PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PAKET DATA INTERNET TRI MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA UIN RADEN FATAH PALEMBANG



ARIEF SETIAWAN 1646200028

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG

2020



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir E.4

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

Nama

: Arief Setiawan

Nim/Jurusan

: 1646200028 / Ekonomi Syariah

Judul Skripsi

: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada

Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 24 Agustus 2020

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal

Pembimbing Utama : Rudi Aryanto, S.Si., M.Si

Tanggal

Pembimbing Kedua : Aziz Septiatin, S.E., M.Si

Tanggal

Penguji Utama

: Armansy

t.t:

Tanggal

Penguji Kedua

: Muhammadinah,

Tanggal

Ketua

: Dr. Titin Hartini, S.E., M.Si

Lt:

Tanggal

Sckrctaris

: Mail Hilian Bati



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat: Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir D.2

: Mohon Izin Penjilidan Skripsi Hal

Ibu Wakil Dekan I

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama

: Arief Setiawan

Nim/Jurusan

:1646200028 / Ekonomi Syariah

Judul Skripsi

: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada

Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatianya kami ucapkan terima kasih.

Penguji Utama

Palembang, 31 Agustus 2020

Penguji Kedua

ah Walian, M.Si NIP. 198201022009121003 Muhammadinah, S.E., M.Si NIK. 197606012017011019

Mengetahui Wakil Dekan I

P: 197504082003122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama

: Arief Setiawan

NIM

: 1646200028

Fakultas

: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan

: Ekonomi Syariah

Judul Skripsi

: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan

Konsumen Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksa oleh pihak manapun.

Palembang, 21 Juli 2020 Saya yang menyatakan,

DAFF485765015

Arief Setiawan NIM: 1646200028



KEMENTRIAN AGAMA UIN RADEN FATAH PALEMBANG PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada

Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

Ditulis oleh

: Arief Setiawan

NIM

: 1646200028

Telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi

Palembang, 7 September 2020

Dr. HeryJunaidi, M.A

NIP/196901241998031006



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat: Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C.2

NOTA DINAS

Kepada Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

Yang ditulis oleh:

Nama

: Arief Setiawan

Nim

: 1646200028

Program

: S1 Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mengikuti ujian komprehensif dan ujian munaqosyah skripsi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing Utama

Palembang, 17 Juni 2020

Pembimbing Kedua

Rudi Aryanto, S.Si., M.Si

NIP. 197501012006041001

NIK. 2018030118078712

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Tuntutlah ilmu. Dikala kalian miskin, dia hendak jadi hartamu.

Dikala kalian kaya, dia hendak jadi perhiasanmu"

- Luqman Al-Hakim -

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

- ALLAH SWT
- Ayahku Ismail dan Ibuku Turijah
- Kakakku Indri Yunisari dan Seluruh Keluarga Besarku
- Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan
- Pembimbing Terbaikku Bapak Rudi Aryanto,
 S.Si., M.Si dan Ibu Aziz Septiatin, S.E., M.Si
- Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Islam UIN Raden Fatah Palembang
- Almamater Tercinta.

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PAKET DATA INTERNET TRI MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Arief Setiawan
E-mail: ariefsetiawan0811@gmail.com
Universitas Islam Negeri Raden Fatah
Palembang
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara Simultan dan Parsial terhadap Keputusan Pembelian Ulang paket data internet Tri melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Hair* sehingga diperoleh 75 sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sumber data yang berasal dari data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara penyebaran angket atau kuesioner. Teknik uji instrumen yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, uji hipotesis. analisis jalur (*path analysis*) dan pengolahan data menggunakan *IBM SPSS Statistic Version* 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (4) Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (5) Kepuasan Konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (6) Kepuasan Konsumen dapat memediasi antara Harga dan Keputusan Pembelian Ulang, (7) Kepuasan Konsumen dapat memediasi antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Ulang.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Ulang dan Kepuasan Konsumen

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi yang dipakai pada skripsi ini ialah Pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik IndonesiaNomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. KonsonanTunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
1	Alief	1	Tidak dilambangkan
ب	Ba>'	В	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atasnya
ج	Ji>m	J	-
	H{a>'	Η{	h dengan titik di bawahnya
<u>ح</u> خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>l	D	-
ذ	Z a>l	Z	z dengan titik di atasnya
J	Ra>'	R	-
ر ز	Za>'	Z	-
س س	Si>n	S	-
س ش ص ض ط	Syi>n	Sy	-
ص	$S\{a>d$	S {	s dengan titik di bawahnya
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawahnya
	T{a>'	Τ{	t dengan titik di bawahnya
ظ	$Z{a>'}$	Z {	z dengan titik di bawahnya
ع	'Ain	•	Koma terbalik di atasnya
ع غ ف	Gain	G	-
	Fa>'	F	-
ق ك	Qa>f	Q	-
	Ka>f	K	-
J	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-

٥	Ha>'	Н	-
۶	Hamzah	•	Apostrof
ي	Ya>'	Y	-

B. Ta'Marbuthah

- 1. Ta' marbuthah sukun ditulis b contoh بعبادة ditulis bi'idabah.
- 2. Ta' marbuthah sambung ditulis بربعبادة ditulis bil'ibadatirabbih.

C. Huruf Vokal

1. VokalTunggal

Vokal yang ada di dalam bahasa arab:

a. Fathah(----) = a

b. Kasrah (---) = i

c. Dhammah(----) = u

2. Vokal Rangkap

Lambang yang digunakan pada vokal rangkap yaitu gabungan antara harakat dengan huruf, dengan transeliterasi yang berupa gabungan huruf.

3. Vokal Panjang

$$a.(1----) = a$$

$$c.(\mathfrak{g} ---- \mathfrak{g}) = \mathfrak{u}$$

D. Kata Sandang

Penulis al qamariyyah dan al syamsiyyah menggunakan al-:

- a. Al qamariyah contohnya : "الحمد" ditulis al-hamd.
- b. Al syamsiyah contohnya : "النمل dituli sal-naml.

E. Daftar-daftar Singkatan

Adapun daftar-daftar singkatan, diantaranya:

H = Hijriyah

M = Masehi

h. = halaman

swt. = subhanahu wa ta`ala

saw. = sall Allah `alaih wa sallam

QS. = al-Qur`an Surat

HR = Hadis Riwayat

Terj. = terjemahan.

F. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata ijmak, nas, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR



Assalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Sebagai syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada Jurusan Ekonomi Syariah. Tak lupa shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan akan tetapi harapan penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya. Selama proses penulisan skripsi ini penulis menyadari tidak terlepas dari berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dapat teratasi dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

 Kedua orang tua, kakak dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat, memotivasi dan mendo'akan penulis.

- Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.A selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
- 3. Bapak Dr. Heri Junaidi, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 4. Bapak Dr. Rinol Sumantri, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
- 5. Bapak Rudi Aryanto, S.Si., M.Si selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran dan nasihat, serta bimbingan terbaiknya.
- 6. Ibu Aziz Septiatin, S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan pengarahan, dan bimbingan terbaiknya.
- 7. Bapak Muhammadinah, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik.
- 8. Segenap dosen FEBI, terutama dosen Program Studi Ekonomi Syariah, Staf Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
- 9. Teman-teman dan orang yang terdekat seperjuangan yang selalu memberikan dukungan. Teman-teman Ekonomi Syariah 1 2016, BENTEN, IKPM Lubuklinggau, dan KKN 72 kelompok 14 keluarga kedua dalam menempa diri dan menjadi wadah aspirasiku selama ini. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah

memberikan dukungan dan bantuan dalam proses

penyusunan skripsi ini hingga selesai.

10. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan

meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner, dan semua

pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah

membantu memberikan dukungan.

Akhir kata, hanya kepada Allah penulis memanjatkan doa,

semoga Allah SWT memberikan balasan berupa pahala yang berlipat

kepada mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan

kontribusi bagi orang lain.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, Juni 2020

Penulis

Arief Setiawan

NIM 1646200028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR IZIN PENJILIDAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
NOTA DINAS	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	XV
DAFTAR TABEL	XX
DAFTAR GAMBAR	xxii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Penulisan	17
BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	19
A. Landasan Teori	19
1. Pemasaran	19
a. Pengertian Pemasaran	19
b. Strategi Pemasaran	20

	2.	Har	ga	21
		a.	Pengertian Harga	21
		b.	Faktor-Faktor Harga	22
		c.	Harga dalam Perspektif Islam	23
		d.	Indikator Harga	24
	3.	Kua	alitas Produk	25
		a.	Pengertian Kualitas Produk	25
		b.	Faktor-Faktor Kualitas Produk	25
		c.	Kualitas Produk dalam Perspektif Islam	26
		d.	Indikator Kualitas Produk	27
	4.	Kep	outusan Pembelian Ulang	28
		a.	Pengertian Keputusan Pembelian Ulang	28
		b.	Indikator Keputusan Pembelian Ulang	31
	5.	Kep	ouasan Konsumen	32
		a.	Pengertian Kepuasan Konsumen	32
		b.	Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	33
		c.	Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam	34
		d.	Indikator Kepuasan Konsumen	36
B.	Pe	eneli	tian Terdahulu	36
C.	Pe	engei	mbangan Hipotesis	38
	1.	Pe	ngaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	39
	2.	Pe	ngaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan	
		Ko	onsumen	40
	3.	Pe	ngaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang	41
	4.	Pe	ngaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelia	n
		Ula	ang	42

	5.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan	
		Pembelian Ulang	.43
	6.	Pengaruh Kepuasan Konsumen sebagai Variabel	
		Intervening antara Harga terhadap Keputusan Pembelian	
		Ulang	.44
	7.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel	
		Intervening antara Kualitas Produk terhadap Keputusan	
		Pembelian Ulang	.45
D.	Ke	rangka Pemikiran	.47
BAB I	II.	METODE PENELITIAN	.49
A.	De	sain Penelitian	.49
B.	Jer	nis Penelitian dan Sumber Data	.49
	1.	Jenis Penelitian	.49
	2.	Sumber Data	.50
C.	Po	pulasi dan Sampel Penelitian	.50
	1.	Populasi	.50
	2.	Sampel Penelitian	.51
D.	Te	knik Pengumpulan Data	.52
E.	Va	riabel-Variabel Penelitian	.53
	1.	Variabel Bebas (Indpendent Variable)	.53
	2.	Variabel Terikat (Dependent Variable)	.53
	3.	Variabel Intervening	.53
F.	De	finisi Operasional Variabel	.54
G.	Ins	trumen Penelitian	.55
	1.	Uji Validitas	.55
	2.	Uji Reliabilitas	.56
Н.	Te	knik Analisis Data	.57

	1.	Uji Asumsi Klasik	57
		a. Uji Normalitas	57
		b. Uji Linearitas	57
		c. Uji Multikolinearitas	58
		d. Uji Heteroskedastisitas	58
	2.	Analisis Jalur (Path Analysis)	59
	3.	Prosedur Analisis Variabel Mediasi	65
	4.	Perhitungan Pengaruh	69
BAB 1	V.]	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A.	Ga	mbaran Umum PT Hutchison 3 Indonesia	71
B.	Ka	rakteristik Responden	73
	1.	Jenis Kelamin	73
	2.	Usia Responden	73
	3.	Fakultas	74
	4.	Frekuensi Pembelian	75
C.	Uji	i Validitas dan Uji Reliabilitas	76
	1.	Uji Validitas	78
	2.	Uji Reliabilitas	77
D.	Ha	sil Analisis Data	79
	1.	Uji Asumsi Klasik	79
		a. Uji Normalitas	79
		b. Uji Linearitas	80
		c. Uji Multikolinearitas	81
		d. Uji Heteroskedastisitas	82
	2.	Analisis Jalur (Path Analysis)	83
		a. Analisis Substruktural I	83
		b. Analisis Substruktural II	86

	3.	Uji	Variabel Intervening atau Mediasi89
	4.	Per	hitungan Pengaruh92
		a.	Pengaruh Langsung (Direct Effect)92
		b.	Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect atau IE)93
		c.	Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>)93
	5.	Rek	xapitulasi Hasil Penelitian94
	6.	Pen	nbahasan Hasil Penelitian95
		a.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen95
		b.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap
			Kepuasan Konsumen96
		c.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
			Ulang96
		d.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan
			Pembelian Ulang97
		e.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan
			Pembelian Ulang98
		f.	Pengaruh Kepuasan Konsumen sebagai Variabel
			Intervening antara Harga terhadap Keputusan
			Pembelian Ulang99
		g.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel
			Intervening antara Kualitas Produk terhadap
			Keputusan Pembelian Ulang101
BAB V	V. P	ENU	TUP103
A.	Ke	simp	ulan103
B.	Sar	an	
DAFT	'AR	PUS	STAKA107
LAMI	PIR	AN-I	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Operator Seluler pada Kuartal III 2019	
di Indonesia	5
Tabel 1.2 Research Gap Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	9
Tabel 1.3 Research Gap Harga Terhadap Keputusan Pembelian	
Ulang	10
Tabel 1.4 Research Gap Kualitas Produk Terhadap Kepuasan	
Konsumen	11
Tabel 1.5 Research Gap Kualitas Produk Terhadap Keputusan	
Pembelian Ulang	12
Tabel 1.6 Research Gap Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan	
Pembelian Ulang	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi	
Pembelian dalam 3 bulan terakhir	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Instrumen Validitas Variabel Harga (X1)	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Instrumen Validitas Kualitas Produk (X2)	77
Tabel 4.7 Hasil Uji Instrumen Validitas Variabel Kepuasan	
Konsumen	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Instrumen Validitas Variabel Keputusan	
Pembelian Ulang (Y)	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Instrumen Reliabilitas	78

Tabel 4.10 Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test	79
Tabel 4.11 Uji Linearitas Harga dan Kualitas Produk Terhadap	
Kepuasan Konsumen	80
Tabel 4.12 Uji Linearitas Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan	
Konsumen Keputusan Pembelian Ulang	80
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas $Tolarance$ dan VIF Persamaan 1 \dots	81
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas $Tolarance$ dan VIF Persamaan 2 \dots	81
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas Model Uji White	82
Tabel 4.16 Pengaruh Secara Simultan Harga dan Kualitas Produk	
Terhadap Kepuasan Konsumen	83
Tabel 4.17 Tabel ANOVA dengan Nilai F dan Sig	84
Tabel 4.18 Uji t (parsial) Persamaan 1	85
Tabel 4.19 Pengaruh Secara Simultan Harga, Kualitas Produk dan	
Kepuasan Konsumen Terhadap Keptusan Pembelian	
Ulang	86
Tabel 4.20 Tabel ANOVA dengan Nilai F dan Sig	87
Tabel 4.21 Uji t (parsial) Persamaan 2	88
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Penelitian	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengalaman Kecepatan Pengunduhan7
Gambar 1.2 Pengalaman Kecepatan Pengunggahan7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran47
Gambar 3.1 Tahap I Diagram Jalur Pengaruh Harga dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang
Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel
Intervening60
Gambar 4.1 Analisis Struktural Pengaruh Harga dan Kualitas
Produk Terhadap Kepuasan Konsumen83
Gambar 4.2 Analisis Struktural Analisis Struktural Pengaruh
Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen
Terhadap Keputusan Pembelian Ulang86
Gambar 4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
Ulang dengan dimediasi Kepuasan Konsumen
Sebagai Variabel Intervening89
Gambar 4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan
Pembelian Ulang dengan dimediasi Kepuasan
Konsumen Sebagai Variabel Intervening91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan internet yang meluas merupakan hasil berkembangnya teknologi yang semakin canggih saat ini. Internet memberikan banyak manfaat bagi penggunanya. Sebagian besar masyarakat Indonesia saat ini tidak terlepas dari penggunaan internet. Dalam dunia internet terdapat banyak informasi dari yang positif maupun yang negatif, sebagai pengguna internet masyarakat harus bijak dalam penggunaan internet itu sendiri.

Menurut laporan APJII pada tahun 2018, dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 264,14 juta orang, ada 171,17 juta di antaranya yang terhubung jaringan internet sepanjang 2018. Penggunaan internet di Indonesia Pulau Jawa masih mendominasi dengan 55,7%. Sementara Pulau Sumatera 21,6%, Kalimantan 6,6%, Bali-Nusa 5,2%, dan Sulawesi-Maluku-Papua 10,9%.

Pengguna internet saat ini hampir mencakup semua golongan tanpa terkecuali mahasiswa, yang terbilang saat ini bergantung pada internet untuk mencari informasi dalam membuat tugas kuliah maupun berselancar di media sosial. Para akademisi merupakan salah satu pihak yang paling diuntungkan dengan kemunculan internet. Berbagai referensi, jurnal, maupun hasil

¹ APJII, Laporan Survei Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018, 2018.

penelitian yang dipublikasikan melalui internet tersedia dalam jumlah yang berlimpah.

Mahasiswa yang menggunakan internet saat ini adalah untuk memudahkan mencari sumber informasi dalam menemukan materi tugas dalam perkuliahan. Mahasiswa juga lebih tertarik menggunakan internet dikarenakan lebih efisien, ditambah lagi lebih hemat dibandingkan dengan membeli buku. Dengan cukup menggunakan wifi maupun paket data internet mahasiswa dapat mengcover seluruh kegiatannya, baik dalam mencari materi kuliah, maupun berselancar di media sosial yang tak terlepas dari mahasiswa saat ini, seperti instagram, facebook, twitter, chatting, dan sebagainya.

Adanya kebutuhan mahasiswa akan internet dan banyaknya pilihan paket data internet yang disediakan oleh provider telekomunikasi di pasaran, membuat mahasiswa harus pintar dalam memilih paket data internet yang sesuai akan kebutuhannya, dengan memperhatikan harga dan kualitas produk yang ditawarkan. Dalam melakukan keputusan pembelian paket data internet yang telah disediakan oleh provider telekomunikasi tersebut dapat terciptanya suatu kepuasan, sehingga dapat terjadi keputusan pembelian ulang paket data internet tersebut.

Beberapa perusahaan bersaing dengan cara berinovasi mengeluarkan berbentuk paket data internet. Persaingan tersebut dilihat dari banyaknya paket data internet dari berbagai macam operator yang tersebar di pasaran seperti Tri, Telkomsel, XL, Axis, Smartfren, dan Indosat Ooredoo. Produk dari paket data internet yang ditawarkan oleh provider telekomunikasi sudah banyak

tersedia di pasaran, dan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas produknya.

Dalam menarik perhatian konsumen menurut Swasta dalam Robertus Budi Tri Nugroho, perusahaan harus menawarkan harga yang relatif terjangkau, karena harga yang ditawarkan haruslah sesuai dan memadai dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.² Menurut Zakaria dan Astuti menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.³ Selain memperhatikan harga, konsumen juga memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai.⁴

Apabila konsumen merasakan harga yang ditawarkan dan kualitas yang diberikan cukup baik maka kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Juran dalam Donni Juni Priansa, kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai apabila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas

³ Zakaria, Shandy Ibnu dan Sri Rahayu Tri Astuti, *Analisis Faktor-faktor* yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta). Diponegoro Journal of Management. Vol.2 No.3. Tahun 2013, hal. 3.

² Robertus Budi Tri Nugroho, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Minyak Goreng Bimoli di Wilayah Perumnas Krapyak),* (Univesitas Negeri Semarang, 2011), hal. 2.

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 121.

dari kekurangan.⁵ Kepuasan konsumen juga memiliki berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seseorang itu sendiri yakni produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana.⁶ Setidaknya beberapa faktor tersebut bisa terpenuhi guna mewujudkan kepuasan konsumen dengan tingkat yang diharapkan.

Menurut Schnaars dalam Robertus Budi Tri Nugroho, terciptanya kepuasan pelanggan memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.⁷

Saat konsumen merasakan kepuasan tersebut maka dapat terjadinya suatu pembelian ulang. Menurut Cronin dan Morris dan Taylor dalam Arya Prasetyo Nugroho keputusan pembelian ulang mengacu pada komitmen psikologis terhadap produk atau jasa yang timbul setelah menggunakan produk mereka, sehingga timbul gagasan untuk mengkonsumsi lagi. Keputusan pembelian ulang merupakan tahap ketika seorang konsumen merasakan puas dan melakukan pembelian kembali suatu produk secara berulang lebih dari satu kali. Pengambilan keputusan membeli ulang yang dimaksud yaitu konsumen akan membeli kembali produk yang

⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta. 2017), hal. 217.

_

⁶ Ibid, hal. 209.

⁷ Ibid, hal. 2.

sama dalam waktu yang akan datang dan keputusan berapa jumlah produk yang akan dibeli.⁸

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian ulang serta kepuasan konsumen. Oleh karena itu terdapat ketertarikan untuk meneliti variabel-variabel tersebut pada perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi yaitu PT Hutchison 3 Indonesia, khususnya dalam produk paket data internet. Berikut ini adalah jumlah pelanggan operator seluler di Indonesia.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Operator Seluler pada Kuartal
III 2019 di Indonesia

No.	Operator Seluler	Jumlah Pelanggan
1.	Telkomsel	170,9 juta
2.	Indosat Ooredoo	58,7 juta
3.	XL dan Axis	55,5 juta
4.	Tri	38 juta
5.	Smartfren	22 juta

Sumber: Bisnis.com 2019

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa jumlah konsumen Tri di Indonesia pada kuartal III berada di urutan ke-4 dengan 38 juta pelanggan.

Tri memasarkan produknya tidak terlepas dengan persaingan harga dan kualitas produk dalam penjualan paket data internet. Tri sebagai salah satu provider telekomunikasi memiliki produk paket

⁸ Arya Prasetyo Nugroho, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Frestea di Kota Madya Yogyakarta)*, Universitas Yogyakarta, 2018), hal. 7.

data internet yang dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumennya.

Tri memiliki beberapa macam produk paket data internet, yang memiliki masa aktif harian, seminggu, sebulan, dan tahunan menyesuaikan dengan masa aktif kartu Tri yang dimiliki konsumen itu sendiri, atau yang disebut paket *Always On* (AON). Tri juga menawarkan paket data internet kepada konsumen berupa paket data internet *Unlimited*, paket *Weekend*, paket internet *Roaming* dan paket *Kendo*. Dalam menjalankan bisnisnya PT Hutchison 3 Indonesia harus mampu bersaing dengan kompetitor dengan memberikan harga yang cukup terjangkau dan kualitas produk yang baik pada paket data internet. ¹⁰

Tri memiliki berbagai macam harga yang ditawarkan pada produk paket data intenetnya. Harga paket data internet yang ditawarkan oleh Tri sudah cukup terjangkau. Berdasarkan Kumparan, Tri salah satu operator yang meyediakan paket data internet dengan harga yang cukup murah. Tidak heran jika operator seluler ini laris di semua kalangan, tanpa terkecuali mahasiswa. ¹¹ Namun berdasarkan detikINET, Tri tidak ingin perang harga dari tarif internet, melainkan Tri lebih fokus meningkatkan kualitas pelayanannya, karena menurut pihak Tri penawaran harga yang

_

⁹ www.bima.tri.co.id, diakses pada tanggal 13 Desember 2019, pukul 10.30 WIB.

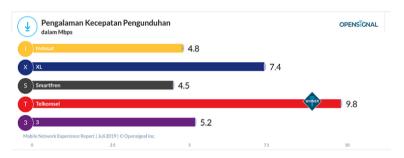
Leo Dwi JatmikoTri, *Targetkan Jumlah Pelanggan Tembus 40 Juta Hingga Akhir 2019*, diakses pada https://teknologi.bisnis.com/read/20190912/101/147411/tri-targetkan-jumlah-pelanggan-tembus-40-juta-hingga-akhir-2019, pada tanggal 14 Desember 2019, pukul 14.20 WIB

Kumparan, *Harga Paket Internet Tri April 2020*, diakses pada *Banyak Kuota Besar dan Murah*, https://kumparan.com/kumparantech/harga-paket-internet-tri-april-2020-banyak-kuota-besar-dan-murah-1t8Jspb4YX4, pada tanggal 31 Agustus 2020, pukul 07.15 WIB.

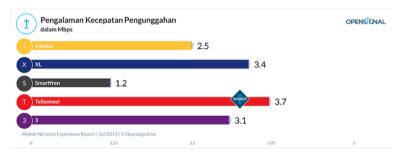
terkesan tidak wajar itu justru membuat industri menjadi tidak sehat.¹²

Kualitas produk dari paket data internet berkaitan dengan kualitas jaringan internet yang dimiliki Tri. Berdasrkan riset yang dilakukan oleh jaringan *mobile Open Signal* merilis hasil penelitian terbaru berjudul "Laporan Pengalaman Jaringan Seluler Juli 2019" untuk wilayah Indonesia.

Gambar 1.1 Pengalaman Kecepatan Pengunduhan



Gambar 1.2 Pengalaman Kecepatan Pengunggahan



Riset jaringan *mobile Open Signal* antara lain menjabarkan kecepatan internet dari lima operator seluler tanah air, yakni Indosat Ooredoo, XL Axiata, Smartfren, Telkomsel, dan Hutchison Tri (3). Riset *Open Signal* dilakukan di 16 kota besar di Indonesia,

¹² Muhamad Imron Rosyadi, *Tri Ogah Perang Tarif Internet*, diakses pada https://inet.detik.com/telecommunication/d-4470466/tri-ogah-perang-tarif-internet, pada tanggal 7 Januari 2020, pukul16.05 WIB.

yakni DKI Jakarta, Bekasi, Bogor, Depok, Tangerang, Bandung, Yogyakarta, Makassar, Medan, Palembang, Bandar Lampung, Pekanbaru, Semarang, Surabaya, Denpasar, dan Batam. Dari riset yang dilakukan oleh *Open Signal*, operator Tri berada di posisi ke tiga, dengan kecepatan pengunduhan jaringan internet Tri sebesar 5,2 Mbps, dan kecepatan pengunggahan sebesar 3,1 Mbps. Berdasarakan riset yang dilakukan oleh *Open Signal* bahwa kualitas produk dari jaringan internet Tri ini cukup bersaing dengan kompetitor.¹³

Namun berdasarkan CNN Indonesia menyatakan banyak konsumen yang mengeluhkan akan lambatnya kualitas jaringan di beberapa operator selular, termasuk operator Tri disaat hujan. Selain itu konsumen Tri juga mengeluhkan karena sinyal hilang di saat mati lampu, namun dari pihak Tri selalu berupaya meningkatkan pelayanan yang terbaik untuk pengguna Tri. Walaupun terkadang terjadi seperti itu, namun konsumen masih cukup nyaman merasakan kecepatan dalam internet yang disediakan oleh Tri, sehingga masih membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada paket data internet Tri.

Wahyunanda Kusuma Putri, *Ini Daftar Kecepatan Internet Operator Seluler di Indonesia*, diakses pada, https://tekno.kompas.com/read/2019/07/03/11 050027/ini-daftar-kecepatan-internet-operator-seluler-di-indonesia, pada tanggal 15 Desember 2019, pukul 10.30 WIB.

¹⁴CNN Indonesia, *Penyebab Sinyal HP Jelek Saat Hujan*, diakses pada, https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200220185911-213-476561/penyebabsinyal-hp-jelek-saat-hujan, pada tanggal 7 April 2020, pukul 11.00 WIB.

¹⁵ CNN Indonesia, *Sinyal Hilang Waktu Listrik Padam, Tri Beri Jawaban*, diakses pada, https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190805161425-213-4185 37/sinyal-hilang-waktu-listrik-padam-tri-beri-jawaban, pada tanggal 8 April 2020, pukul 08.08 WIB.

Dari fenomena diatas bahwa Tri menjual produk paket data internet dengan cukup terjangkau, namun Tri tidak tidak ingin perang harga, justru berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya. Fenomena harga dan kualitas produk yang ditawarkan Tri terjadi ditempat penelitian yang dipilih, yaitu di UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti dengan beberapa konsumen Tri pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, bahwa mereka menyatakan lebih suka dengan paket data internet Tri karena harga yang cukup terjangkau, dikarenakan sumber keuangannya masih bersumber dari orang tua, disertai dengan kualitas produk yang cukup baik, walaupun terkadang terjadi gangguan. 16

Dari fenomena tersebut dan berdasarkan penelitian terdahulu mengindikasikan adanya *research gap* dari dua variabel independen harga dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang dan kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel 1.2

Research Gap Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.	Rina Sukmawati (Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta).

 16 Wawancara dengan konsumen TRI mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, 10 Desember 2019.

Hasil penelitian ini menunjukkan harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pikatan Water Park.	Josephine Septi K. P. W (Pengaruh Produk Jasa, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pikatan Water Park dan Kolam Renang Tirto Sari).
---	--

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang diteliti oleh Rina Sukmawati, menunjukkan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Josephine Septi K. P. W, menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.3

Research Gap Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang keramik mulia tile pada PT Surya Asia Abadi di Pekanbaru.	Isfiandi dan Amirudin M Amin (Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile Pada PT Surya Asia Abadi di Pekanbaru).
	Hasil penelitian menunjukkan harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian ulang konsumen <i>Hypermart</i> Malang <i>Town Square</i> .	Nurhasan Aripin, Rois Arifin, Afi Rachmat Slamet (Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Hypermart Malang Town Square)).

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ulang yang diteliti oleh Isfiandi dan Amirudin M Amin, menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Nurhasan Aripin, Rois Arifin, Afi Rachmat Slamet, menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian ulang.

Tabel 1.4

Research Gap Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Research Sup Running Frount Ternadap Repulsan Ronsamen			
Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti	
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen <i>Mc Donald's</i> Alauddin .	Arfiani Bahar dan Herman Sjaharuddin (Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada McDonald's Alauddin).	
	Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Swalayan As-Gross Ar-Royan Solo.	Ika Mariana Zulaikha (Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Harapan konsumen, dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Swalayan As- Gross Ar-Royan Solo).	

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang diteliti oleh Arfiani Bahar dan Herman, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Ika Mariana Zulaikha, menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.5

Research Gap Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Ulang

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang teh <i>Frestea</i> di Kotamadya Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap intensi membeli ulang produk <i>My Ideas</i> .	Arya Prasetyo Nugroho, (Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Frestea di Kota Madya Yogyakarta)). Edo Praditya Denniswara (Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Intensi Pembelian Ulang Produk My Ideas).

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang yang diteliti oleh Arya Prasetyo Nugroho, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Eddo Praditya Denniswara, menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap membeli ulang.

Tabel 1.6

Research Gap Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Ulang

1 chibenan Clang		
Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	Hasil penelitian menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Miulan Hijab Semarang. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan konsumen tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kembali Layanan XL Blackberry Internet Service di Wilayah Kota	Wahyu Ika Purnamasari (Analisis Pengaruh Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Miulan Hijab Semarang). Gawan Sebastian dan Prodi Mbti (Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Layanan XL Blackberry Internet Service di Wilayah Kota Bandung Tahun 2011)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang yang diteliti oleh Wahyu Ika Purnamasari, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Gawan Sebastian dan Prodi Mbti, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Dari berbagai fenomena tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian dilapangan sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat pula oleh adanya berbagai *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian diatas, adapun fenomena, serta *research* gap, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
- 2. Bagaiamana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
- 3. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
- 4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
- 5. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?

- 6. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Melalui Kepuasan Konsumen?
- 7. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Melalui Kepuasan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
- Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
- Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
- Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
- Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
- 6. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Dalam Mempengaruhi Hubungan Antara

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen.
- 7. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Dalam Mempengaruhi Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan, informasi dan ilmu pengetahuan serta menambah referensi dari bacaan di bidang Ekonomi Khususnya Mahasiswa dan Civitas Akademi UIN Raden Fatah Palembang.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan kepribadian dari peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran, perilaku konsumen khusunya harga, kualitas produk, kepuasan konsumen dan juga keputusan pembelian ulang, serta teoriteori lainnya yang di dapat selama masa perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pihak akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.

b. Bagi pihak lain

Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai refrensi untuk menambah pengetahuan baru, dan sebagai bahan perbandingan penelitian berikutnya.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai perilaku konsumen terhadap merek serta sebagai implementasi atas teori yang telah didapat di perkuliahan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika ini sangat berguna untuk dapat memberikan gambaran secara jelas dan tidak menyimpang dari pokok-pokok permasalahan. Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang penjelasan dari beberapa teori dari sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan permasalahan yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya akan menjadi landasan bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian ini serta kerangka pikir teoritis dan juga hipotesis penelitian yang akan diuji.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang setting penelitian, desain penelitian, sumber data dan jenis data, populasi penelitian dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian serta teknik pengumpulan data (uji asumsi klasik dan uji hipotesis).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum mengenai objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang meliputi keberhasilan tujuan dari penelitian yang diteliti penulis. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung oleh data dan hipotesis mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.