

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Di Kota Sukabumi

Gagas Agassi Pangdugi^{1*}, Ce Gunawan²

^{1,2} Institut Manajemen Wiyata Indonesia¹

¹ Gagassanalis@gmail.com*, ² Cegunawan28@gmail.com

Received 09 Mei 2021 | Revised 19 Mei 2021 | Accepted 22 Mei 2021

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indosat di kota Sukabumi dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Pengujian ini dilakukan menggunakan bantuan Software Statistic SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine all the effects of product quality and price on Indosat SIM card purchasing decisions. This study uses a quantitative method with an associative approach. The population in this study were Indosat customers in the city of Sukabumi with a total sample of 100 people. The data technique used a questionnaire. The data analysis technique used is the instrument test method, classical assumption test, multiple linear analysis, and hypothesis testing. This test was carried out using the help of SPSS 22 Statistics Software. The results showed that the Product Quality and Price variables partially had a positive and significant effect partially on Purchasing Decisions.

Keywords: Product Quality; Price; Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Era masyarakat digital di Indonesia salah satunya merujuk pada cepatnya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), khususnya industri telekomunikasi dalam beberapa tahun terakhir ini. Telah terjadi peralihan dari penggunaan telepon tetap kabel menjadi penggunaan telepon seluler. Selain itu, dengan semakin meningkatnya perkembangan telekomunikasi di Indonesia, sekarang dikenal istilah “Ekonomi Digital” yang memasuki daerah perkotaan dan pedesaan di Indonesia. Telekomunikasi telah meniadakan batas-batas jarak dan mereduksi perbedaan antara masyarakat di daerah perkotaan dan pedesaan.

Pada perkembangannya saat ini banyak kita temui jenis operator yang mewarnai jaringan telekomunikasi seluler yang berbasis GSM terutama yang ada di Indonesia salah satunya PT Indosat Tbk. Berdasarkan pada keadaan perusahaan saat ini, di PT Indosat ditemukan masalah yang berkenaan dengan Kualitas Produk dan Harga nya. sebagai contoh Hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia (APJII) mencatat 45,1% pengguna internet melalui ponsel di Indonesia menggunakan layanan operator telkomsel. Sebanyak 19,5% responden memilih Indosat untuk berinternet, 16,9% responden memilih XL Axiata, 10,8% memilih Tri, 4,6% responden memilih smartfren untuk berinternet melalui ponsel, 2,8% menjawab tidak tahu dan 0,3 tidak menjawab.

Tabel 1. Data Pengguna Operator Seluler Saat Berinternet

Nama Operator	Persen (%)
Telkomsel	45,1
Indosat	19,5
XL Axiata	16,9
Tri	10,8
Smartfren	4,6
Tidak tahu	2,8
Tidak menjawab	0,3

Masalah utama pada perusahaan Indosat adalah Loyalitas Pelanggan. Dari 3 tahun terakhir pengguna PT Indosat selalu mengalami penurunan. Telkomsel sebagai salah satu provider di Indonesia selalu menjadi urutan pertama dalam hal jumlah pengguna. Bisa dilihat pada tabel 2 kuartal I-II 2019 telkomsel unggul dengan 168 juta pengguna sebaliknya pengguna XL dan Indosat hanya sebanyak 57 pengguna. Indosat kalah dari Telkomsel yang mampu mengungguli pesaingnya karena perusahaan ekspansif mengakuisisi pengguna yang berada diluar jawa. Sedangkan kedua pesaingnya masih berfokus pada kota-kota di jawa dan sebagian kota besar diluar jawa.

Tabel 3. Data Pengguna Provider

Quartal	Nama Provider	Peringkat	Jumlah Pengguna
Q4 2017	Telkomsel	1	196.000.000
	Indosat	2	110.000.000
	XL	3	54.000.000
Q1 2018	Telkomsel	1	193.000.000
	Indosat	2	96.000.000
	XL	3	55.000.000
Q2 2018	Telkomsel	1	178.000.000
	Indosat	2	75.000.000
	XL	3	53.000.000
Q3 2018	Telkomsel	1	168.000.000
	Indosat	2	64.000.000
	XL	3	54.000.000
Q4 2018	Telkomsel	1	163.000.000
	Indosat	2	58.000.000
	XL	3	55.000.000
Q1 2019	Telkomsel	1	169.000.000
	Indosat	2	55.000.000
	XL	3	53.000.000
Q2 2019	Telkomsel	1	168.000.000
	Indosat	2	57.000.000
	XL	3	57.000.000

Sumber: (Databoks, 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui Kualitas Produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Indosat dan 2) Mengetahui Harga yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau fasilitas yang bergantung pada kapasitasnya untuk mencukupi keinginan pelanggan yang dinyatakan (Kotler & Armstrong, 2016). Indikator Kualitas Produk yaitu: 1) Kinerja: adalah karakter praktik dasar dari produk inti yang dibeli. 2) Reliabilitas: yaitu peluang kecil hendak menemui kerusakan. 3) Daya tahan: yaitu berhubungan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

Harga

(Kotler & Keller, 2016) mengemukakan bahwa harga merupakan satu satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemenelemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Indikator Harga yaitu: 1) Keterjangkauan harga produk: adalah strategi setiap perusahaan dalam membuat harga agar terjangkau pelanggan. 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk: adalah apabila harga tinggi sebuah produk harus selaras dengan kualitas produk tersebut. 3) Daya saing produk: adalah seberapa baik produk tersebut dalam bersaing.

Keputusan Pembelian

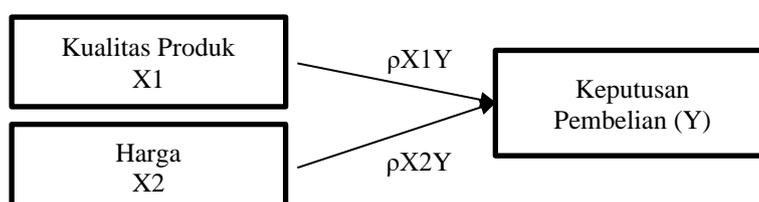
Menurut Kotler (2014:184) keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Indikator Keputusan pembelian yaitu: 1) Pemrakarsa: Orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu. 2) Pemberi pengaruh: Orang yang memberi pandangan, nasihat, atau pendapat sehingga dapat membantu keputusan pembelian. 3) Pengambil keputusan: Orang yang menentukan keputusan pembelian, apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana cara membeli, atau dimana membelinya.

Penelitian Terdahulu

1. Suti (2013) melakukan penelitian berjudul pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Esia di Kota Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan Secara simultan dan parsial variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Esia di Kota Manado.
2. Jayadi (2013) melakukan penelitian berjudul analisis pengaruh kualitas produk, harga, WOM dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, WOM dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, WOM dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Putri (2014) melakukan penelitian berjudul analisis citra merek, kualitas produk, harga, WOM terhadap keputusan pembelian Notebook Toshiba. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk, harga, WOM terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini:

H1: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H3: Kualitas produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Kota Sukabumi. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Dengan menggunakan metode sampel, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat pengguna provider internet. Analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan bantuan Software IBM SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 22 for windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 4. Hasil Uji koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.478 ^a	.229	.213	1.77995

a.Predictors: (Constant), X2, X1

b.Dependent Variable: Y

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	91.191	2	45.595	14.391	.000 ^b
Residual	307.319	97	3.168		
Total	398.510	99			

a.Dependent Variable: Y

b.Predictors: (Constant), X2, X1

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.405	1.584		5.307	.000
X1	.453	.097	.436	4.658	.000
X2	.153	.139	.103	1.104	.272

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t hitung pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli sebesar 4.658 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli kartu perdana Indosat di Kota Sukabumi. Kualitas produk adalah kemampuan indosat untuk memberikan identitas atau ciri pada kartu perdana indosat, sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 346) produk adalah "Segala sesuatu yang dapat

ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan". Daya tahan chip kartu Indosat bagus walau dipindah-pindah ke slot kartu hp lain tidak cepat rusak sehingga konsumen tertarik untuk membeli kartu Indosat dan jaringan Indosat luas serta mencakup perdesaan sehingga konsumen tertarik untuk membeli kartu Indosat.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t hitung pengaruh harga terhadap keputusan membeli sebesar 1.104 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan membeli kartu perdana Indosat di Kota Sukabumi. Bilamana harga terjangkau, kapabilitas beradu harga, keselarasan harga dengan kualitas ditingkatkan maka keputusan membeli tentu meningkat namun kenaikan tidak signifikan. Hal ini disebabkan karena harga kartu perdana indosat lebih murah dari produk lain dan tarif pulsa Indosat lebih murah dibandingkan kartu perdana lain.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t hitung pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli sebesar 4.658 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Nilai t hitung pengaruh harga terhadap keputusan membeli sebesar 1.104 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan membeli kartu perdana Indosat di Kota Sukabumi.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli kartu perdana Indosat di Kota Sukabumi.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli kartu perdana Indosat di Kota Sukabumi.
3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.

Saran

Meningkatkan kualitas produk dengan cara:

1. Meningkatkan kemudahan perbaikan apabila terjadi kerusakan yaitu dengan cara menambah gerai untuk pelayanan.
2. Meningkatkan kemudahan dalam melakukan pengecekan pulsa dan sisa kuota internet, yaitu dengan cara membuat akses khusus lewat sms atau pesan untuk pengecekan yang lebih mudah.
3. Meningkatkan masa aktif kartu prabayar indosat. Misalnya penambahan masa aktif sesuai dengan pengisian pulsa, semakin tinggi pengisian penambahan masa aktif akan semakin lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. K. (2012). *Peinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, P. K. (2014). *Principle of Marketing edition 15th*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Amstrong, P. K. (2015). *Marketing*. Opresnik: M.O.
- Amstrong, P. K. (2016). *Marketing Managemen edition 15th dialih bahasakan oleh Bob Sabran*. Pearson Education, Inc.
- Amstrong., P. K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Anwar, I. (2010, 04 01). *Telecom*. Retrieved from Menelusuri Perkembangan Ponsel di Indonesia: <https://tekno.kompas.com/read/2010/04/01/18352875/Menelusuri.Perkembangan.Ponsel.di.Indonesia>
- Badan Pusat Statistik 2019. (2019). *Statistik Telekomunikasi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik 2019.
- Bayu, D. J. (2020, 11 11). *Operator Seluler untuk Berinternet Melalui Ponsel*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/mayoritas-pengguna-ponsel-gunakan-telkomsel-saat-berinternet](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/mayoritas-pengguna-ponsel-gunakan-telkomsel-saat-berinternet)
- Indosatooredoo.com. (n.d.). *Sekilas tentang perusahaan*. Indosatooredoo.

- Intan, S. d. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. . Jurnal EMBA, 1465-1473.
- Keller, P. K. (2013). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kementrian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. (2015, 10 13). Berita Kominfo. Retrieved from Penerbitan SIM Prabayar Mulai 15 Desember: https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6199/menkominfo:+penerbitan+sim+prabayar+mulai+15+desember/0/berita_satker
- Kotler, P. (2010). Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Sebelas Jilid 1. . Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama). Yogyakarta: Andi.
- Rumengan, T. W. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. Jurnal EMBA, 684-694.
- Situmorang, P. G. (2008). Filsafat Ilmu dan Metode Riset. Medan: Usu Press.
- Tamara, N. H. (2019, 08 23). Pasang Surut Kinerja Tiga Raksasa Telekomunikasi. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/nazmi/analisisdata/5e9a57af9d231/pasang-surut-kinerja-tiga-raksasa-telekomunikasi>