



Pengaruh Harga, Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Simpati di Tegalsari Mandala-II Medan

Irma Raudhatul Jannah Pasaribu¹, Julianto Hutasuhut^{*2}, Anggia Sari Lubis³, Toni Hidayat⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan
Email: irmaraudhatuljannahpasaribu@gmail.com¹, julianto@umnaw.ac.id^{*2}, anggiasarilubis@umnaw.ac.id³,
tonihidayat@umnaw.ac.id⁴

(coresponding author: julianto@umnaw.ac.id)

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, satisfaction and trust on Simpati Card customer loyalty (Case Study of Tegal Sari Mandala II Village, Medan Denai District). Case of Tegal Sari Mandala II Village, Medan Denai District). This type of research is quantitative, with the population being the people of Tegal Sari Mandala II Village, Medan Denai Subdistrict who actively use the Simpati Simpati card at least 1 year of use. The sample size was set at 154 respondents, research instruments using questionnaire with Likert Scale data measurement scale. Data analysis techniques using tests validity, reliability and classical assumptions. To test the hypothesis used multiple linear regression analysis, t test, F test and R2 test and using the SPSS program. by using the help of the SPSS program. Research results, based on multiple regression test obtained a regression equation, namely $Y = 1.267 + 0.552 X_1 + 0.359 X_2 + 0.184 X_3$. Based on the t test: price partially has a positive and significant effect on customer loyalty. Satisfaction partially has a positive and significant effect on customer loyalty. Trust partially partially has a positive and significant effect on customer loyalty. In the test simultaneously: price, satisfaction and trust have an effect positive and significant effect on customer loyalty. And in the R2 test variable price, satisfaction and trust have a fairly close relationship with customer loyalty (Case Study of Tegal Sari Mandala II Village, Medan Denai District). (Case Study of Tegal Sari Mandala II Village, Medan Denai District).

Keywords: Price, Satisfaction, Trust, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Kartu Simpati (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai). Jenis penelitian kuantitatif, dengan populasi yaitu masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai yang aktif menggunakan kartu Simpati minimal 1 tahun pemakaian. Jumlah sampel ditetapkan sejumlah 154 responden, instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran data Skala Likert. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji R² serta dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hasil penelitian, berdasarkan uji regresi berganda diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 1,267 + 0,552 X_1 + 0,359 X_2 + 0,184 X_3$. Berdasarkan uji t: harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara uji simultan: harga, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan secara uji R² variabel harga, kepuasan dan kepercayaan memiliki hubungan yang cukup erat dengan loyalitas pelanggan (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai).

Kata kunci: Harga, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi akan terus berlangsung serta akan membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kondisi ini mengharuskan setiap individu dan organisasi untuk selalu memperhatikan dan merespon terhadap lingkungan sekitarnya. Salah satu aspek yang cepat berubah adalah di bidang teknologi informasi yang telah merubah perilaku konsumen. Dampak yang jelas terlihat dalam aktivitas sehari-hari manusia seperti cara memilih suatu produk, cara berkomunikasi, menetapkan keputusan pembelian dan lain sebagainya. Dalam



hal ini peranan internet merupakan sarat utama untuk memungkinkan berbagai aktivitas tersebut karena dapat memberikan informasi dengan lebih cepat, akurat, dan efisien. Internet, bahkan telah berkembang menjadi sesuatu yang sangat penting dalam aktifitas manusia sehingga menjadi bisnis yang menggiurkan. Setiap perusahaan yang bergerak di bidang operator atau penyedia jasa internet harus bersaing dalam kondisi yang sangat ketat karena permintaan terhadap internet terus meningkat. Salah satu contoh perusahaan yang menghadapi fakta ini adalah PT Telekomunikasi Selular (PT Telkomsel), sebuah perusahaan telekomunikasi digital terbesar di Indonesia dan merupakan anak perusahaan dari PT. Telkom (Persero). Strategi yang diterapkan perusahaan ini adalah bersifat jangka panjang yaitu mendapatkan keuntungan melalui loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan diartikan sebagai komitmen jangka panjang pelanggan terhadap perusahaan dan produknya. Komitmen tersebut diwujudkan melalui penerapan gaya konsumsi yang ketat dan santun yang menjadikan perusahaan dan produknya sebagai aspek terpenting dalam proses pelanggan karena akan berdampak negatif terhadap eksistensi perusahaan, [1]. Diperlukan proses yang panjang untuk mewujudkan loyalitas pelanggan. Proses yang menyangkut pencapaian dimasa mendatang ini dapat diwujudkan dengan meraih kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Kepercayaan merupakan variabel yang menghasilkan komitmen pelanggan dengan keterlibatan yang tinggi, dimana memberi efek yang kuat dalam penilaian pelanggan terhadap kepuasan konsumen secara keseluruhan, [2]. Kepercayaan pelanggan timbul karena adanya keyakinan dalam diri pelanggan bahwa harapannya dapat terpenuhi. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan kepada pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan, [2]. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Menurut [3] harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini, kesesuaian harga dengan manfaat akan berperan dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Menganalisis bisnis telekomunikasi, pada dua dekade terakhir persaingan pasar semakin ketat karena permintaan pasar terus meningkat. Hal ini juga berdampak pada semakin tingginya penawaran kartu pra bayarseperti kartu Simpati dan yang sejenisnya. Para operator hadir dengan menawarkan berbagai layanan mulai dari kualitas sinyal yang handal, jangkauan sinyal yang luas, berbagai variasi harga produk, kecepatan mengakses data hingga bonus-bonus lainnya. Setiap penawaran yang diberikan umumnya bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar yang disertai dengan kalimat persuasif dapat memenuhi harapan pelanggan. Hal ini diupayakan oleh setiap perusahaan agar pelanggan merasa puas dan percaya pada layanan yang ditawarkan serta konsumen memiliki loyalitas yang tinggi.

Salah satu daerah potensial di Indonesia yang banyak menggunakan kartu Simpati adalah kota Medan. Penjualan kartu prabayar tidak hanya dijual di toko-toko saja, tetapi sampai di pinggir jalan dengan menggunakan mini bus. Adapun para penjual kartu prabayar menawarkan layanan dari berbagai macam operator seperti kartu Three, Axis, XL, Indosat, dan Simpati. Dari berbagai macam produk ini secara fakta kartu Simpati masih menjadi primadona bagi konsumen. Perkembangan dan kehandalan kartu Simpati turut meningkatkan pangsa pasarnya karena memiliki keunggulan seperti untuk mengakses data melalui Simpati *Your Everyday Discoveries*, *Simpati Discovery*, *New Simpati Discovery*, *Simpati Shuffle*, *Simpati Groovy*, *Simpati Social Max*, *Simpati Gigamax 4G*, dan *Simpati Loop*. Produk kartu Simpati tersebut menawarkan layanan internet yang berbeda seperti waktu pemakaian, masa aktif, harga, dan jumlah kuota yang berbeda-beda sesuai jenis produknya. Kartu Simpati memiliki sinyal yang baik dengan jangkauan yang luas, akses data cepat, bonus kuota internet dan kelebihan lainnya.

Hal lainnya yang menjadi perhatian adalah maraknya penjualan kartu pra bayar dari berbagai operator menimbulkan persaingan semakin ketat. Dari semua kelebihan yang diberikan kartu Simpati, tidak sedikit yang mengungkapkan bahwa harga kartu Simpati lebih mahal dari kartu prabayar lainnya. Tidak sedikit juga pelanggan yang beralih kepada operator lain yang mempromosikan kartu yang lebih murah dengan layanan yang variatif. Hal ini menunjukkan pelanggan cenderung tidak loyal kepada satu operator. Pelanggan selalu mencari kartu yang murah dengan jaringan yang lebih luas terutama dapat diakses di daerah terpencil, cepat dalam mengakses. Beralihnya pelanggan pada operator lain menunjukkan ketidakpuasan dan ketidakpercayaan pelanggan pada satu operator. Niat membeli merupakan hasil evaluasi konsumen sehingga dapat menentukan niat membeli suatu produk atau jasa berdasarkan produk yang paling populer di kalangan konsumen, [4].



Harga yang lebih murah serta layanan yang lebih variatif yang ditawarkan operator lain juga berpotensi mendorong pelanggan untuk beralih dan berfikir mencoba produk operator lain. Namun, hal ini masih kurang berpengaruh pada loyalitas pelanggan kartu Simpati karena kualitas sinyal dengan jaringan yang luas serta kecepatan mengakses data yang diberikan kartu Simpati. Ini terbukti dengan penghargaan yang diterima Simpati oleh *top brand awards* pada tahun 2023 sebagai kartu pra bayar yang dipilih pelanggan dari operator lainnya. Data kartu pra bayar merek Simpati menunjukkan persentase yang lebih dominan dari merek kartu pra bayar lainnya. Di tahun 2024 tercatat bahwa Simpati menempati posisi pertama dengan persentase 34,70%, diikuti oleh IM3 17,50%, Tri 12,00%, XL 11,60%, dan AS 7,10%. Data ini menunjukkan kartu pra bayar Simpati masih diminati oleh masyarakat Indonesia.

Simpati terus melakukan inovasi untuk merespon kebutuhan pelanggan dan tetap unggul dalam bisnis telekomunikasi. Akhir-akhir ini, Simpati telah menghasilkan inovasi dengan meluncurkan jaringan 4G LTE (*Long Term Evolution*) yang merupakan jaringan tercepat di Indonesia. Inovasi ini merupakan pengembangan dari jaringan sebelumnya, yang memungkinkan pelanggan dapat mengakses data lebih cepat dengan biaya yang terjangkau. Simpati memberikan fasilitas untuk memuaskan pelanggan melalui setiap transformasi yang dilakukan melalui produk, layanan, dan jaringan kepada pelanggan. Dalam hal ini, Simpati harus menunjukkan konsistensinya agar pelanggan percaya pada kinerja Simpati dan tidak beralih ke operator lain.

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan kepada 30 masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai dapat dilihat bahwa dalam indikator keterjangkauan harga oleh kemampuan daya beli konsumen dari variabel harga terdapat 27% yang tidak setuju dengan pernyataan "Harga kartu Simpati sangat terjangkau sesuai dengan kemampuan saya". Konsumen yang tidak sesuai dengan kemampuannya atas harga kartu Simpati. Permasalahan ini terjadi karena daya saing harga kartu Simpati lebih mahal dari pada harga kartu lainnya. Harga yang lebih murah serta variasi layanan yang ditawarkan oleh operator sepertinya belum mempengaruhi pangsa pasar produk Simpati namun tetap memiliki potensi sebagai ancaman. Hal ini harus menjadi perhatian bagi perusahaan Telkomsel supaya harga kartu Simpati sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen yaitu kualitas sinyal yang handal, jaringan yang luas dan kecepatan mengakses data tetap dapat dipertahankan dengan sangat baik. Dapat dikatakan, sejumlah 80% konsumen setuju mengenai "Harga yang ditawarkan kartu Simpati sesuai dengan kualitas yang baik". 70% konsumen setuju dengan pernyataan "Harga kartu Simpati dapat bersaing secara kuat dengan harga kartu lainnya seperti kecepatan jaringannya" dan 67% konsumen setuju dengan pernyataan "Harga kartu Simpati sesuai dengan manfaat yang saya terima". Kartu Simpati memiliki berbagai promosi potongan harga yang ditawarkan (paket data, kuota, pulsa Prabayar, dll). Hal ini diketahui, bahwa 83% konsumen yang setuju dengan pernyataan "Kartu Simpati memiliki berbagai promosi potongan harga (paket data, kuota, pulsa Prabayar, dll)".

Hasil pra-survey terhadap 30 masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai, terdapat 86,6% konsumen yang setuju dengan kartu Simpati menjadi pilihannya karena dapat mengakses data di wilayah terpencil. Jaringan Simpati mampu menjangkau lebih dari 95% masyarakat Indonesia di seluruh penjuru Nusantara mulai dari wilayah perkotaan hingga pedesaan. Simpati dengan jaringan terdepan dan terluas yang memberikan performa internet terbaik dianggap mampu menciptakan loyalitas pelanggan dengan tolak ukur kepuasan konsumen di setiap interaksi yang dilakukan. Hal ini didukung penelitian terdahulu menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan bagian yang sangat penting bagi suatu perusahaan dan sebagai titik awal tumbuhnya loyalitas pelanggan terhadap suatu merek. Dapat dilihat 83% konsumen yang setuju dengan pernyataan "Layanan yang diberikan kartu Simpati lebih baik dari kartu pra bayar lainnya". Hal tersebut karena kartu Simpati memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan para konsumen. 70% yang setuju dengan pernyataan "Kartu Simpati sesuai dengan harapan saya". Kepuasan terhadap layanan kartu Simpati membuat pelanggan loyal, hal ini dapat dilihat bahwa 86,6% yang setuju dengan pernyataan "Melakukan Pembelian kembali terhadap layanan pra bayar (pengisian pulsa, paket data internet) dari kartu simpati" dan pelanggan bersedia merekomendasikan kartu simpati kepada orang lain. Dapat dikatakan 83% konsumen setuju dengan pernyataan "Merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli kartu simpati". Dan secara umum para pelanggan merasa puas menggunakan kartu Simpati.

Hasil pra-survey yang dilakukan kepada 30 masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai dapat dilihat bahwa 80% pelanggan yang setuju pada pernyataan "Kartu Simpati berasal dari perusahaan yang memiliki reputasi tinggi". Dan 83% pelanggan yang setuju



pada pernyataan “Kartu Simpati menyediakan layanan pra bayar yang konsisten dalam mempertahankan kualitasnya”. Terdapat 80% pelanggan yang setuju dengan pernyataan “Kartu Simpati memberikan kualitas layanan yang terbaik diantara kartu prabayar lainnya” Hal ini dapat dilihat upaya yang dilakukan oleh Telkomsel dalam menciptakan kepercayaan merek adalah tidak mengecewakan pelanggan dimana telkomsel memberikan performa layanan terbaik yang sesuai janjinya melalui visi Telkomsel menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya dan misi memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

Dapat dilihat bahwa 82% pelanggan yang setuju terhadap pernyataan “Kartu Simpati tidak akan melakukan kecurangan dan akan memenuhi janjinya” konsumen mempercayai suatu merek bisa dilihat dari karakteristik perusahaan yang meliputi motivasi perusahaan dan integritas perusahaan. Dan 86,6% pelanggan yang setuju dengan pernyataan “Kartu Simpati memberikan kualitas layanan yang terbaik diantara kartu lainnya.” Tidak sedikit Pelanggan yang merasa kartu Simpati dapat diandalkan dilihat dari 79% pelanggan yang setuju dengan pernyataan “Kartu Simpati dapat diandalkan dan memenuhi keinginan”.

Hasil pra-survey yang dilakukan kepada 30 masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai dapat dilihat bahwa dalam indikator perilaku pembelian kembali (*repeat purchase intention*) dari variabel loyalitas pelanggan terdapat 86,6% konsumen yang setuju dengan pernyataan “Saya selalu membeli kembali setiap kali menggunakan layanan prabayar (pengisian pulsa, paket data internet) dari kartu Simpati”. Dan 67% yang setia dengan kartu Simpati dan tidak akan memakai kartu lain selain kartu Simpati.

Terdapat 83% pelanggan yang setuju dengan pernyataan “Saya akan merekomendasikan positif kartu Simpati kepada orang lain.” Terdapat 79% pelanggan yang setuju dengan pernyataan “Saya tidak keberatan dengan membayar lebih untuk menggunakan kartu Simpati yang memiliki kualitas yang baik”. 86,6% yang setuju dengan pernyataan “Saya bersedia menjadi pelanggan kartu Simpati meskipun ada kartu pra bayar lain yang menawarkan harga yang lebih murah” Dan 80% konsumen yang setuju dengan pernyataan “Saya akan menceritakan pengalaman baik saya selama menggunakan kartu Simpati kepada orang lain”. Hal ini menunjukkan konsumen loyal akan kartu Simpati dan dapat dikatakan tingkat loyalitas terhadap merek itu tinggi, bahkan konsumen bersedia merekomendasikan hal positif, menceritakan pengalaman baiknya selama menggunakan kartu Simpati untuk digunakan.

Hasil pra-survey yang dilakukan kepada 30 masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai, diketahui bahwa banyak pelanggan yang telah menggunakan kartu Simpati lebih dari 1 Tahun. Namun masih terdapat beberapa individu yang menggunakan kartu Simpati kurang dari 1 tahun. Hal ini mengindikasikan persaingan yang dihadapi perusahaan Telkomsel masih cukup tinggi. Oleh karena itu, penulis memilih masyarakat di Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai sebagai lokasi penelitian. Dengan melihat kondisi pasar yang sedang marak dengan penjualan kartu prabayar, penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh harga, kepuasan dan kepercayaan dan kaitannya dengan loyalitas pelanggan sehingga penulis mengambil judul “Pengaruh Harga, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Simpati (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai)”.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai yang aktif menggunakan kartu Simpati minimal 1 tahun pemakaian. Diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 154 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran data Skala Likert. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Untuk menjalin hipotesis peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mencari hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat melalui pengaruh harga, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Kartu Simpati (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari



Mandala II Kecamatan Medan Denai). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.267	1.346		.941	.348
	Harga	.552	.067	.468	8.200	.000
	Kepuasan	.359	.063	.328	5.672	.000
	Kepercayaan	.184	.058	.190	3.196	.002

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2024.

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 1,267, b1 sebesar 0,552, b2 sebesar 0,359 dan b3 sebesar 0,184, sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 1,267 + 0,552 X_1 + 0,359 X_2 + 0,184 X_3$. Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta (a) = 1,267 artinya jika variabel harga, kepuasan dan kepercayaan bernilai 0 maka loyalitas pelanggan adalah sebesar 1,267.
2. Koefisien regresi variabel harga = 0,552 artinya jika variabel harga meningkat sebesar 1 satuan maka variabel loyalitas pelanggan akan meningkat 0,552.
3. Koefisien regresi variabel kepuasan = 0,359 artinya jika variabel kepuasan meningkat sebesar 1 satuan maka variabel loyalitas pelanggan akan meningkat 0,359.
4. Koefisien regresi variabel kepercayaan = 0,184 artinya jika variabel kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan maka variabel loyalitas pelanggan akan meningkat 0,184.

Dari tabel 1 juga bisa diketahui, pengaruh variabel-variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Nilai t tabel pada $df = n - k - 1 = 154 - 3 - 1 = 150$ pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1,9759. Dari hasil pengujian SPSS maka untuk menguji hipotesis berdasarkan uji t dapat dijelaskan seperti pada point-point berikut ini:

1. Nilai yang diperoleh dari tabel 1 diatas yaitu nilai t-hitung > t-tabel (8,200 > 1,9759) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai t-hitung > t-tabel (5,672 > 1,9759) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai t-hitung > t-tabel (3,196 > 1,9759) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,02 artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama simultan mempengaruhi variabel *dependen*. Dari hasil pengujian SPSS Versi 25.00 maka nilai Anova dalam uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411.847	3	137.282	101.774	.000 ^b
	Residual	202.335	150	1.349		
	Total	614.182	153			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Harga, Kepuasan

Sumber : Hasil Penelitian, 2024.



Nilai F_{hitung} sebesar 101,774. Dengan $\alpha = 5\%$, dkpembilang : 3, dk penyebut : 154-3(5% ; 3; 151; F_{tabel} 2,66) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,66. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (101,774) > F_{tabel} (2,66), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan harga, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Koefisien determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis *R Square*. Untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square* karena disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian nilai *R Square/Adjusted R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar 0 sampai dengan 1. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. Hasil Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.664	1.161

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Harga, Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2024.

Nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan adjusted R Square sebesar 0,664 hal ini berarti 66,4,1% variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variabel *independen* sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

4. PENGUJIAN

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menyatakan nilai t-hitung > t-tabel ($8,200 > 1,9759$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini sebelumnya sudah dilakukan oleh [5], [6] yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, jika harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat barang atau jasa yang di peroleh maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai nilai tukar untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang diberikan oleh penjual. Menurut [3], [7] indikator harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, potongan harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Harga kartu Simpati memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen, terutama jika dibandingkan dengan kartu dari provider lain. Dengan strategi harga yang kompetitif, kartu Simpati berhasil menarik perhatian banyak pengguna yang mencari keseimbangan antara harga dan kualitas layanan. Paket-paket data yang ditawarkan kartu Simpati sering kali lebih terjangkau, baik dalam bentuk harian, mingguan, maupun bulanan. Hal ini membuatnya dapat bersaing di pasar yang penuh dengan berbagai pilihan kartu prabayar. Diskon dan promosi yang sering diberikan juga menjadi faktor penting dalam menarik lebih banyak pelanggan untuk memilih Simpati.

Selain harga yang kompetitif, kecepatan jaringan kartu Simpati juga menjadi keunggulan yang membuatnya mampu bersaing dengan provider lain. Simpati dikenal memiliki jaringan yang luas dan stabil di banyak daerah di Indonesia, yang sangat penting bagi pengguna yang memerlukan koneksi internet yang andal. Kecepatan download dan upload yang tinggi memastikan pengalaman yang memuaskan dalam streaming video, bermain game online, dan berbagai aktivitas internet lainnya. Kombinasi antara harga yang terjangkau dan kecepatan jaringan yang handal menjadikan kartu Simpati menjadi pilihan utama bagi masyarakat secara umum di Indonesia.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menyatakan nilai t-hitung > t-tabel ($5,672 > 1,9759$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini sebelumnya sudah dilakukan oleh [8], [9], [10], [11], [6], [12], [13], yang menyatakan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, jika seorang pelanggan merasakan kebahagiaan atau kesenangan atas kinerja produk yang



memenuhi bahkan melebihi harapan yang diperolehnya maka hal itu akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang timbul atas harapannya yang telah terpenuhi dari kinerja produk. Menurut [14], [15], indikator kepuasan yaitu kesesuaian harapan, prinsip kinerja, penilaian konsumen, minat menggunakan produk kembali, kesediaan merekomendasi. Kartu Simpati dikenal karena kinerjanya yang baik, terutama dalam hal akses data. Banyak pengguna merasa puas dengan kecepatan dan stabilitas koneksi internet yang ditawarkan oleh Simpati. Ini sangat penting, terutama di era digital saat ini di mana banyak aktivitas sehari-hari bergantung pada akses internet. Pengguna dapat menikmati streaming video tanpa buffering, bermain game online dengan lancar, dan melakukan panggilan video dengan kualitas tinggi. Kepuasan pengguna juga didukung oleh layanan pelanggan yang responsif, sehingga masalah keluhan dapat ditangani dengan cepat dan efisien.

Selain kinerja pelayanan yang baik, kartu Simpati juga memiliki keunggulan dalam akses data di wilayah terpencil. Jaringan Telkomsel, memiliki cakupan yang sangat luas hingga ke pelosok Indonesia. Hal ini memungkinkan pengguna di daerah terpencil untuk tetap terhubung dengan internet, meskipun berada jauh dari perkotaan. Keandalan jaringan ini sangat membantu mereka yang tinggal di wilayah dengan akses terbatas, baik untuk keperluan komunikasi sehari-hari maupun pekerjaan yang membutuhkan koneksi internet. Dengan demikian, kartu Simpati tidak hanya memberikan kepuasan kepada pengguna di perkotaan tetapi juga di daerah-daerah terpencil, menjadikannya pilihan yang dapat diandalkan bagi semua kalangan.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian, diperoleh nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,196 > 1,9759$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,02 artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini sebelumnya sudah dilakukan oleh [8], [9], [10], [11], [6], [12], [13] yang menyatakan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, jika pelanggan merasa yakin dan percaya akan sebuah produk sesuai dengan apa yang diharapkan maka hal itu akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan yang dinilai dari pelanggan atas pelayanan jasa maupun produk yang di terima oleh pelanggan, sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut [16], [17], [8] indikator kepercayaan yaitu kepercayaan konsumen, dapat diandalkan, pelayanan yang jujur, konsistensi, kompetensi (competence), kualitas produk. Kartu Simpati telah lama dikenal sebagai penyedia layanan prabayar yang konsisten dalam mempertahankan kualitasnya. Kepercayaan pengguna terhadap Simpati tidak terlepas dari komitmen perusahaan untuk selalu menyediakan jaringan yang stabil dan luas. Dengan investasi berkelanjutan dalam infrastruktur dan teknologi, Simpati mampu memastikan bahwa pengguna dapat menikmati layanan yang andal tanpa gangguan yang berarti. Konsistensi ini membuat pelanggan merasa aman dan nyaman menggunakan kartu Simpati untuk berbagai kebutuhan komunikasi dan internet sehari-hari.

Selain itu, Simpati juga dikenal dengan transparansi dalam menawarkan berbagai paket prabayar yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dari paket data harian hingga bulanan, semuanya dirancang dengan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Promosi dan penawaran khusus yang sering diadakan juga menjadi salah satu faktor dapat memperkuat kepercayaan pengguna. Mereka tahu bahwa dengan Simpati, mereka akan mendapatkan nilai terbaik dari biaya atau uang yang dikorbankan. Pengalaman positif ini membuat banyak pengguna setia memilih Simpati sebagai kartu prabayar utama mereka, menunjukkan betapa pentingnya kepercayaan dan konsistensi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Pengaruh Harga, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa $F_{\text{hitung}} (101,774) > F_{\text{tabel}} (2,66)$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan harga, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel loyalitas pelanggan. Penelitian ini sebelumnya sudah dilakukan oleh [8], [9], [18], [11], [6], [12], [13], yang menyatakan secara simultan bahwa harga, kepuasan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan konsumen dalam membeli, memilih, dan menggunakan produk untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan mereka [18]. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan konsumen yang membeli secara teratur dan berulang-ulang terhadap produk dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli



produk. Menurut [6], Mowen & Minor dalam [12], indikator loyalitas pelanggan yaitu perilaku pembelian kembali (*repeat purchase intention*), pernyataan diri menjadi konsumen yang loyal (*self stated retention*), penyebaran rekomendasi positif (*positive word of mouth*), menceritakan pengalaman baik (*say good experience*), ketahanan terhadap pengaruh negative (*retention*), kurang peka terhadap harga (*price insensitivity*).

Meskipun tersedia banyak pilihan kartu prabayar yang menawarkan harga lebih murah, pelanggan tetap setia pada Simpati karena mereka menghargai keandalan jaringan yang ditawarkan. Kecepatan internet yang konsisten dan jarang mengalami gangguan menjadi faktor utama yang membuat pelanggan merasa bahwa biaya tambahan yang mereka keluarkan sepadan dengan kualitas yang didapatkan. Selain itu, layanan pelanggan Simpati yang responsif juga menjadi salah satu alasan mengapa pelanggan tetap setia. Ketika pengguna menghadapi masalah atau memiliki pertanyaan, mereka dapat dengan cepat mendapatkan bantuan yang dibutuhkan, sehingga menambah rasa puas dan percaya. Pelanggan yang merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik cenderung lebih loyal dan tidak mudah berpindah ke penyedia lain meskipun ada penawaran yang lebih murah. Kualitas layanan yang tinggi, dukungan pelanggan yang baik, dan pengalaman pengguna yang positif secara keseluruhan membuat pelanggan merasa bahwa membayar lebih untuk menggunakan kartu Simpati adalah investasi yang layak.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan pengaruh harga, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati di Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai).
2. Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai).
3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai).
4. Harga, kepuasan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati (Studi Kasus Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai).

Beberapa saran yang dapat diberikan adalah :

1. Perusahaan sebaiknya harus mempertimbangkan penyesuaian harga yang lebih fleksibel tanpa mengorbankan kualitas jaringan dan layanan supaya loyalitas pelanggan terpelihara.
2. Perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menjamin stabilitas jaringan, kecepatan internet dan layanan yang responsif sehingga pelanggan dapat merekomendasikan kartu simpati kepada orang lain.
3. Perusahaan sebaiknya terus memperhatikan kepercayaan pelanggan dengan cara dapat memenuhi keinginan mereka dan menjaga stabilitas jaringan dan kecepatannya sehingga tidak mengecewakan pelanggan.
4. Perusahaan produsen kartu Simpati harus mampu memberikan harga yang bersaing, kepuasan yang tinggi dan tidak mengecewakan para pelanggannya sehingga loyalitas pelanggan terjaga. Dengan penawaran yang seperti ini para pelanggan akan merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan kartu Simpati dan akan memberikan kontribusi yang besar pada peningkatan pendapatan perusahaan dan daya saingnya.

REFERENCES

- [1] D. J. Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia, 2017.
- [2] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- [3] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2019.
- [4] A. Dairobi, Z. Sembiring, and J. Hutasuht, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Desa Sampecita Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang)," *J. Bisnis Mhs.*, vol. 2, no. 3, pp. 324–334, 2022.
- [5] A. Faisol, A. Jariah, and Z. Hidayat, "PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU SIMPATI (Studi Empiris Pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang)," pp. 203–210, 2022.
- [6] R. I. Abadi, M. Hufron, and S. Asiyah, "Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati Di Desa Barudinding, Kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep, Madura)," *Ilm. Ris. Manaj.*, vol. 09, no. 01, pp. 175–194, 2020.



- [7] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- [8] L. N. Lubis, A. A. Parhusip, and P. S. Manajemen, "Pengaruh Kualitas , Kepuasan , Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Simpati (Studi Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama)," no. 1, 2023.
- [9] N. L. A. D. Witari and I. W. Suartina, "Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Sim Card Telkomsel," *J. Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, vol. 3, no. 4, pp. 752–759, 2023.
- [10] F. S. Kang *et al.*, "Labuan Bulletin of International Business & Finance," vol. 21, no. 1, pp. 78–90.
- [11] F. Madai and R. Rahmidani, "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Mahasiswa dalam Menggunakan Sim Card Prabayar Kartu Tri ‘ 3 ,’" *J. Salingka Nagari*, vol. 1, no. 1, pp. 6–14, 2022.
- [12] F. R. Khairinnisa, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati Di Kota Malang," *J. Ilm. Mhs. FEB*, vol. 1, no. 2, pp. 1–10, 2011.
- [13] F. A. Panjaitan, T. Andjarwati, S. Sumiati, and H. Panjaitan, "The Influence of Quality of Services, Innovation of Products, Prices and Trust on Customer Satisfaction Telkomsel In Surabaya," 2019, doi: 10.4108/eai.30-7-2019.2287754.
- [14] D. D. Sari, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card GSM Prabayar XI Di Kota Yogyakarta)," *J. Manaj. Bisnis Indones.*, vol. 5, no. 1, pp. 62–72, 2016.
- [15] M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [16] M. Annisa, "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir (Studi Kasus pada Pelanggan Pos Indonesia di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)," UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA, 2016.
- [17] B. Y. Yee and T. M. Faziharudean, "Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia," vol. 2010, 2010.
- [18] F. Shi Kang, A. Kamal Char, G. Harvey Tanakinjal, B. Boniface, A. Sigang Gukang, and L. Anak Lubang, "Labuan Bulletin of International Business & Finance Price, Service Quality, Customer Trust And Safety Influence Towards Customer Satisfaction On Online Transportation," vol. 21, no. 1, pp. 2600–7894.