

SARI

BASRODIN. 2006. *Pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar proXL di kota Semarang.* Skripsi. Jurusan Ekonomi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I : Dra. Murwatiningsih, M.M., Pembimbing II : Drs. H. Wahyono, M.M. 78 hal.

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Persaingan yang semakin ketat dalam industri seluler menjadikan masing-masing operator seluler di antaranya Telekomunikasi Indonesia (Telkomsel), Satelit Palapa Indonesia (Satelindo), Excelcomindo Pratama (XL), *Mobile-8* (Fren), Bakrie Telecom (Esia), berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan harga yang murah bagi konsumen agar mereka mau menggunakan jasa dan menjadi pelanggannya. Selain persaingan harga, Excelcomindo juga selalu melakukan perbaikan kualitas pelayanan sesuai mottonya “ Kualitas suara bening sepanjang Nusantara” dan memfokuskan diri dalam peningkatan pelayanan pelanggan baik melalui “*Call Centre 818*” maupun melalui pusat pelayanan atau XL shop. Mengacu dari kenyataan tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar proXL di kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara harga dengan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar proXL di kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan kartu prabayar proXL di kota Semarang. Karena populasi tidak diketahui maka penentuan jumlah sampel menggunakan *teknik accidental sampling* dengan menggunakan rumus Iterasi dan diperoleh banyaknya sampel sebanyak 120 orang pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari harga dan pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi ganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda diperoleh persamaan regresi yaitu $\hat{Y} = 0,179 + 0,202X_1 + 0,112X_2$. Uji keberartian persamaan regresi dengan uji F diperoleh $F_{hitung} = 57,373$ dengan harga signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti secara simultan ada pengaruh antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji parsial diperoleh $t_1 = 5,079$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini berarti ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan, $t_2 = 5,881$ dengan signifikansi $0,000$, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh secara simultan antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 49,5%. Besarnya pengaruh masing-masing variabel yaitu harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 18,6% dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 22,8%.

Mengacu dari hasil penelitian, di mana variabel pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelayanan lebih besar dibandingkan variabel harga, maka pihak perusahaan hendaknya dapat tetap mempertahankan kualitas pelayanannya yang selama ini telah dirasakan baik oleh pelanggan dan tetap berusaha untuk menjadikannya menjadi lebih baik lagi dengan memberikan pelatihan-pelatihan secara berkala kepada karyawannya maupun memperluas jaringan yang ada dengan

menambah BTS (*Base Tranceiver Station*) sehingga pelayanan jasa komunikasi yang ditawarkan proXL dapat dinikmati secara luas oleh masyarakat di berbagai daerah baik di sektor perkotaan maupun pelosok-pelosok desa dan dapat mengurangi *blank spot area* (wilayah tak ada sinyal).