

KUALITAS JARINGAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KARTU TELKOMSEL PADA CV. SINAR TELEKOM LAHAT

Hayani¹, Vemi Fytaloka²
Universitas Serelo Lahat^{1,2}
hayanirolani1010@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas jaringan dan harga secara parsial dan simultan terhadap minat beli kartu Telkomsel di CV. Sinar Telekom Lahat. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda, di mana persamaan modelnya adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa kualitas jaringan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y), sedangkan harga (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y) kartu Telkomsel di CV. Sinar Telekom Lahat. Selanjutnya, uji F menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas jaringan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y). Simpulan, Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kartu Telkomsel di lingkungan bisnis spesifik. Implikasi dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan minat beli kartu Telkomsel di pasar lokal.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Jaringan, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to investigate the effect of network quality and price partially and simultaneously on the purchase interest of Telkomsel cards at CV. Sinar Telekom Lahat. The data analysis method used is quantitative using multiple linear regression, where the model equation is $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$. The results of the t-test analysis show that network quality (X_1) has a significant effect on purchase interest (Y), while price (X_2) does not have a significant effect on purchase interest (Y) of Telkomsel cards at CV. Sinar Telekom Lahat. Furthermore, the F test shows that simultaneously, network quality (X_1) and price (X_2) have a significant effect on purchase interest (Y). Conclusion, This study contributes to the understanding of the factors that influence consumer purchase interest in Telkomsel cards in a specific business environment. The implications of the results of this study can be used as a basis for a more effective marketing strategy to increase purchase interest in Telkomsel cards in the local market.

Keywords: Price, Network Quality, Purchase Interest

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek sosial, di mana negara-negara di seluruh dunia menjadi suatu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi. Hal ini menyebabkan meningkatnya arus informasi yang memerlukan instrumen komunikasi untuk mempermudah kegiatan manusia, diantaranya adalah teknologi informasi. Salah

satu bentuk kehadiran teknologi komunikasi dan informasi di dunia dewasa ini adalah alat komunikasi portable berupa telepon genggam atau telepon seluler (handphone). Dengan kemudahan akses informasi siapa pun dapat menerima dan mengirim informasi apapun dengan cepat bagi siapa saja dan tidak terbatas dengan usia. Dengan sinyal internet yang disediakan beberapa penyedia layanan informasi (provider) semakin terus berkembang dalam hal kecepatan dan jaringannya, membuat pemegang telepon genggam dapat mudah membukanya kapan pun dan di mana pun.

Saat ini di Indonesia terdapat provider kartu seluler yang sering digunakan, diantaranya adalah Telkomsel, IM3, Ceria, Indosat, Axis, XL, Tri, dan Smartfren. Berkembangnya provider dalam dunia menimbulkan persaingan yang tinggi diantara perusahaan provider-provider tersebut. Dalam bisnis terdapat resiko, ketidakpastian, dan saling ketergantungan, sehingga biasanya konsumen memustuskan untuk membeli suatu produk berdasarkan pengalaman pembelian di masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji dari pemasar mengenai produk yang ditawarkan penjual harus memberikan informasi produk yang cukup jelas dan lengkap, dengan begitu akan menimbulkan kepercayaan konsumen dalam membeli.

Menurut Kotler dan Keller (2019, h.138) dalam (Megawati, 2023), Minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian. Kualitas jaringan adalah senjata yang ampuh dalam keunggulan perusahaan di bidang provider. Kualitas jaringan memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli oleh konsumen. Kualitas jaringan berhubungan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Oleh karena itu jaringan yang berkualitas seperti kecepatan internet, jangkauan luas dan kuat harus diberikan secara terus menerus agar perusahaan tidak kalah dalam bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Mursid dalam (Tsaniya & Luh Wayan Sayang Telagawathi, 2022) mengungkapkan bahwa harga ialah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan satuan mata uang atau alat tukar pada barang tertentu. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli oleh konsumen. Perusahaan harus berupaya dalam menghasilkan serta mendistribusikan barang atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen dengan harga yang terjangkau, karena harga mempengaruhi besarnya kapasitas penjualan dan laba yang akan dicapai oleh suatu perusahaan.

Adanya persaingan kualitas jaringan dengan provider lain yang sudah menembus ke daerah-daerah terpencil namun provider telkomsel masih sulit menjangkau daerah-daerah terpencil. Persaingan yang sengit inilah yang membuat telkomsel harus banyak melakukan berbagai inovasi. Telkomsel akan melakukan langkah-langkah strategis untuk menangkap berbagai peluang pertumbuhan dan memastikan keberlanjutan bisnis. Diantaranya memperkuat kapabilitas *core broadband* dengan memperluas portofolio beragam layanan digital untuk menangkap peluang baru dan mengamankan pertumbuhan jangka panjang perusahaan melalui inisiatif layanan dan platform digital baru dengan perencanaan yang strategis. Selain itu, Telkomsel juga melakukan perluasan cakupan dan optimalisasi jaringan guna memperkuat kepemimpinan dan mendukung pertumbuhan pengalaman konektivitas digital pelanggan dengan melakukan investasi yang berkelanjutan yang terukur dan bertahap. (Mardiansyah, 2023).

Ada konsumen yang berpendapat bahwa mereka tertarik membeli kartu telkomsel karena harga yang relatif terjangkau, sedangkan kualitas jaringannya masih sering

mengalami gangguan. Konsumen berharap kepada pihak telkomsel agar jaringan lebih diperluas terutama di daerah pelosok, sehingga pelanggan merasa puas dengan provider telkomsel. Karena dengan kualitas jaringan yang bagus dan harga terjangkau menarik para pelanggan berminat untuk membeli kartu telkomsel.

KAJIAN TEORI

Kualitas Jaringan

Menurut Waode sebagaimana dikutip oleh Bunga Cindy, (2017) kualitas jaringan adalah suatu titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya dengan adanya koneksi yang tersedia sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan suatu informasi. Sedangkan menurut Seto Ayom et al., (2018) merupakan kemampuan suatu jaringan untuk menyediakan layanan yang baik dengan menyediakan kapasitas jaringan internet yang sesuai dengan standar yang ada. Internet memiliki berbagai macam jaringan yang disesuaikan dengan teknologi yang sedang digunakan. Karena pada dasarnya setiap pengguna internet memiliki kecepatan internet yang berbeda-beda.

Harga

Harga adalah nilai yang disebutkan dalam bentuk mata uang seperti rupiah, dinar atau dolar atau medium moneter lainnya sebagai nilai tukar (Malau, 2017). Sedangkan menurut (Kotler et al., 2019) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan.

Minat Beli

Menurut Kotler sebagaimana dikuti oleh Mukhlas, (2019) minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut hingga pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli sehingga dapat memilikinya. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Irvanto & Sujana, 2020) Minat beli adalah sesuatu kekuatan psikologis yang ada di dalam individu, yang berdampak pada sebuah Tindakan.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh menggunakan angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Menurut Prof.Dr.Sugiyono, (2020) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang membeli produk telkomsel selama 5 bulan terakhir dari bulan agustus 2023- desember 2023 yang berjumlah 369 konsumen. Dalam menentukan sampel, penulis menentukan sampel dengan menggunakan rumus slovin, menurut Riyanto dan Hatmawan dalam (Cahyadi, 2022) rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

l = konstanta

e = batas teoleransi kesalahan (*error tolerance*) misalnya 10 %

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + \frac{Ne^2}{369}}$$

$$n = \frac{369}{1 + 369(10)^2}$$

$$n = \frac{369}{1 + 369(0,01)^2}$$

$$= 78.67$$

$$= 79$$

Dari rumus slovin tersebut maka didapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 79 orang

HASIL PENELITIAN**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen (Ghozali, 2021). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Jaringan (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Minat Beli (Y).

Tabel 1.
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.635	1.455		2.498	.015
Kualitas Jaringan (X ₁)	.616	.219	.644	2.807	.006
Harga (X ₂)	.282	.217	.298	1.299	.198

Hasil tabel di atas didapat nilai $Y = 3,635 + 0,616 + 0,282$. Nilai *constant* sebesar 3,635, nilai ini menunjukkan jika variabel Kualitas Jaringan (X₁), Harga (X₂) diabaikan maka nilai variabel Minat Beli (Y) sebesar 3,084. Nilai variabel Kualitas Jaringan (X₁) sebesar 0,616, nilai ini memiliki makna jika variabel Kualitas Jaringan (X₁) ditingkatkan sebesar satu - satuan maka akan menurunkan variabel Minat Beli (Y) sebesar 0,616 satu - satuan. Nilai variabel Harga (X₂) sebesar 0,282, nilai ini memiliki makna jika variabel Harga (X₂) ditingkatkan sebesar satu - satuan maka akan meningkatkan variabel Minat Beli (Y) sebesar 0,282 satu - satuan.

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) Menurut Sugiyono dalam (Salimun & Sugiyanto, 2019) digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi

variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Hasil uji parsial (uji t) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 di atas. Pengujian pengaruh variabel Kualitas Jaringan (X_1) terhadap Minat Beli (Y), dengan pengujian secara parsial diperoleh nilai sebesar 2,807, hal ini berarti t hitung $>$ t tabel ($2,807 > 2,01954$), dengan tingkat signifikan sebesar 0,006 (P -Value $<$ 0,005) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga disimpulkan bahwa variabel Kualitas Jaringan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli (Y) Pengujian pengaruh variabel Harga (X_2) terhadap Minat Beli (Y), dengan pengujian secara parsial diperoleh sebesar 1,299 hal ini berarti t hitung $<$ t tabel ($1,299 <$ $2,01954$), dengan tingkat signifikan sebesar 0,198 (P -Value $>$ 0,005) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga disimpulkan bahwa variabel Harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli (Y)

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan menurut Situmorang dalam (Nasution, 2021)(Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (*Independent*) secara bersama – sama dapat berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependent*).

Tabel 2.
Uji Simultan (Uji F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2534.813	2	1267.406	282.066	.000 ^a
	Residual	341.491	76	4.493		
	Total	2876.304	78			

Hasil tabel di atas menjelaskan bahwa F hitung sebesar 282,066 Hal ini berarti F hitung $>$ F tabel ($282,066 >$ $2,83$) dan nilai Signifikan $F = 0,000$ (P -Value) $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara Kualitas Jaringan (X_1), Harga (X_2) bersama-sama terhadap Minat Beli (Y).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur berapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai Koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai Koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel *dependent*.

Tabel 3.
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 ^a	.881	.878	2.11974

Hasil tabel di atas menerangkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,878, hal ini berarti variabel Kualitas Jaringan (X_1), Harga (X_2) mempunyai sumbangan terhadap Minat Beli (Y) sebesar 87,8 % dan sisanya 12,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Kerja Terhadap Minat Beli

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Kualitas Jaringan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli beli kartu telkomsel pada CV Sinar Telekom Lahat. Dari hasil uji parsial (uji t) dilihat bahwa t hitung $>$ t tabel ($2,807 > 2,01954$), dengan tingkat signifikan t sebesar $0,006$ ($P\text{-Value} < 0,005$) menunjukkan bahwa kualitas jaringan berpengaruh terhadap minat beli kartu telkomsel pada CV Sinar Telekom Lahat terbukti benar. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Bunga Cindy, 2017) tentang pengaruh Harga dan Kualitas Jaringan Terhadap Minat Beli Perdana Internet Tri (3) Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo yang menyatakan bahwa secara parsial Kualitas Jaringan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli. Masyarakat cenderung memilih provider dengan kualitas jaringan serta kecepatan internet yang tinggi. Kecepatan ini mempengaruhi kenyamanan dalam mengakses berbagai layanan online seperti streaming, browsing, dan gaming.

Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli beli kartu telkomsel pada CV Sinar Telekom Lahat. Dari hasil uji parsial (uji t) dilihat bahwa t hitung $>$ t ($1,299 < 2,01954$), dengan tingkat signifikan sebesar $0,198$ ($P\text{-Value} > 0,005$) menunjukkan bahwa kualitas jaringan tidak berpengaruh terhadap minat beli kartu telkomsel pada CV Sinar Telekom Lahat. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Sholihatun Nisa, 2018) tentang analisis Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Uang dalam Berbelanja Online di Instagram (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) yang menyatakan bahwa secara parsial Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli. Masyarakat mungkin lebih memprioritaskan kualitas layanan, seperti kecepatan dan stabilitas jaringan, dibandingkan harga. Jika layanan dianggap sangat baik, mereka mungkin bersedia membayar lebih.

Pengaruh Kualitas jaringan dan Harga Terhadap Minat Beli

Dilihat dari Kualitas Jaringan dan Harga nilai F hitung sebesar $282,066$ Hal ini berarti F hitung $>$ F tabel ($282,066 > 2,83$) dan nilai Signifikan $F = 0,000$ ($P\text{-Value} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara Kualitas Jaringan (X_1), Harga (X_2) bersama-sama terhadap Minat Beli (Y) Hal ini sesuai dengan hasil jurnal (Mukhlas, 2019) tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Jaringan Terhadap Minat Beli Perdana Internet Tri (3) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menyatakan bahwa Kualitas jaringan dan harga adalah dua faktor utama yang sering mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap layanan telekomunikasi.

SIMPULAN

Bahwa 1) Secara parsial kualitas jaringan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) kartu telkomsel pada CV. Sinar Telekom Lahat. 2) Secara parsial harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) kartu telkomsel pada CV. Sinar Telekom Lahat. 3) Secara simultan kualitas jaringan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat beli (Y) kartu telkomsel pada CV. Sinar Telekom Lahat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bunga Cindy, aprillia. (2017). Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, Skripsi. <https://eprints.ums.ac.id/58366/>
- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan di PT Arthanindo Cemerlang. *EMABI : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1089>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2775
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 8, 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran : Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global (Vol. 1)*. Alfabeta CV.
- Mardiansyah, D. (2023, November 10). *Menilik Persaingan Bisnis Provider Internet di Tanah Air*. Kontan.Co.Id.
- Megawati. (2023). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. <https://doi.org/https://doi.org/10.35957/forbiswira.v12i2.4657>
- Mukhlas, M. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Jaringan Terhadap Minat Beli Perdana Internet TRI (3) Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/8618/>
- Nasution, M. F. (2021). Pengaruh Keterlibatan Pegawai dan Disiplin Kerja Pegawai Terhadap Perilaku Kewarganegaraan Organisasi Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Labuhan Batu. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1, 462–472. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/view/2544>
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In Rake Sarasin.
- Salimun, S., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan BEGAL (BEBEK GALAK). *Proceedings Universitas Pamulang. Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 1.
- Seto Ayom, C., Santoso, I., & Zahra, A. A. (2018). Analisis Quality of Service (QoS) Pada Jaringan Lokal Session Initiation Protocol (SIP) Menggunakan Gns3. *TRANSIENT (Jurnal Ilmiah Teknik Elektro)*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/transient.v2i3.635-642>
- Sholihatun Nisa, A. (2018). Analisis Pengaruh Harga Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dalam Berbelanja Online Di Instagram(Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/62047>
- Tsaniya, R., & Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1). <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>