

Abstrak

XL merupakan salah satu operator telekomunikasi seluler lima terpopuler di Indonesia. Kualitas layanan dan harga merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin memperoleh hasil yang dapat bersaing di pasar untuk menarik jumlah konsumen dan menaikkan profit perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar XL di kota Bandung. Populasi penelitian ini adalah pelanggan pengguna kartu prabayar XL dengan teknik *sampling* dengan metode yang digunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode penelitian asosiatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan harga berpengaruh positif namun tidak terlalu signifikan atau kecil pengaruhnya. Manajemen perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas layanan supaya bisa menjadi lebih baik daripada pesaing yang ada di pasar.

Kata kunci : kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan.

Abstract

XL is five most popular mobile telecommunications operator in Indonesia. The quality of service and price are the important things that should be pursued by any company if it wants to produce output that can compete in the market due to attract consumers and increase the amount of profit the company. The purpose of this study was to determine influence service quality and price to customer satisfaction XL prepaid cards in the city of Bandung. The study population was XL prepaid card users with method of sampling technique is purposive sampling as many as 100 people. This associative research uses methods that using multiple linear regression analysis. The results showed that the quality of service and price has the effect on customer satisfaction. Quality of service is positive and significant effect, while the price effect is positive but not very significant. The management company should improve the quality of service in order to be better than the competitors in the market.

Keyword : service quality, price, customer satisfaction.