

Customer Satisfaction of Analysis Telkomsel Cellular Provider

By Rama Fathurachman

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine and prove the effect of Telkomsel Cellular Provider Product Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction. This study used active students of UPN Veteran Jakarta as a sample. Determination of the number of samples using Ferdinand's theory so that the number of samples used is 75 respondents with the Non-Probability Sampling method with the type of Purposive Sampling. The data collection technique uses a questionnaire by utilizing the Google Form Platform. Partial Least Square (PLS) was used as a data analysis tool. The measurement model of this research is the Validity and Reliability Test. The structural model of this research is the R2 Test, Path Analysis Coefficient, and Statistical T Test. The result of this research is that product quality has a significant effect on customer satisfaction. Price has a significant effect on customer satisfaction, promotion has a significant effect on customer satisfaction.

Keyword: *Product Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction*

Analisis Kepuasan Pelanggan Provider Seluler Telkomsel

Oleh Rama Fathurachman

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Seluler Telkomsel. Penelitian ini menggunakan mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta sebagai sampel. Penentuan jumlah sampel menggunakan teori Ferdinand sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 75 responden dengan metode *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memanfaatkan *Platform Google Form*. *Partial Least Square* (PLS) digunakan sebagai alat analisis data. Model pengukuran penelitian ini adalah Uji Validitas dan Reliabilitas. Adapun model struktural penelitian ini adalah Uji R^2 , Koefisien Analisis Jalur, dan Uji T Statistik. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Promosi; Kepuasan Pelanggan