

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR XL  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan  
Gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen  
Universitas Negeri Padang



Oleh :

**DONA VIVIRONIKA**

**2007 / 82943**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2011**

Created with



## ABSTRAK

**Dona Vivironika, 2007/82943 : Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar XL pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh diferensiasi produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Padang yang menggunakan kartu prabayar XL. Jenis data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan cara *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif yaitu analisis jalur (*path analysis*). Hipotesis diuji dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel diferensiasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. (2) variabel harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL pada mahasiswa Universitas Negeri Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka disarankan kepada pihak perusahaan agar menyediakan fitur-fitur semenarik mungkin dan memberikan informasi yang lengkap dan mudah diakses oleh pelanggan agar pelanggan dapat memanfaatkan secara maksimal fitur-fitur yang telah disediakan seperti “Komunitas XL”. Selain itu, perusahaan juga harus menurunkan tarif telepon ke operator lain agar dapat bersaing dengan tarif dari operator lain karena sebagian besar pelanggan merasa tarif telepon ke operator lain yang ditawarkan oleh XL masih tergolong mahal bila dibandingkan dengan beberapa pesaing yang ada saat ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Allah SWT atas hikmat dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR XL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI PADANG”**.

Dalam proses penyusunan hingga selesainya skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yasri, M.S. selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam memberikan bimbingan, saran, petunjuk, dan koreksi yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Abror, S.E, M.E. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dr. Hj. Susi Evanita, M.S. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang sekaligus dosen penguji yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan dalam mengikuti pendidikan selama studi.

4. Bapak Kamaruddin, S.E, M.S selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Staf pengajar dan administrasi terutama Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan sumbangsuhnya.
6. Bapak Hendra Mianto, A.md. selaku pegawai tata usaha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah banyak membantu dalam proses administrasi.
7. Staf perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Bakri dan Ibu Syamsidar, terima kasih untuk setiap doa, nasehat, kasih sayang, kesabaran, dan dukungan moral serta finansial baik selama perkuliahan maupun selama penyusunan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa jurusan Management Dual Degree angkatan 2007 yang telah memberikan dukungan moril serta bantuan selama penulisan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada kakakku Asneli, S.Hum dan Saudara Muhammad Arif Anwar yang telah memberikan motivasi dan semangat serta do'anya selama masa perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan dan dapat dijadikan referensi bagi penulis berikutnya dalam pengembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Padang, Agustus 2011

Penulis

Created with



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Perumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Teori .....	14
1. Kepuasan Pelanggan.....	14
a. Definisi kepuasan Pelanggan .....	14
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	16
2. Diferensiasi Produk .....	19
a. Definisi Diferensiasi Produk .....	19
b. Dimensi Diferensiasi Produk .....	22
c. Alat untuk Melakukan Diferensiasi .....	23
3. Harga .....	26
a. Definisi Harga .....	26
b. Faktor-faktor yang Dipertimbangkan pada Saat Menetapkan Harga.....	26

Created with

c. Hubungan Diferensiasi Produk dan Harga dengan Kepuasan Pelanggan .....	27
B. Kerangka Konseptual .....	30
C. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel .....	33
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Variabel Penelitian .....	37
G. Definisi Operasional .....	37
H. Instrumen Penelitian .....	41
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas .....	44
I. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif .....	46
2. Analisis Asumsi Klasik.....	48
a. Uji Normalitas.....	48
b. Uji Homogenitas .....	49
3. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
B. Analisis Deskriptif .....	56
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	56
2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	61
3. Deskripsi Variabel Penelitian .....	64
C. Analisis Hasil Penelitian .....	68

D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1. Survei Pendahuluan tentang Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar XL .....		3
2. Tarif Operator Seluler GSM Prabayar di Sumatera Barat .....		10
3. Variabel Operasional.....		40
4. Pernyataan yang tidak Valid pada Variabel Diferensiasi Produk .....		47
5. Pernyataan yang tidak Valid pada Variabel Harga .....		47
6. Kriteria Interpretasi Skor .....		48
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....		57
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....		57
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....		58
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan XL.....		59
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Kartu Seluler yang Digunakan.....		60
12. Distribusi Frekuensi Variabel Diferensiasi Produk .....		62
13. Distribusi Frekuensi Variabel Harga .....		66
14. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan.....		67
15. Uji Normalitas Residual.....		69
16. Uji Glejser.....		70
17. Koefisien Analisis Jalur .....		71
18. Uji F .....		73
19. Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data.....		76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Matriks Keunggulan Bersaing BCG .....	25
2. Kerangka Konseptual .....	32
3. Struktur Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ) .....	50
4. Koefisien Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ) .....	74
5. Koefisien Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ) .....	84

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	Halaman
1. Format Kuesioner.....	93
2. Data Tabulasi Uji Instrumen.....	97
3. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas untuk Uji Instrumen .....	98
4. Data Tabulasi Kuesioner Hasil Penelitian .....	107
5. Reliabilitas dan Validitas Hasil Penelitian.....	111
6. Model Regresi.....	117
7. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	119
8. Tabel Distribusi Frekuensi Hasil Penelitian .....	120

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian dunia saat ini telah mencapai situasi di mana persaingan telah menjadi kegiatan sehari-hari yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis di setiap sektor kegiatan ekonomi. Hal tersebut mengakibatkan tingkat persaingan antara industri yang sejenis semakin ketat. Hal ini disebabkan oleh banyaknya industri yang bermunculan dengan produk dan kualitas yang hampir sama, termasuk di dalamnya industri jasa telekomunikasi. Hal ini terbukti dengan banyaknya operator seluler yang menawarkan produknya dalam bidang telekomunikasi. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut dalam menyaingi pesaing mereka agar pelanggan puas dengan produk yang ditawarkan dan tidak beralih ke produk pesaing.

Dunia telekomunikasi Indonesia saat ini diramaikan dengan sistem telekomunikasi yang menggunakan teknologi *Global Sistem Mobile* (GSM). GSM adalah sebuah sistem komunikasi tanpa kabel yang dikembangkan dan digunakan secara menyeluruh di seluruh dunia. Oleh sebab itu, penggunaannya dapat dilakukan dimana pun juga selama ada jaringan yang memberikan layanan.

Salah satu sistem telekomunikasi GSM yang ada di Indonesia adalah operator seluler XL dari PT XL Axiata Tbk (dahulu PT Excelcomindo Pratama Tbk), atau disingkat XL. Operator seluler ini terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun, begitu juga dengan operator seluler lainnya seperti Telkomsel dan Indosat.

Dengan semakin ramainya operator seluler di industri telekomunikasi saat ini, konsumen Indonesia dipusingkan dengan berbagai pilihan merek kartu seluler yang memberikan berbagai penawaran yang hampir sama. Dengan begitu, tingkat kepuasan pelanggan pun semakin rendah karena mereka memiliki banyak pilihan dan peluang berganti kartu seluler jika mereka tidak puas dengan kartu yang telah ada. Untuk itu, perusahaan harus pintar mengamati keinginan konsumen yang semakin cermat menilai manfaat yang ditawarkan oleh masing-masing *provider* kartu seluler.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan XL saat ini, maka penulis melakukan survei pendahuluan kepada 20 orang mahasiswa Universitas Negeri Padang yang menggunakan kartu prabayar XL. Hal ini dilakukan mengingat mahasiswa atau pelajar biasanya sensitif dengan harga dan mereka biasa aktif menggunakan fitur-fitur yang ada pada kartu seluler yang digunakan. Selain itu, mahasiswa Universitas Negeri Padang banyak yang menggunakan kartu seluler lebih dari satu jenis merek. Ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mereka pada satu merek kartu tidak terlalu tinggi.

**Tabel 1**  
**Survei Pendahuluan tentang Kepuasan Pelanggan Kartu**  
**prabayar XL pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang**

No.	Pernyataan	S	%	KS	%	TS	%	Jumlah
1.	Anda menggunakan kartu prabayar XL karena tarifnya yang murah.	5	15	15	75	2	10	20
2.	Harga yang ditawarkan oleh kartu prabayar XL sesuai dengan manfaat yang diterima.	4	20	12	60	4	20	20
3.	Kartu prabayar XL memiliki kualitas sinyal yang kuat.	5	25	12	60	3	15	20
4.	Kartu prabayar XL memiliki jangkauan sinyal yang luas.	5	25	13	65	2	10	20
5.	Kartu prabayar XL menyediakan fitur-fitur yang menarik.	3	15	11	55	6	30	20

*Sumber: Hasil pengolahan data primer (2011)*

Keterangan:

**S** = Setuju

**KS** = Kurang Setuju

**TS** = Tidak Setuju

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa responden yang terdiri dari mahasiswa Universitas Negeri Padang sebagian besarnya menyatakan kurang setuju bahkan tidak setuju dengan tarif, kualitas sinyal, jangkauan sinyal, serta fitur-fitur yang ditawarkan oleh XL. Pelanggan yang dalam penelitian ini adalah mahasiswa, merasa bahwa harga yang ditetapkan oleh XL masih tergolong mahal untuk standar mereka. Hal ini terlihat dari 75% dari mereka merasa kurang setuju dengan tarif murah yang ditetapkan oleh XL. Begitu juga dengan manfaat yang diterima oleh sebagian besar mahasiswa dengan standar harga yang ditetapkan tersebut bila dibandingkan dengan kartu

seluler lain, mahasiswa cenderung merasa bahwa tarifnya secara keseluruhan masih tergolong mahal.

Dari segi kualitas sinyal, mahasiswa menilai bahwa kualitas sinyal XL tidak begitu kuat. Hal ini terlihat dari 60% dari mereka menyatakan kurang setuju dengan sinyal XL yang kuat. Begitu juga dengan jangkauan sinyalnya. Mahasiswa menilai bahwa jangkauan sinyal XL tidak begitu luas. Padahal, seperti yang disampaikan pada iklan-iklan XL di pinggir-pinggir jalan, jangkauan sinyal XL paling luas di Sumatera. Tetapi dari jawaban yang diberikan mahasiswa yang menunjukkan sikap kurang setuju dengan jaringan luas dari XL menilai hal itu tidak sesuai dengan apa yang dinyatakan di iklan tersebut. Selain itu, 55% mahasiswa menyatakan kurang setuju dan 30% lainnya menyatakan tidak setuju dengan fitur XL yang menarik. Ini menggambarkan bahwa mahasiswa tidak begitu tertarik dengan fitur-fitur yang ditawarkan oleh XL.

Fakta lain yang ditemukan dari 20 mahasiswa Universitas Negeri Padang yang diteliti adalah hanya 2 orang dari 20 orang mahasiswa yang diteliti yang menggunakan kartu XL saja untuk kartu seluler mereka. Sedangkan 18 orang lainnya atau sekitar 90% dari mahasiswa yang diteliti menggunakan lebih dari satu merek kartu. Dengan kata lain, mereka menggunakan kartu prabayar XL dan juga kartu merek lainnya untuk melakukan komunikasi. Hal ini

menunjukkan bahwa mereka kurang puas dengan keseluruhan manfaat yang mereka terima dari menggunakan kartu prabayar XL.

Penyebab dari ketidakpuasan pelanggan ini bisa saja disebabkan oleh strategi diferensiasi produk dan harga yang ditetapkan oleh XL kurang bagus. Kepuasan pelanggan dapat dicapai salah satunya dengan penerapan strategi yang tepat untuk memasarkan produk mereka. Penerapan diferensiasi produk yang tepat dan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing dapat meningkatkan kepuasan pelanggan kartu prabayar XL. Kedua indikator tersebut bisa menjadi tolok ukur dari tingkat kepuasan pelanggan dalam memperoleh manfaat menggunakan kartu prabayar XL. Kepuasan pelanggan menjadi satu hal yang amat penting dalam menawarkan suatu produk. Apabila pelanggan tidak puas dengan produk yang ditawarkan, maka ada kemungkinan mereka akan pindah ke produk lain.

Bicara mengenai kartu XL, memang diakui jangkauan (*coverage*) XL pada tahun 2005 belum seluas sekarang. Meskipun demikian, modal kualitas produk setidaknya sudah dimiliki oleh merek ini. Perluasan jangkauan dilakukan mulai tahun 2006. Dari sebelumnya hanya membangun 1000-2000 BTS (*base transceiver station*) per tahun, meningkat menjadi 5.500 BTS per tahun. Pelebaran coverage area ini tentunya tetap tidak meninggalkan kualitas sinyal yang menjadi keunggulan XL (Marketing Edisi Maret 2011). Bicara tentang keunggulan, XL mengaku bahwa kualitas sinyal yang kuat menjadi

andalan mereka dan itu tergolong ke dalam diferensiasi produk. Tapi kenyataannya, pelanggan merasa kualitas sinyal kuat yang ditawarkan masih belum begitu dirasakan oleh pelanggan, terutama mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jangkauan sinyalnya pun tidak begitu luas jika dibandingkan dengan kedua provider lain seperti Telkomsel dan IM3 untuk wilayah kota Padang sendiri.

Diferensiasi produk lain yang ditawarkan oleh XL adalah “Komunitas XL”. Komunitas XL adalah kumpulan komunitas pengguna XL baik pengguna Prabayar maupun Pasca Bayar di seluruh Indonesia. Dalam komunitas-komunitas ini pelanggan dapat berbagi apa pun sesuai dengan yang menjadi minat mereka. Misalnya, untuk pengguna *BlackBerry* atau yang suka mengakses internet, mereka bisa bergabung dalam komunitas “XL Nyambung Terus”. Bagi pelanggan XL yang masih pelajar atau bersekolah bisa bergabung dalam komunitas “XL Jagoan Muda”. Sedangkan bagi pelanggan yang gemar *Facebook* dan *Twitter* bisa bergabung di akun “Facebook XL Rame” dan akun “Twitter XL123”. Akan tetapi, bagi mahasiswa Universitas Negeri Padang yang menjadi pelanggan XL, program ini kurang begitu dikenal atau bahkan tidak diketahui sama sekali. Kebanyakan dari mereka hanya mengetahui tentang tarif yang diberlakukan oleh XL untuk masing-masing pemakaian seperti menelepon, SMS, atau untuk akses internet. Padahal, mahasiswa bisa memanfaatkan program ini karena kaum muda biasanya cenderung menyukai

komunikasi melalui *Facebook* atau pun *Twitter* karena program ini memberikan kemudahan bagi pelanggannya yang mau bergabung di komunitas ini.

Selain diferensiasi produk, harga juga merupakan salah satu hal terpenting yang diperhatikan oleh pelanggan dalam memilih suatu jenis produk terutama kartu seluler. Pelanggan umumnya sensitif dengan harga yang ditawarkan oleh masing-masing *provider* seluler. Pelanggan yang sensitif terhadap harga tidak tahan jikalau harga yang ditawarkan oleh pesaing lebih murah dibandingkan dengan harga dari produk yang sedang mereka gunakan. Terlebih lagi kartu seluler termasuk jenis produk yang mudah didapatkan. Pelanggan bisa dengan mudah mengganti merek kartu seluler mereka jika mereka mau karena harga yang harus dibayarkan untuk mendapatkan satu kartu perdana tidaklah mahal. Dengan harga Rp 3.000,- sampai Rp 5.000,-, konsumen sudah bisa mendapatkan merek kartu perdana yang mereka inginkan. Dengan demikian, pelanggan bisa jadi menggunakan lebih dari satu merek kartu seluler untuk mendapatkan tarif termurah yang ditawarkan oleh masing-masing kartu.

XL adalah operator pertama dan pelopor dalam hal tarif murah. Merek ini menerapkan harga Rp 1 per detik sejak tahun 2007 yang membuat peta persaingan harga di industri telekomunikasi berubah sama sekali. Lantaran hal ini, semua pesaing pun mau tak mau ikut dalam perang harga, seperti Telkomsel dan Indosat yang sebelumnya berada di posisi satu dan dua di

industri telekomunikasi Indonesia. Tapi sekarang posisi indosat digantikan oleh XL dalam hal *revenue* dan jumlah pelanggan (Marketing Edisi Maret 2011).

Persaingan yang semakin ketat dalam industri seluler menjadikan masing-masing operator seluler memberikan harga yang murah bagi konsumen agar mereka mau menggunakan produk dan menjadi pelanggannya. Sebagai contoh, ‘perang tarif murah’ menjadi strategi marketing bagi masing-masing *provider* untuk menarik pelanggannya dan agar mereka puas dengan produk yang ditawarkan. Harga menjadi salah satu tolok ukur bagi konsumen dalam penggunaan jasa layanan telekomunikasi tersebut. Untuk melihat perbandingan antara tarif yang ditawarkan oleh XL dengan dua pesaing lainnya, maka penulis melampirkan daftar harga pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2, dari perbandingan harga untuk tarif telpon, SMS, dan internet dari ketiga provider, dapat dilihat bahwa terjadi persaingan harga yang cukup ketat antara XL dan IM3 dalam hal tarif telpon dan SMS. Untuk tarif menelepon, IM3 masih lebih murah dibandingkan dengan XL, sedangkan untuk Simpati tarif menelepon dan SMS masih tergolong mahal, tetapi unggul untuk tarif internet yaitu sebesar Rp 1/ kbps. Sedangkan untuk akses internet, XL tergolong lebih mahal dibandingkan dengan dua operator pesaing.

Dari perbandingan harga tersebut bisa dinilai bahwa jika dihitung secara keseluruhan, tarif IM3 masih lebih murah daripada XL dan Simpati. Tetapi, kendala yang terjadi adalah apakah pelanggan akan setia menggunakan satu

merek kartu saja? Fakta yang banyak ditemukan, termasuk dari hasil survei pendahuluan ditemukan bahwa konsumen cenderung menggunakan lebih dari satu merek kartu seluler untuk menunjang komunikasi mereka dengan teman, keluarga, atau rekan kerja. Salah satu alasan penting mereka menggunakan lebih dari satu merek kartu seluler adalah mencari harga termurah dengan kualitas yang memadai.

Dalam kasus ini, ada keterkaitan antara diferensiasi produk dengan harga yang ditawarkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas suatu produk bisa dilihat dari diferensiasi produk yang ditawarkan. Diferensiasi produk tersebut harus didukung oleh harga yang sesuai agar pelanggan merasa puas. Untuk jenis produk kartu seluler, pelanggan cenderung sensitif dengan harga. Mereka lebih menyukai harga yang murah dengan kualitas sinyal yang bagus dan jaringan yang luas.

**Tabel 2**  
**Tarif Operator Seluler GSM Prabayar di Sumatera Barat**

<b>XL</b>	<b>Simpati Freedom</b>	<b>IM3</b>
<p>1. Tarif <i>voice (peak)</i></p> <p>a. Sesama operator</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 00:00 - 05:59 langsung gratis dari menit pertama.</li> <li>- 06:00 - 16:59 gratis nelpon untuk 3 detik pertama, selanjutnya Rp 25/menit.</li> <li>- 17:00 - 23:59 gratis nelpon 45 menit setelah pemakaian Rp 2.000.</li> </ul> <p>b. Operator lain</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Telpon ke operator lain local Rp 480/menit.</li> <li>- Telpon ke operator lain Interlokal Rp 800/menit.</li> </ul> <p>c. Internasional</p> <p>Tarif berbeda tiap negara dan berlaku pengulangan per 6 detik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Malaysia: Rp 90/6 detik.</li> <li>- Singapura: Rp 80/6 detik.</li> </ul>	<p>1. Tarif <i>voice (peak)</i></p> <p>a. Sesama operator</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 00:0 - 05:59 Rp 200/10 detik untuk 40 detik pertama, selanjutnya Rp 5/10 detik sampai 3.600 detik.</li> <li>- 06:00 - 11:59 Rp 200/10 detik untuk 50 detik pertama, selanjutnya Rp 5/10 detik sampai 3.600 detik.</li> <li>- 12:00 - 17:59 Rp 200/10 detik untuk 90 detik pertama, selanjutnya Rp 5/10 detik sampai 3.600 detik.</li> <li>- 18:00 - 23:59 Rp 200/10 detik untuk 120 detik pertama, selanjutnya Rp 5/10 detik sampai 3.600 detik.</li> </ul> <p>b. Operator lain</p> <p>Rp 900/30 detik untuk 120 detik pertama selanjutnya Rp 15/ 30 detik sampai dengan 300 detik. Skema berulang.</p>	<p>1. Tarif <i>voice (peak)</i></p> <p>a. Sesama operator</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 00:00 – 16:59 tarif flat Rp 50/ menit.</li> <li>- 17:00–23:59 tarif flat Rp 50/ 15 detik.</li> </ul> <p>Untuk IM3 Mu24H (tarif lokal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 00:00 – 10:59 Rp 24/ menit</li> <li>- 11:00 – 16:59 Rp 24/ 15 detik untuk 2 menit pertama selanjutnya Rp 24/ menit sampai menit ke-10.</li> <li>- 17:00 – 23:59 Rp 24/ 6 detik untuk 2 menit pertama, selanjutnya Rp 24/ menit sampai menit ke 10.</li> </ul> <p>b. Operator lain</p> <p>Tarif flat Rp 12,5/ detik.</p>
<p>2. Tarif SMS</p> <p>a. Sesama operator</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SMS gratis ke sesama operator</li> </ul> <p>b. Operator lain</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jam 00:00 – 17:00 gratis sms ke semua operator setelah kirim 2 sms</li> <li>- Jam 17:00 – 24:00 gratis 100 sms ke semua operator setelah kirim 4 sms.</li> </ul> <p>c. International</p> <p>Rp 350/sms.</p>	<p>2. Tarif SMS</p> <p>a. Sesama operator</p> <p>Rp 150/SMS</p> <p>b. Operator lain</p> <p>Rp 150/sms</p> <p>c. Internasional</p> <p>Rp 600/sms</p>	<p>2. Tarif SMS</p> <p>a. Semua operator</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rp 50/ sms jika tidak dapat bonus.</li> <li>- Sisa pulsa &gt; Rp 5.000 bonus 100 sms/hari</li> <li>- Sisa pulsa Rp1.001 – Rp 5.000 bonus 50 sms/hari.</li> </ul> <p>b. Internasional</p> <p>Rp 1.200/sms.</p>
<p>3. Tarif Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rp 100/menit untuk 30 menit gratis 30 menit.</li> <li>- Paket Rp 5.000/ hari.</li> </ul>	<p>3. Tarif Internet</p> <p>Rp 1/kbps</p>	<p>3. Tarif Internet</p> <p>Rp 3/kbps</p>

Sumber: Situs resmi XL, Indosat, dan Telkomsel (2011)

Untuk pengujian lebih lanjut dalam pelaksanaan penelitian yang akan dilaporkan pada pembahasan selanjutnya, maka penulis memilih mahasiswa Universitas Negeri Padang sebagai responden pada penelitian selanjutnya.

Created with

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengambil judul tentang “**Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar XL pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu:

1. Begitu banyak masyarakat yang menggunakan kartu seluler lebih dari satu merek dan *provider* dalam waktu yang bersamaan.
2. Persaingan harga yang ketat yang dilakukan oleh kebanyakan *provider* kartu seluler di Indonesia membuat konsumen sering mengganti merek kartu seluler yang digunakan demi mendapatkan penawaran terbaik dari masing-masing *provider* kartu seluler tersebut.

## **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terperinci dan terarah, maka dilakukan pembatasan terhadap permasalahan yang telah diidentifikasi. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh diferensiasi produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Sejauh mana pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL pada mahasiswa Universitas Negeri Padang?
2. Sejauh mana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL pada mahasiswa Universitas Negeri Padang?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh:

1. Diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.
2. Harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

#### **F. Manfaat penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dibuat untuk menyelesaikan studi Strata 1 jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah pengalaman dalam penerapan ilmu yang

berkaitan dengan bidang pemasaran yaitu mengenai diferensiasi produk dan harga serta hubungannya dengan kepuasan pelanggan.

## 2. Bagi Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

## 3. Bagi perusahaan

Bagi *XL shop* atau *XL ritel*, penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan strategi diferensiasi produk dan penetapan harga serta pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan akan terpenuhi bahkan meningkat.