

# **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI SOLO PARAGON MALL**

Yuyun Sukmawati H<sup>1)</sup>  
STIE AUB Surakarta

## **ABSTRAKSI**

Tujuan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel di Solo Paragon Mall. Populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen pembeli kartu perdana yang berada di Solo Paragon Mall sebanyak 712 orang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 responden sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan analisis uji t diperoleh harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall sedangkan hasil uji secara simultan variabel harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika menjual produk yang sama. Kualitas produk berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi keinginan konsumen. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk atau jasa karena harga adalah satu dari empat marketing mix (bauran pemasaran). Menetapkan harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan penjualan menurun, tetapi sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. Apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan kebutuhannya atau keinginannya. Kemudian produk yang akan dibeli tersebut apakah sudah sesuai dengan kondisi dirinya, seperti biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk yang di inginkan.

Namun kadang orang tidak mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan pembelian. Hal ini karena orang hanya tertarik pada bentuk fisik (penampilan luar) dari produk tersebut.

Pemasaran kartu perdana telkomsel biasanya dihadapkan pada masalah harga, promosi, dan kualitas produk yaitu bagaimana pemasaran yang ditetapkan dengan harga, promosi, kualitas produk dapat mencapai tujuan dengan baik seperti yang diharapkan, dan bagaimana strategi yang dapat diandalkan agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan, maka pihak pengembang sebaiknya terus menggali potensi apa yang harus dilakukan agar konsumen tertarik melakukan keputusan.

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang membutuhkan pertimbangan cermat. Ini dikarenakan adanya sejumlah dimensi strategik harga dalam hal: 1) Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk, 2) Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli, 3) Harga adalah determinan utama permintaan, 4) Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba. 5) Harga bersifat fleksibel, 6) Harga mempengaruhi citra dan strategi dan 7) harga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi manajer. Hal ini perlu disadari karena dengan adanya globalisasi pasar, konsumen akan

semakin banyak mempunyai pilihan dan keleluasaan untuk membeli produk guna memenuhi kebutuhannya. Konsumen makin bersikap kritis dalam menentukan pilihan terhadap keunggulan kualitas, manfaat dan kelayakan harga yang dibelinya.

Kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa (Mowen dan Minor, 2002). Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghasilkan mutu bila produk atau pelayanan penjual tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Kotler, 2007). Terdapat kecenderungan bagi konsumen untuk memilih produk makanan yang berkualitas, sesuai dengan selera dan keinginan serta memiliki harga yang relatif terjangkau (Nabhan dan Kresnaini, 2005). Jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut terus menerus (Nabhan dan Kresnaini, 2005). Untuk produk yang merupakan kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, konsumen sangat mempertimbangkan kualitasnya (Tedjakusuma, Hartini, dan Muryani, 2001).

Selain itu perusahaan pun wajib melakukan promosi di mana pun perusahaan tersebut berada. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 1997 dalam Khasanah dan Pamujo, 2011). Hal ini menyimpulkan bahwa promosi merupakan suatu bentuk komunikasi antara produsen dengan konsumen dalam melakukan penawaran suatu produk yang telah dihasilkan oleh produsen.

Kartu perdana Telkomsel merupakan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat dan menawarkan produk jaringan 4G LTE dengan kartu USIM dan paket perdana SimPATI sudah termasuk kuota internet 25 MB, yang berlaku selama 3 hari sejak dilakukan aktivasi bahwa berbagai pilihan internet murah dalam kartu perdana tiap pengguna kartu telkomsel yang hendak mengakses internet atau jejaring sosial. Dengan

ini pengguna diberikan pilihan paket flash optima, flash ultima, flash socialMAX serta paket internet khusus modem dan table dan banyak paket internet telkomsel seperti telkomsel 2 GB, 4 GB, 5 GB, 12 GB, 15 GB dan 30 GB serta adanya bonus nelpon bulanan dari berkirim SMS setiap bulan akan diberikan selama 3 bulan.

Berikut adalah laporan penjualan kartu perdana di Telkomsel di Solo Paragon untuk berbagai paket internet telkomsel pada bulan November dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 1**  
Data Penjualan Kartu Perdana Telkomsel  
Bulan Oktober 2017

| Hari / Tanggal          | Penjualan (Unit) |
|-------------------------|------------------|
| Senin, 1 Oktober 2017   | 5.200.000        |
| Selasa, 2 Oktober 2017  | 4.060.000        |
| Rabu, 3 Oktober 2017    | 3.650.000        |
| Kamis, 4 Oktober 2017   | 3.445.000        |
| Jum'at, 5 Oktober 2017  | 3.455.000        |
| Sabtu, 6 Oktober 2017   | 4.265.000        |
| Minggu, 7 Oktober 2017  | 3.890.000        |
| Senin, 8 Oktober 2017   | 2.845.000        |
| Selasa, 9 Oktober 2017  | 3.520.000        |
| Rabu, 10 Oktober 2017   | 2.615.000        |
| Kamis, 11 Oktober 2017  | 3.160.000        |
| Jum'at, 12 Oktober 2017 | 13.980.000       |
| Sabtu, 13 Oktober 2017  | 5.955.000        |
| Minggu, 14 Oktober 2017 | 1.695.000        |
| Senin, 15 Oktober 2017  | 3.185.000        |
| Selasa, 16 Oktober 2017 | 3.105.000        |
| Rabu, 17 Oktober 2017   | 5.015.000        |
| Kamis, 18 Oktober 2017  | 6.730.000        |
| Jum'at, 19 Oktober 2017 | 2.355.000        |
| Sabtu, 20 Oktober 2017  | 1.855.000        |
| Minggu, 21 Oktober 2017 | 3.195.000        |
| Senin, 22 Oktober 2017  | 4.405.000        |
| Selasa, 23 Oktober 2017 | 2.975.000        |
| Rabu, 24 Oktober 2017   | 3.035.000        |
| Kamis, 25 Oktober 2017  | 3.890.000        |
| Jum'at, 26 Oktober 2017 | 4.055.000        |
| Sabtu, 27 Oktober 2017  | 3.935.000        |
| Minggu, 28 Oktober 2017 | 4.980.000        |
| Senin, 29 Oktober 2017  | 5.280.000        |
| Selasa, 30 Oktober 2017 | 4.775.000        |
| Rabu, 31 Oktober 2017   | 3.775.000        |
| Jumlah                  | 128.280.000      |
| Rata-rata Jumlah        | 4.138.065        |

Sumber: Penjualan Kartu Perdana Telkomsel bulan November 2017.

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa penjualan dalam waktu satu bulan pada bulan November 2017 sebesar Rp. 128.280.000 sedangkan rata-rata yang diperoleh dari setiap harinya sebesar 4.138.065.

Berdasarkan pada kondisi tersebut pelaku usaha dituntut untuk mampu bersaing sehingga mampu mewujudkan dan memenuhi harapan konsumen seperti yang diinginkan, dengan melakukan kajian maka pihak telkomsel berusaha mempengaruhi produknya terhadap konsumen, yaitu dengan mengevaluasi kembali kebutuhan dan keinginan konsumen dan membuat inisiatif, kreatif dan inovatif serta tidak lupa memperhatikan harga, kualitas produk, dan promosi agar tercapai keputusan pembelian seperti yang diharapkan perusahaan.

tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel di Solo Paragon Mall. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel di Solo Paragon Mall. (3) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel di Solo Paragon Mall

## **TINJAUAN TEORI**

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Swasta dan Irawan, (2008: 118-119) Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen. Komponen-komponen tersebut akan dibahas berikut ini dalam kaitannya dengan pembelian, yaitu keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualannya, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, dan keputusan tentang cara pembayaran.

### **Harga**

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa. Juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa (Lupiyoadi, 2001 dalam Ghanimata dan Kamal, 2012: 5)

Menurut Swastha dan Irawan (2008: 96) harga dapat didefinisikan seperti berikut :

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

### **Kualitas Produk**

Menurut Sunu (1995: 99) dalam Komalasari (2011: 2) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dapat diperhatikan, dibeli atau dikonsumsi. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli (Tjiptono, 2001: 95).

Kotler dan Armstrong (2010: 27) mengemukakan bahwa: Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri.

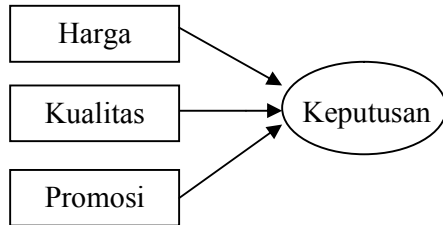
### **Promosi**

Promosi merupakan suatu alat yang insentif yang beraneka ragam yang dilakukan untuk memenuhi target dalam waktu jangka pendek dan dirancang untuk merangsang pembeli produk tertentu lebih cepat atau lebih kuat oleh konsumen, dimanapun. Pengertian promosi menurut Simamora (2000: 754) promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjualan dan pembelian potensial atau pihak-pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilaku.

Menurut Kotler (2000: 281) menyatakan aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjualan dan pembelian potensial atau pihak-pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilaku (Simamora, 2000: 754). Promosi menurut Laksana (2008:133) adalah suatu komunikasi informasi dari penjual kepada

pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli agar mengingat produk yang dijual.

### Kerangka Pemikiran



**Gambar 1**

Sumber : Krisnasakti Anggara (2012)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha dan Irawan, 2008: 96). Sedangkan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, yaitu kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong (2010: 27). Dan promosi menurut Laksana (2008:133) adalah suatu komunikasi informasi dari penjual kepada pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli agar mengingat produk yang dijual.

### Hipotesis

Untuk memecahkan masalah yang telah diuraikan di atas, perlu adanya suatu hipotesis agar penelitian dan pemecahan masalah menjadi terarah.

- H1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel di Solo Paragon Mall
- H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel di Solo Paragon Mall
- H3 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel di Solo Paragon Mall

### METODE PENELITIAN

#### Definisi Operasional

#### Variabel Dependen Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah serangkaian proses yang dialami konsumen

sebagai usaha untuk memecahkan masalah (konflik) atas kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan atau dipenuhi. Adapun indikatornya menurut Hariadi dan Martoatmodjo, (2013: 74) adalah sebagai berikut : Mudah dijangkau, Tawaran fasilitas, Promosi yang diberikan, Kesesuaian kebutuhan.

### Variabel Independen

#### Harga ( $X_1$ )

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa (Lupiyoadi, 2001: 62). Harga dalam penelitian ini diukur dengan indikator menurut Swasta dan Irawan (2008: 241) : Harga terjangkau, Harga bersaing, Harga sesuai kualitas, Harga sesuai manfaat

#### Kualitas Produk ( $X_2$ )

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi (Kotler dan Armstrong, 2010: 27). Kualitas produk dalam penelitian diukur dengan indikator menurut Kotler dan Armstrong (2010: 27) adalah: Kualitas, Keunggulan, Ketepatan, Desain

#### Promosi ( $X_3$ )

Promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjualan dan pembelian potensial atau pihak-pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilaku (Simamora, 2000: 754). Indikator promosi dalam penelitian ini menurut Hariadi dan Martoatmodjo, (2013: 74): Promosi lewat iklan, Promosi lewat pameran, Promosi lewat brosur, Promosi dengan pemberian hadiah.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden

Uraian karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, lama bekerja, diketahui bahwa rata-rata jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 47 orang dengan prosentase 67,14% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang dengan prosentase 32,86%. Karakteristik responden paling dominan berdasarkan umur yaitu umur 31 – 40 tahun yaitu sebanyak 31 responden atau sebesar 44,29%, kemudian umur 21 – 30 tahun sebanyak 25 responden atau sebesar 35,71%, umur lebih dari 40 tahun sebanyak 12 responden atau sebesar 17,14%, dan kurang

dari 20 tahun sebanyak 2 atau sebesar 2,86%. Karakteristik responden paling dominan berdasarkan pendidikan terakhir yaitu pendidikan SMA sebanyak 28 responden atau sebesar 40%, kemudian pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 25 responden atau sebesar 35,71%, pendidikan SMP sebanyak 12 responden atau sebesar 17,14% dan pendidikan SD sebanyak 5 responden atau sebesar 7,14%.

**Analisis Data**

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,580 + 0,430 X_1 + 0,295 X_2 + 0,284 X_3$$

Interprestasi dari persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut :

- a. Konstansta  $\alpha = -0,580$ , menunjukkan apabila harga, kualitas pelayanan, dan promosi sama dengan nol, maka Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall negatif.
- b.  $b_1 = 0,430$ , menunjukkan variabel harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall, artinya apabila harga meningkat maka Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall akan meningkat, dengan asumsi bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) tetap.
- c.  $b_2 = 0,295$ , menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall, artinya apabila kualitas produk meningkat maka Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall akan meningkat, dengan asumsi bahwa variabel harga ( $X_1$ ), dan promosi ( $X_3$ ) tetap.
- d.  $b_3 = 0,284$ , menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall, artinya apabila promosi meningkat maka Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall akan meningkat, dengan asumsi bahwa variabel harga ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tetap.

Dari hasil regresi menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien harga (0,414) paling tinggi dibanding yang variabel yang lain.

**Tabel 2**  
Hasil Uji t

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error |                           |       |      |
| 1 (Constant)    | -.580                       | 1.807      |                           | -.321 | .749 |
| Harga           | .430                        | .076       | .434                      | 5.635 | .000 |
| Kualitas Produk | .295                        | .092       | .290                      | 3.193 | .002 |
| Promosi         | .284                        | .084       | .294                      | 3.374 | .001 |

Sumber : Data primer diolah, 2018

Harga ( $X_1$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung} 5,635 > t_{tabel} 1,980$  dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 1 diterima.

Kualitas Produk ( $X_2$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung} 3,193 > t_{tabel} 1,980$  dengan taraf signifikansi  $0,002 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 2 diterima.

Promosi ( $X_3$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung} 3,374 > t_{tabel} 1,980$  dengan taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 3 diterima.

Hasil Uji F

**Tabel 3**  
Hasil Uji F

| Model        | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 519.821        | 3  | 173.274     | 60.749 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual     | 188.251        | 66 | 2.852       |        |                   |

|       |         |    |  |  |
|-------|---------|----|--|--|
| Total | 708.071 | 69 |  |  |
|-------|---------|----|--|--|

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel IV.15 Hasil uji secara simultan diketahui besarnya nilai  $F_{hitung} 60,749 > F_{tabel} 3,15$  signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Harga, Kualitas Produk dan Promosi mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4**

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .857 <sup>a</sup> | .734     | .722              | 1.689                      |

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel IV.16 diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,722, hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) mampu menjelaskan sebesar 72,2% terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall sedangkan sisanya sebesar 27,8 dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut terobservasi, misalnya lokasi, bukti fisik, proses, kualitas pelayanan.

### Implikasi Manajerial

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Implikasinya adalah dengan adanya harga yang semakin tinggi maka berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall akan meningkat pula. Untuk meningkatkan keputusan pembelian memiliki harga bisa didahulukan dengan harga perdana simpati melalui harga yang murah, kartu perdana simpati sesuai dengan harga yang ditawarkan dengan fasilitas 4G dan memiliki harga sesuai dengan manfaat.

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Implikasinya dengan adanya Kualitas Produk yang semakin baik maka berpengaruh terhadap

Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall juga semakin meningkat. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui kualitas produk dilakukan dengan kartu perdana simpati memiliki kualitas yang baik, memiliki keunggulan dan memiliki desain yang variatif.

Variabel Promosi merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis data diketahui bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui promosi bisa didahulukan dengan kartu perdana simpati sering mengadakan event atau pameran-pameran, promosi lewat brosur mudah dipahami dan dimengerti serta promosi lewat pameran lebih diminati oleh konsumen.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil penelitian dari persamaan regresi linear berganda menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Dari hasil tersebut diperoleh nilai koefisien variabel harga memiliki nilai koefisien regresi paling besar diantara variabel yang lainnya artinya variabel harga merupakan variabel dominan dalam penelitian ini.

#### Hasil Uji t

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 1 diterima. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 2 diterima. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 3 diterima.

#### Hasil Uji F

Hasil uji secara simultan variabel harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan

pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall.

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil uji  $R^2$  menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan promosi mampu menjelaskan sebesar 71,6% terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall sedangkan sisanya sebesar 28,4 dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut terobservasi.

### **Saran**

Bagi Telkomsel Di Solo Paragon Mall mempertimbangkan dari segi harga agar konsumen tertarik dengan harga yang terjangkau dengan fasilitas dan layanan yang memuaskan.

Sebaiknya untuk kualitas produk kartu perdana Telkomsel di Solo Paragon Mall sebaiknya memperluas jaringan, pengaksesan internet lebih cepat lagi.

Bagi bagi Telkomsel Di Solo Paragon Mall lebih gencar lagi dalam melakukan promosi kartu-kartu yang ditawarkan baik melalui iklan yang mudah dilihat, brosur-brosur dan sebagainya.

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel yang diteliti dalam mempengaruhi keputusan pembelian yaitu tidak hanya harga, kualitas produk dan promosi.