.899**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99

Correlations

		Kepuasan Pelanggan
y1	Pearson Correlation	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	99
y2	Pearson Correlation	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	99
y3	Pearson Correlation	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	99
y4	Pearson Correlation	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	99
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	99

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Hasil uji
Kualitas Produk (X)	0,909	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,917	Reliable

Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Sederhana dan Uji T

Coefficients^a

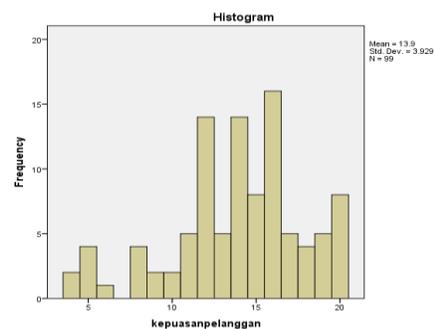
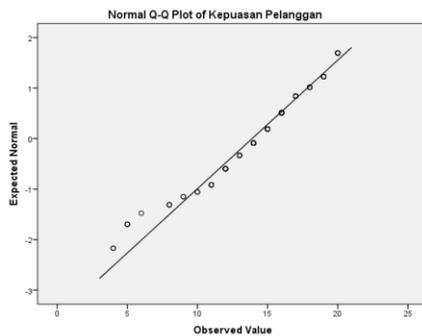
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.793	1.613		-1.731	.087
	Kualitas Produk	.485	.046	.729	10.497	.000

Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.532	.527	2.702

Lampiran 8 Hasil Uji normalitas



M															
i	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s															
n															
g															
Me	4														
an	.	3.60	3.79	3.41	3.88	3.76	3.86	3.85	4.25	3.68	3.57	3.46	3.19		
	5														

Lampiran 10 Tabel usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-23	87	87.9	87.9	87.9
	24-28	10	10.1	10.1	98.0
	29-41	2	2.0	2.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel jenis kelamin

Jeniskelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	32	32.3	32.3	32.3
	2.00	67	67.7	67.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ACHMAD MAULANA
 NIM : 1811102431007
 Program Studi : SI Manajemen
 Bimbingan Mulai : _____
 Judul Skripsi : Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
di Jakarta Teknisi C studi kasus mahasiswa prodi
Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
1	3/02/22	komitmen Komitmen untuk pengerjaan skripsi	
2	7/02/22	Mencairi Jurnal	
3	14/02/22	Pengusunan Bab 2 dan Fix untuk judul	
4	24/02/22	Ritview Bab 2 dari teman kelompok	
5	4/03/22	Pengusunan Bab 3 dan Ritvi bab 2	
6	14/03/22	Revisi bab 2 dan bab 3	
7	23/03/22	Pengusunan bab 1	
8	28/03/22	Revisi bab 1, 2 dan 3	

Samarinda, ..30 Maret... 2022

Pembimbing,



(Ermi Utami, SE, M.E.
NIDN. 1101018802)

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur)

by Achmad Maulana Np 0411

Submission date: 04-Nov-2022 10:21AM (UTC+0800)

Submission ID: 1944027576

File name: NASKAH_PUBLIKASI_ACHMAD_MAULANA.docx (47.45K)

Word count: 3006

Character count: 19459

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur)

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

28%

INTERNET SOURCES

19%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.ums.ac.id Internet Source	2%
2	eprints.upj.ac.id Internet Source	2%
3	www.jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source	2%
4	journals.umkt.ac.id Internet Source	1%
5	conference.upnvj.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Monash University Student Paper	1%
7	Gugup Tugi Prihatma. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Jasa Kapal Penyebrangan Di PT Trisakti Lautan Mas Cabang Bakauheni, Lampung", Jurnal Manajemen, 2020	1%