Vol. 27 No. 2 (2025) pp. 241-251
FORUM EKONOMI
Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
P-ISSN 1411-1713 | E-ISSN 2528-150X

Pengaruh Harga Paket dan Kualitas Jaringan terhadap Kepuasan Pelanggan

The Effect of Package Price and Network Quality on Customer Satisfaction

Mimi Febriana[1]✉, Mulyati[2], Lilis Marlina[3]

[1]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Nusa Tenggara Barat, Indonesia.
[2]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Nusa Tenggara Barat, Indonesia.
[3]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Nusa Tenggara Barat, Indonesia.
✉Corresponding author: mimifebriana03@gmail.com

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga paket dan kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL Axiata pada mahasiswa STIE Yapis Dompu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendektan kuantitatif. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunkan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 92 responden. Intrusmen yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu penyebaran kuisioner melalui Google form dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukan bahwa harga paket maupun kualitas jaringan berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi harga yang kompetitif dan peningkatan kualitas jaringan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Article history
Received 2025-03-02
Accepted 2025-03-15
Published 2025-04-30

Kata kunci
Harga Paket;
Kualitas Jaringan;
Kepuasan Pelanggan.

Keywords
Package Prices;
Network Quality;
Customer Satisfaction.

Abstract
This study aims to analyze the effect of package price and network quality on customer satisfaction of XL Axiata card users on STIE Yapis Dompu students. The type of research used is causal associative research with a quantitative approach. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique with the number of samples used as many as 92 respondents. The instrument used in data collection is the distribution of questionnaires through Google form and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS. The results showed that the package price and network quality had a significant effect partially or simultaneously on customer satisfaction. These findings confirm the importance of a competitive pricing strategy and improved network quality in maintaining customer satisfaction.

This is an open-access article under the CC–BY-SA license.

Copyright © 2025 Mimi Febriana, Mulyati, Lilis Marlina.

1. Pendahuluan

Di era yang semakin modern ini, teknologi informasi menjadi bagian dari perkembangan zaman yang turut mendukung kelancaran aktivitas bisnis di tingkat internasional. Menurut (Ahmad Amar, 2012) Kemajuan teknologi telah memberikan akses yang sangat luas terhadap sumber informasi dan komunikasi yang dimiliki oleh umat manusia.

Kebutuhan manusia akan komunikasi dan pengetahuan sebenarnya sama pentingnya dengan kebutuhan akan sandang dan pangan, meskipun fungsi informasi kurang mendapat perhatian dalam beberapa dekade terakhir. Telepon genggam, umumnya disebut sebagai ponsel (HP), merupakan perangkat komunikasi elektronik yang memiliki fungsi utama serupa dengan telepon konvensional berbasis saluran tetap. Namun, perangkat ini menawarkan keunggulan dalam hal portabilitas, sehingga memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dari berbagai lokasi tanpa ketergantungan pada infrastruktur kabel. Kemampuan ini didukung oleh penerapan teknologi nirkabel *(wireless)*, yang memungkinkan transmisi data dan suara secara efisien melalui jaringan seluler (Rustam *et al.*, 2015). Alat komunikasi portable ini telah menjelma menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat luas dan dirasakan manfaatnya oleh semua kalangan, mulai dari usia lanjut hingga generasi muda semua merasakan ketergantungan terhadap teknologi telepon genggam. Dengan semakin banyaknya pengguna telepon genggam, kebutuhan akan internet pun pasti semakin meningkat. Akses yang semakin mudah membuat masyarakat dari berbagai latar belakang sekarang memiliki lebih banyak kesempatan untuk terhubung dan terlibat satu sama lain melalui platform media sosial berkat kemudahan dan aksesibilitas koneksi internet (Hermila A et al., 2023).

Perusahaan telekomunikasi semakin menyadari bahwa teknologi informasi telah menjadi kebutuhan yang sangat diperlukan di era sekarang. Oleh karena itu, sebagian besar dari mereka berupaya secara aktif untuk melakukan inovasi pada produk mereka demi mencapai posisi terbaik di pasar. Di Indonesia, penyedia kartu seluler seperti Telkomsel, XL Axiata, Tri, dan Smartfren saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Dengan beragamnya produk kartu seluler, persaingan dipasar menjadi semakin kompetitif.. Situasi ini dapat mendorong supaya perusahaan dapat terus berinovasi dalam menarik pelanggan baru, sambil mempertahankan kepercayaan pelanggan lama, demi memastikan kelangsungan daya saing mereka dengan kompetitor di pasar. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan perlu memahami dengan baik kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Menurut (Saputra and Hasibuan, 2020) Agar bisa unggul dalam persaingan, perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan produk berkualitas lebih baik, menawarkan harga yang lebih terjangkau, serta memastikan pengiriman produk yang lebih cepat dan pelayanan yang melebihi yang ditawarkan oleh pesaing. Sebaliknya, produk dengan kualitas buruk, harga yang tinggi, dan pengiriman yang lambat dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, meskipun tingkat ketidakpuasan tersebut bervariasi.

Salah satu aspek yang amat menentukan kepuasan pelanggan dalam memilih suatu produk atau layanan adalah harga. Faktor ini sering kali menjadi pertimbangan utama karena pelanggan cenderung mencari Keseimbangan antara uang yang dikeluarkan dengan keuntungan yang diperoleh. Menurut (Allana, 2021) harga adalah salah satu penentu utama pilihan konsumen saat membeli barang atau jasa. Jika pelanggan percaya bahwa harga yang diberikan sebanding dengan harapan atau persepsi nilai mereka, maka potensi terjadinya pembelian ulang terhadap produk tersebut akan meningkat. Biasanya masyarakat cenderung mencari harga paket yang lebih terjangkau dan mengharapkan kualitas layanan yang terbaik, akan tetapi beberapa perusahaan telekomunikasi memang menawarkan harga paket yang relatif lebih murah dengan kuota yang memadai. Namun, seringkali kualitas layanan yang diberikan kurang optimal, seperti sinyal internet yang tidak stabil, yang dapat mengakibatkan akses data menjadi lambat.

Hubungan antara harga paket dan kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Penentuan harga yang tepat dapat memperbaiki kepuasan pelanggan, sementara harga yang tidak sesuai berpotensi menurunkan tingkat kepuasan.

Pernyataan ini didukung oleh penelitian (Anggraini Yunita, 2021) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh harga. Kemudian, penurut penelitian lain, harga mempengaruhi loyalitas pelanggan. (Anggraini Fifin, 2020). Tetapi, menurut penelitian terbaru (Bansaleng, 2023), harga tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap provider XL.

Kualitas jaringan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, di mana pelanggan pasti akan mempertimbangkan kecepatan akses internet. Menurut Waode dalam (Sinaga, 2022) mengemukakan bahwa kualitas jaringan berfungsi sebagai penghubung antara dua titik menggunakan koneksi yang ada, yang memungkinkan komunikasi dan penyampaian informasi antar individu. Dengan kualitas jaringan yang optimal, internet dapat mentransmisikan pesan atau informasi dari satu pengguna ke pengguna lainnya, bahkan dalam jarak yang jauh, dengan kecepatan yang memadai. Kualitas jaringan ini dapat dinilai berdasarkan kinerja layanan serta kinerja jaringan itu sendiri, yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pengguna dalam mengakses internet.

Kualitas jaringan amat memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama dalam hal layanan koneksi internet. Pengaruh kualitas jaringan internet terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indihome di PT Telkom Indonesia telah dibuktikan pada penelitian (Albiansyah, 2024). Penelitian ini diperkuat oleh (Rifai Inayatull, 2023) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas jaringan internet. Namun, menurut penelitian (Ilham Yusuf, 2020) kualitas jaringan tidak dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Berasal pada penjelasan latar belakang penelitian di atas dapat diajukan judul "Pengaruh Harga Paket dan Kualitas Jaringan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu XL Axiata pada Mahasiswa STIE Yapis Dompu". Adapun perumusan masalahnya antara lain: (1) Apakah harga paket berpengaruh secara signifikan terhadap keuasan pelanggant? (2) Apakah kualitas jaringan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelangan? Dan (3) Apakah harga paket dan kaulitas jaringan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan?.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana harga paket mempengaruhi kepuasan pelanggan, bagaimana kualitas jaringan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, dan bagaimana harga paket dan kualitas jaringan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Manfaat secara teoritis dari penelitian ini yaitu untuk meningkatkan pemahaman dan keahlian sekaligus memberikan nilai tambah bagi para pembaca yang ingin melakukan penelitian terutama di bidang manajemen pemasaran. Fokus utama penelitian ini adalah untuk meneliti seperti apa kepuasan pelanggan mempengaruhi harga paket dan kualitas jaringan. Namun, secara praktis, penelitian ini akan membantu manajemen XL Axiata dengan memberikan data yang relevan tentang elemen-elemen yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Metode

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif di penelitian ini. Metode penelitian kuantitatif ialah penelitian berlandaskan pada filsafat positivis, yang menekankan pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis atau fenomena yang dapat diukur (Sugiyono, 2013:8). Penelitian dilakukan pada populasi atau sampel tertentu menggunakan pendekatan ini. Dalam prosesnya, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan metode kuantitatif untuk analisis data. Tujuan utama pendekatan ini adalah untuk menguji teori yang sudah ada sebelumnya. Tipe penelitian yang dipakai ialah penelitian asosiatif dengan pendekatan causal, dengan tujuan untuk membangun hubungan antara variabel. Hubungan causal ini menjelaskan bagaimana variabel yang diteliti saling terkait satu sama lain (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, populasi mencakup semua mahasiswa aktif di STIE Yapis Dompu, yang jumlahnya mencapai 1.213 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menentukan sampel. Menurut (Sugiyono, 2013) Sampel dapat diartikan sebagai bagian yang

mewakili jumlah dan karakteristik populasi yang lebih besar, sehingga dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi atau sifat-sifat populasi secara keseluruhan.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan standar responden yaitu mahasiswa aktif di STIE Yapis Dompu dan pernah menggunakan kartu XL Axiata dengan minimal

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

pemakaian selama3 bulan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner yang disebarkan menggunakan platform *Google Form*. Jumlah sampel di tentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Zulfikar *et al.*, 2024) sebagai berikut:

Keterangan:

n = Jumlah total sampel yang dibutukan

N = Jumlah keseluruhan populasi

e = Presentase kesalahan

Dengan menggunakan rumus Slovin dan mempertimbangkan jumlah persentase kesalahan yang ditolerir sebesar 10% (0,1), perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1213}{1 + 1213(0{,}1)^2} = 92{,}38$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel, jumlah responden yang dibutuhkan adalah sekitar 92,38. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, angka tersebut dibulatkan menjadi 92 responden.

Perangkat lunak yang digunakan dalam analisis data ialah IBM SPSS, yang terdiri dari uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik, (uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas). Adapun, uji koefisien determinasi (R2) dilakukan setelah uji regresi linier berganda, uji parsial (uji-t), dan uji simultan (uji-F) telah selesai.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian mengenai konsumen pengguna kartu XL Axiata di STIE Yapis Dompu dapat dianalisis melalui beberapa kriteria, yaitu jurusan, semester, serta lamanya penggunaan kartu XL Axiata.

Tabel 1. Karateristik Responden

Variabel	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Jurusan	Manajemen	67	72,8
	Akutansi	25	27,2
		92	100
Semester	II	16	17,4
	IV	15	16,3
	VI	8	8,7
	VIII	53	57,6
		92	100
Lama penggunaan	3 Bulan	23	25
	6 Bulan	16	17,4
	1 Tahun	22	23,9
	>1 Tahun	31	33,7
		92	100

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada pengguna kartu XL Axiata di kalangan mahasiswa STIE Yapis Dompu, dapat dilihat pada tabel 1 bahwa terdapat 67 responden dari jurusan Manajemen dengan presentase 72,8% dari total responden dan 25 responden dari jurusan Akuntansi dengan persentase 27,2%. Selanjutnya, jika dilihat dari klasifikasi responden berdasarkan tingkatan semester, terdapat 16 responden dari semester II (17,4%), 15 responden dari semester VI (16,3%), 8 responden dari semester VI (8,7%), dan 53 responden dari semester VIII (57,6%). Adapun klasifikasi berikutnya berdasarkan lama penggunaan kartu, ditemukan 23 responden yang menggunakan selama 3 bulan (25%), 16 responden selama 6 bulan (17,4%), 22 responden selama 1 tahun (23,9%), dan 31 responden yang sudah menggunakan lebih dari 1 tahun (33,7%). Berdasarkan data yang ada, dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengguna kartu XL Axiata berasal dari jurusan Manajemen, berada di semester VIII, dan telah memakai kartu tersebut selama lebih dari satu tahun.

3.1.1. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	r-tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,799	0,205	**Valid**
	X1.2	0,784	0,205	**Valid**
	X1.3	0,768	0,205	**Valid**
	X1.4	0,877	0,205	**Valid**
	X1.5	0,700	0,205	**Valid**
	X1.6	0,844	0,205	**Valid**
	X1.7	0,814	0,205	**Valid**
	X1.8	0,834	0,205	**Valid**
Kualitas jaringan (X2)	X2.1	0,758	0,205	**Valid**
	X2.2	0,763	0,205	**Valid**
	X2.3	0,792	0,205	**Valid**
	X2.4	0,785	0,205	**Valid**
	X2.5	0,755	0,205	**Valid**
	X2.6	0,837	0,205	**Valid**
Kepuasan pelanggan (Y)	Y1	0,506	0,205	**Valid**
	Y2	0,730	0,205	**Valid**
	Y3	0,767	0,205	**Valid**
	Y4	0,636	0,205	**Valid**
	Y5	0,766	0,205	**Valid**
	Y6	0,804	0,205	**Valid**

Dari tabel yang diberikan terlihat bahwa nilai r hitung untuk setiap item pernyataan yang berkaitan dengan variabel independen dan dependen melebihi nilai r tabel. Dengan demikian, data dapat dianggap sah jika nilai korelasi lebih tinggi dari r tabel. Untuk memperoleh nilai r tabel digunakan *degree of freendom* dengan menggunakan rumus (df) = n-2 = 92-2 = 90 menghasilkan nilai r tabel 0,205 dengan tingkat signifikasi 0,05. Dengan begitu bisa dikatakan bahwa pernyataan variabel harga, kualitas jaringan, dan kepuasan pelanggan dapat dikatakan layak untuk dimasukkan sebagai data dalam penelitian ini.

3.1.2. Uji Reabilitas

Tabel 3. Hasil Uji

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Standart	Keterangan
Harga (X1)	0,924	0,60	Reliabel
Kualitas jaringan (X2)	0,872	0,60	Reliabel
Kepuasan pelangan (Y)	0,934	0,60	Reliabel

Uji reliabilitas untuk instrumen penelitian ini menggunakan nilai Cronbach Alpha. Seluruh instrumen penelitian, termasuk variabel harga, kualitas jaringan, dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel di atas. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua instrumen tersebut dapat dipercaya dan sesuai dengan kriteria untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.1.3. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Asymp. Sig. (2-tailed)	Unstandardized Residual	
	Sig	
	0,05	,151

Tabel ini menyajikan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, yang menunjukkan nilai signifikansi 0,151 > 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi oleh model regresi yang digunakan.

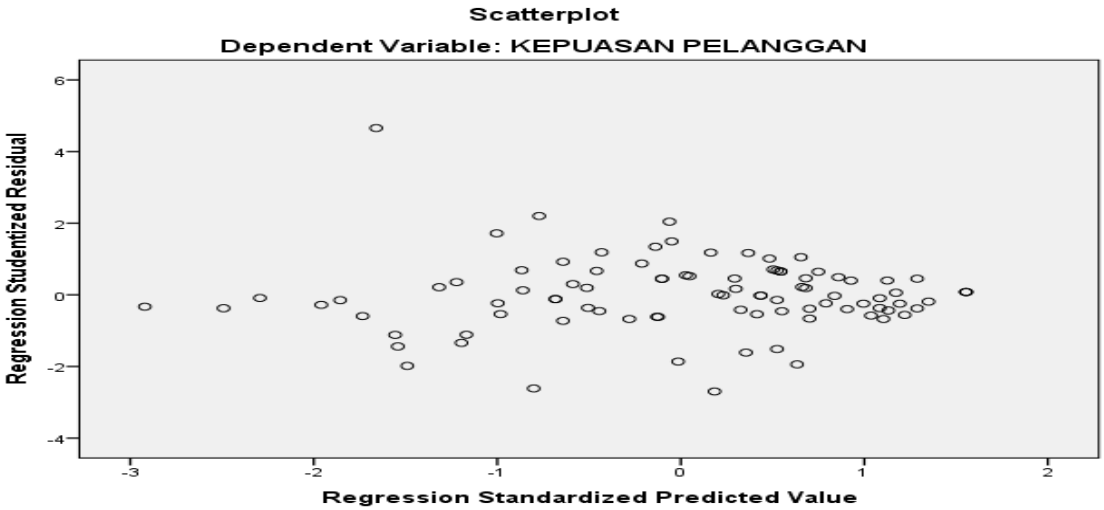
3.1.4. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji

Variabel	**Tolerance**	**VIF**	**Keterangan**
Harga (X1)	0,579	1,726	Bebas multikoleniaritas
KUALITAS JARINGAN (X2)	0,579	1,726	Bebas multikoleniaritas

Dari tabel diatas variabel harga dan kualitas jaringan memiliki nilai tolerance senilai 0,579 > 0,10, sebagaimana seperti ditunjukkan oleh hasil tabel. Lebih lanjut, kedua variabel tersebut memiliki nilai VIF senilai 1,726 < 10,00. Jadi, data tersebut dapat dikatakan bebas multikolinearitas.

3.1.5. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar diatas, tampak bahwa pola tidak memiliki bentuk tertentu. Sebaliknya, pola tersebut cenderung acak atau tidak teratur. Berarti tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.1.6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,512	1,608	
	Harga	,448	,065	,563
	Kualitas Jaringa	,343	,086	,324

a. Dependent Variable: Kepuasan

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

X1 + 0,448 X2 + 1,512 = Y

Angka-angka tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Jika kualitas jaringan (X2) dan harga (X1) tetap konstan, nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 1,512. Dengan demikian, nilai kepuasan pelanggan tetap pada 1,512 ketika ada peningkatan satu unit dalam kepuasan pelanggan, dengan asumsi bahwa tidak ada variabel lain yang berubah.
2) Jika harga (X1) sama dengan 0,448, maka nilai harga naik sebesar 0,448 untuk setiap kenaikan satu unit harga sementara nilai variabel lainnya tetap sama.
3) Jika nilai kualitas jaringan (X2) adalah 0,343, maka nilai kualitas jaringan akan naik sebesar 0,343 untuk setiap peningkatan satu unit dalam nilai kualitas jaringan sementara nilai variabel lainnya tetap sama.

3.1.7. Uji Parsial (Uji-t)

Tabel 8. Hail uji
Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	,940	,350
	Harga	6,908	,000
	Kualitas Jaringa	3,978	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang tercantum pada tabel, variabel independen menunjukkan tingkat signifikansi < 0,05. Hal ini menunjukkan bagaimana setiap variabel independen memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel dependen. Penjelasan mengenai masing-masing pengaruh tersebut diberikan di bawah ini:

1) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan
   Berdasarkan hasil uji t variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 6,908 > 1,661 t tabel. Nilai signifikan yang ditemukan adalah 0.000 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) dapat diterima.

2) Pengaruh Kualitas Jaringan terhadap Kepuasan Pelanggan
   Berdasarkan hasil uji t, variabel kualitas jaringan memiliki nilai t hitung sebesar 3,978 > 1,661 t tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel

kualitas jaringan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) dapat diterima.

3.1.8. Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 9. Hasil Uji

ANOVA[a]

Model	F-tabel	F	Standar sig	Sig
Regression	2,47	85,631	,005	,000[b]

Hasil uji F menunjukan bahwa nilai F hitung senilai 85,631 dengan ambang batas signifikansi 0,000 < 0,005. Nilai F hitung senilai 85,631 > 2,47 F tabel, seperti yang ditunjukkan di atas, menunjukkan bahwa faktor harga dan kualitas jaringan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata. Berarti, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.

3.1.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Uji

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811[a]	,658	,650	3,675

Uji koefisien determinasi R^2 menghasilkan nilai sebesar 0,650, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil temuan pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) dan variabel kualitas jaringan (X2) menyumbang 65% variasi pada variabel kepuasan pelanggan (Y). Sementara itu, faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini berdampak pada 35% sisanya.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Harga Paket Terhadap Kepuasan Pelanggan

Seperti menurut (Kotler dan Amstrong, 2001) harga ialah sejumlah uang yang musti dibayarkan pada suatu barang atau jasa, termasuk juga manfaat yang diterima oleh pelanggan karena memanfaatkan barang atau jasa tersebut. Harga adalah salah satu elemen kunci yang dapat berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan atau menyediakan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan biaya yang terjangkau.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di kalangan mahasiswa STIE Yapis Dompu, variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu XL Axiata. Hasil dari uji regresi linier berganda, yang menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,448, dan uji t yang menghasilkan nilai t hitung senilai 6,908 > 1,661 t tabel dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005, membuktikan hal tersebut. Faktor-faktor ini mengarah pada kesimpulan bahwa di kalangan mahasiswa STIE Yapis Dompu, harga secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu XL Axiata. Fakta bahwa mahasiswa yang menjadi peserta penelitian sering mempertimbangkan keterjangkauan harga saat memilih barang atau jasa membantu menjelaskan fenomena ini. Tingkat kepuasan dapat meningkat ketika biaya yang dirasakan dan manfaat yang diterima seimbang. Dalam hal ini XL Axiata menghadirkan berbagai paket yang menawarkan harga kompetitif, sehingga para pengguna merasa mendapatkan nilai yang sebanding dengan pengeluaran mereka. Keputusan pembelian yang diambil berdasarkan pertimbangan harga yang rasional, serta tersedianya berbagai pilihan paket menjadi faktor utama yang memperkuat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini semakin memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Septarini, 2023) yang berjudul "Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi terhadap Kepuasan

Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel di Desa Labuhan Bontong, Kecamatan Tarano, Sumbawa." Penelitian itu menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3.2.2. Pengaruh Kualitas Jaringan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut Waode dalam (Sinaga, 2022) mengatakan bahwa kualitas jaringan bertindak sebagai penghubung antara dua titik melalui koneksi yang dapat diakses, memfasilitasi percakapan dan pertukaran informasi antar manusia. Bahkan dalam jarak yang jauh, internet dapat mengirimkan informasi atau pesan dengan kecepatan yang memadai jika jaringannya berkualitas tinggi. Kinerja layanan dan jaringan itu sendiri dapat digunakan untuk mengukur kualitas jaringan, yang berdampak langsung pada tingkat kepuasan pengguna terhadap koneksi internet mereka.

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan mahasiswa STIE Yapis Dompu terhadap kartu XL Axiata dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas jaringan. Dibuktikan dengan hasil uji regresi linier berganda, dengan nilai t hitung 3,978 > t tabel 1,661 dan koefisien 0,343 pada taraf signifikansi 0,000 < 0,005. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di kalangan mahasiswa STIE Yapis Dompu dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas jaringan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas jaringan mempunyai pengaruh yang terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa jaringan yang cepat, stabil, dan luas jangkauannya menjadi kebutuhan utama dalam mendukung aktivitas digital mahasiswa, baik untuk belajar daring, berkomunikasi, maupun bersenang-senang. Ketika XL Axiata mampu menyediakan pengalaman penggunaan yang lancar tanpa gangguan, pengguna akan merasa puas dan nyaman. Ini menunjukkan bahwa kualitas teknis jaringan secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Apabila kualitas tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan, maka tingkat kepuasan pun akan meningkat.

Penelitian ini diperkuat oleh (Anum, 2023) dengan judul "Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Smartfren di Pekanbaru. " Temuan tersebut menunjukkan adanya pengaruh kualitas jaringan terhdap kepuasan pelanggan pengguna Smartfren.

3.2.3. Pengaruh Harga Dan Kualitas Jaringan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut (Nyarmiati & Astuti, 2020) Kepuasan pelanggan ialah rasa puas terhadap produk (layanan) yang mereka beli. Pelanggan akan memiliki hubungan yang lebih harmonis dengan bisnis ketika mereka merasa puas, yang akan menguntungkan kedua belah pihak. Keadaan ini akan memotivasi klien untuk terus membeli barang dari bisnis tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa STIE Yapis Dompu yang menggunakan kartu XL Axiata melaporkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi ketika harga dan kualitas jaringan diperhitungkan secara bersamaan. Hal ini diperkuat dengan hasil uji F yang menunjukan bahwa nilai F hitung sebesar 85,631 > 2,47 F tabel dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,005. Berdasarkan standar tersebut, kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Yapis Dompu sangat dipengaruhi oleh harga paket dan kualitas jaringan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara bersamaan, harga dan kualitas jaringan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi karena kedua variabel saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan. Ketika harga terjangkau akan tetapi tidak diimbangi dengan kualitas jaringan yang baik, maka kepuasan pelanggan tidak akan tercapai secara maksimal, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, perpaduan antara harga dan kualitas menjadi kunci keberhasilan XL Axiata dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama di kalangan mahasiswa yang cenderung sensitif terhadap harga tetapi tetap mengutamakan kualitas layanan.

Hasil penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Harga Paket dan Kualitas Jaringan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu XL 4G Tahun 2023" (studi kasus pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UIN Mataram angkatan 2019) ini semakin memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ayuastuti Yunita, 2023). Hasil analisis ini menunjukkan bagaimana kualitas jaringan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan kartu XL 4G pada tahun 2023.

4. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di kalangan mahasiswa STIE Yapis Dompu dipengaruhi oleh harga dan kualitas jaringan. Sebanyak 92 mahasiswa aktif yang memiliki kartu XL Axiata menjadi sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah simpulan yang dapat diambil dari analisis yang telah dilakukan:

1) Harga paket (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) bagi mahasiswa STIE Yapis Dompu pengguna kartu XL Axiata. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik harga yang dikasih, maka pelanggan akan merasa puas terhadap kartu XL Axiata.
2) Bagi mahasiswa STIE Yapis Dompu pengguna kartu XL Axiata, kualitas jaringan (X2) juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan kata lain, kepuasan pengguna terhadap kartu XL Axiata meningkat seiring dengan kualitas jaringan yang ditawarkan.
3) Bagi mahasiswa STIE Yapis Dompu pengguna kartu XL Axiata, harga paket (X1) dan kualitas jaringan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Amar (2012) 'Perkembangan Teknologi Komunikasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya', 13.

Albiansyah, Adji Bayu Seto and Azhar Arizal (2024) 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Jaringan Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Di Pt Telkom Indonesia, Tbk Wilayah Rt 008 Rw 002 Petukangan Selatan Jakrta Selatan', 1.

Anggraini Fifin and Budiarti Anandhyta (2020) 'Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek'.

Anggraini Yunita (2021) *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Puti Minang Di Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Puti Minang Di Langkapura Kota Bandar Lampung)*.

Anum, L., Fikri, K. and Akhmad, I. (2023) *Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Smartfren Di Pekanbaru*. Available at: www.smartfren.com.

Ayuastuti Yunita (2023) 'ANALISIS PENGARUH HARGA PAKET DAN KUALITAS JARINGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA KARTU XL 4G TAHUN 2023 (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN MATARAM ANGKATAN 2019)'.

Bansaleng, J.M. *et al.* (2023) 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL Di Manado'.

Farokhi, M.S. and Hidayat, W. (no date) *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT.Nusantara Sakti Semarang)*.

Hermila A *et al.* (2023) 'INVERTED: Journal of Information Technology Education Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Teknik Informatika UNG)', 3(2). Available at: http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/inverted.

Ilham Yusuf and Dirgantara Bayu I Made (2020) 'Analisis Pengaruh Kualitas Jaringan, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Keamanan Dan Privasi Pada Penyedia Layanan Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampak Pada Niat Pembelian Ulang', 9.

Kharisma, D. *et al.* (2023) *JUMANSI:JurnalIlmiahManajemendanAkuntansi Medan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan Afiliation*. Available at: https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi.

Kotler & Armstrong (2022) 'Surganya Motor Indonesia Bandung Oleh : Mariati Tirta Wiyata Mariati.tirtawiyata@imwi.ac.id Hasti Pramesti Kusnara Institut Manajemen Wiyata Indonesia'.

Musyawarah, I.Y. *et al.* (2020) 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju', *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1).

Nyarmiati & Astuti (2020) *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica*. Available at: https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi.

Putri Maulidiah, E. and Budiantono, B. (2023) 'Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan', 2(3).

Ridho Allana M.N, Hidayati Noor and Khairussalam (2021) 'Pengaruh Kualitas Layanan Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Xl Di Kota Banjarmasin (studi pada pengguna paket data internet)'.

Rifai Inayatullah, M. and Puspita Siwi, R. (2023) *Pengaruh Kualitas Jaringan Internet, Biaya Dan Fitur Layanan Mesin Edc Terhadap Kepuasan Pelanggan Agen Brilink Di Kota Parepare*.

Rustam, M. *et al.* (2015) *Survei Penggunaan Telepon Genggam Pada Masyarakat Nelayan Di Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual Provinsi Maluku The Survey Of Mobile Phone Use At Fishermen Community On North Dullah Island Tual City Province Maluku*.

Saputra, A. and Hasibuan, A. (2020) *Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Statistik, Reliabilitas Dan Korelasi Di Indomaret Dan Alfamidi*, *Cetak) Buletin Utama Teknik*. Online.

Septarini, N., Rusdan, R. and Sagir, J. (2023) 'Vol 2 No.3 Sept Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Di Desa Labuhan Bontong Kec Tarano Sumbawa', *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), pp. 29–40. Available at: https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3282.

Sinaga, K. *et al.* (2022) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kartu Smartfren Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan*, *Jurnal Bisnis Corporate*.

Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Zulfikar, R. *et al.* (2024) *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)*. Available at: www.freepik.com.