

# **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL DI SURABAYA BARAT**

Dita Aulia Machmuda  
Sri Andayani  
Endro Tjahjono

## *Abstract*

*Telecommunication operator must know what are the factors that make the customer determine the decision to purchase the prime card. One only for quality services are needed in the company to win the market in the world the competition. In addition to the quality of service prima, companies can improve customer confidence that customers have a relationship with the company. The purpose of this research is to know the influence of the quality of service provision and customer trust to purchase decision Telkomsel card. Samples in this research are 100 respondents taken in Surabaya West. while the analysis methods used, multiple linear regression and hypothesis testing using F and T tests The results of this research showed that the Variable Quality of Service Provision and customer trust partially significant influence on purchasing decisions. This is known from the value of the service quality thitung Prima of 3.283 greater than ttabel (1.292), so that the research hypothesis that reads "there is the influence of the quality of service provision against the decision of the purchase of the card Telkomsel in Surabaya West", can be declared accepted. And the value of 3.011 thitung customer confidence greater than ttabel (1.292). So the research hypothesis that reads "no influence of customer trust to purchase decision Telkomsel Card in Surabaya West", can be declared accepted.*

*Key Words : the Quality of Service Provision, Customer trust, Purchase Decision*

## **Pendahuluan**

Salah satu dampak adanya globalisasi adalah perkembangan teknologi dibidang komunikasi contohnya telepon genggam. Hampir setiap orang memilikinya dari kalangan atas sampai kalangan bawah. Seiring dengan meluasnya pengguna telepon genggam seperti yang terjadi saat ini otomatis memberikan peluang pemasaran yang sangat lebar bagi produsen-produsen *provider*, sehingga banyak sekali *provider* yang berlomba-lomba untuk memberikan fitur canggih

yang mendukung penggunaan telepon genggam, seperti fasilitas 3G maupun 4G ataupun akses internet yang cepat dan murah. Pelayanan merupakan upaya yang harus dilakukan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan menjadi tolak ukur sejauh mana pihak perusahaan mampu memberikan yang terbaik kepada setiap pelanggannya. Pelayanan prima yang baik dibutuhkan semua anggota perusahaan, tanpa kecuali. Apakah mereka

berhubungan langsung dengan pelanggan atau tidak, melaksanakan tugas dengan bekerja bersama orang lain dibutuhkan rasa percaya diri untuk menyesuaikan dan mempertimbangkan kepercayaan dan rahasia pelanggan pada kita. Pelayanan prima bukan hanya sekedar memberikan suatu layanan, hal ini memerlukan sedikit pelayan ekstra dan sesuai dengan harapan pelanggan yang mengharapkan pelayanan yang terbaik. Ini berarti membuat karyawan yang bekerja di perusahaan melakukan pilihan, langkah, sikap dalam berhubungan dengan pelanggan yang tepat. Pelayanan prima penting bagi perusahaan, pelanggan, juga karyawan perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan membantu untuk mengamankan masa depan bisnisnya. Penting bagi pelanggan karena memberikan kombinasi untuk mengambil keputusan dalam hal membeli dan memilih produk, serta menjamin memenuhi kebutuhannya. Penting bagi karyawan perusahaan karena memberikan kebanggaan pada mereka, perusahaan dan juga produknya. Keputusan itu dapat dibangun dengan pelayanan yang baik sehingga timbul kepuasan pengguna dan pengguna semakin percaya dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Pentingnya menjaga pengguna dirasa sangat menguntungkan bagi perusahaan, karena apabila pengguna merasa puas dan nyaman dengan produk perusahaan tersebut maka bukan tidak mungkin kalau pengguna semakin percaya dengan kualitas terhadap perusahaan tersebut. Mempertahankan kepercayaan pengguna memiliki keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dengan mempertahankan kualitas layanan dan kepercayaan pengguna maka perusahaan tentunya akan memiliki keuntungan yang bersifat jangka

panjang dan kumulatif, jadi semakin banyak seorang percaya dengan produk barang atau jasa pada perusahaan maka semakin besar laba yang didapat perusahaan dari pengguna. Telkomsel merupakan salah satu *provider* papan atas yang paling banyak digunakan saat ini dan jika dilihat dari jumlah pemakai merupakan salah satu *provider* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pentingnya menjaga kualitas layanan dan kepercayaan dari pengguna merupakan hal yang mutlak dari sebuah perusahaan untuk kelangsungan dan kemajuan perusahaan.

Sejalan dengan pemaparan yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti apa saja yang menyebabkan pengguna tetap setia pada produk Telkomsel yang masih dibidang mempunyai beberapa komplain masalah dari para pengguna sehingga mengakibatkan keputusan pembelian menjadi kurang optimal. Tabel di bawah ini memperlihatkan data penjualan kartu Telkomsel dari tahun 2009 - 2012, yaitu sebagai berikut:

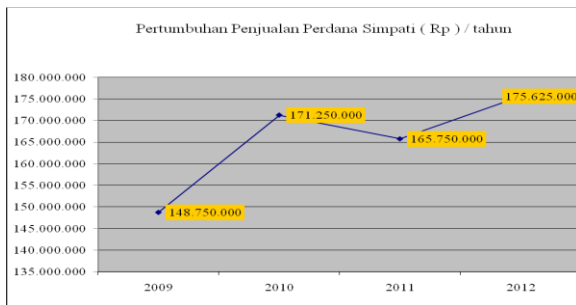
**Tabel 1**  
**Data Penjualan Kartu Telkomsel Tahun 2009-2012**

Tahun	Target Penjualan Kartu Telkomsel		Realisasi Penjualan Kartu Telkomsel	
<b>2009</b>	33.600 Pcs	Rp 168.000.000	29.750 Pcs	Rp 148.750.000
<b>2010</b>	35.400 Pcs	Rp 177.000.000	34.250 Pcs	Rp 171.250.000
<b>2011</b>	37.200 Pcs	Rp 186.000.000	33.150 Pcs	Rp 165.750.000
<b>2012</b>	38.400 Pcs	Rp 192.000.000	35.125 Pcs	Rp 175.625.000
<b>TOTAL</b>	<b>145.200 Pcs</b>	<b>Rp 726.000.000</b>	<b>132.275 Pcs</b>	<b>Rp 661.375.000</b>

**Sumber: Data Penjualan Kartu Telkomsel PT. Infomedia Nusantara Surabaya**

**Gambar 1**

## Grafik Penjualan Telkomsel Tahun 2009-2012



Sumber: Data Penjualan Kartu Telkomsel PT. Infomedia Nusantara Surabaya

Selanjutnya hasil dari penelitian ini, akan dituangkan dalam penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Surabaya Barat”

## LANDASAN TEORI

### Teori Kualitas Layanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Zeithaml (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh.

### Teori Pelayanan Prima

Definisi pelayanan prima pada prinsipnya mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan

tindakan yang terbaik dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu (Swastika 3:2005). Definisi dari *e-book* tahun 2003 yang berjudul Pelayanan Prima oleh Retno Prasetyorini, SE secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik.

### Teori Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan oleh Moorman et al (1993 : 82) sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Pada penelitian ini, kepercayaan diasumsikan sebagai kepercayaan (*confidence*) terhadap orang atau pihak tertentu. Kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah (Jasfar, 2009:167), sehingga dapat diperkirakan bahwa kepercayaan akan mempunyai hubungan yang positif dengan niat ulang dan loyalitas. Kepercayaan dan komitmen adalah perantara kunci dalam membangun hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan yang tinggi terhadap organisasi (Morgan dan Hunt, 1994).

### Teori Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disampaikan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang

mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang (Kotler, 1995).

## METODE PENELITIAN

### Jenis atau Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti, menginterpretasikan serta menjelaskan data secara sistematis, dimaksudkan untuk memberi gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti yaitu tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surabaya Barat.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu Telkomsel yang ada di Surabaya Barat. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling (judgement sampling) dimana peneliti secara sadar memilih sampel penelitian (responden) yang dianggap paling sesuai untuk dilibatkan dalam penelitian. Sampel yang diperoleh melalui teknik pengambilan sampel ini yaitu pelanggan pengguna kartu Telkomsel yang sudah menggunakannya kurang lebih selama 1 tahun.

### Definisi Konsep

1. Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ )

Definisi pelayanan prima pada prinsipnya mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu (Swastika 3:2005).

2. Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ )

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa penyedia jasa dapat menggunakannya sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah yang akan dilayani. Kepercayaan adalah suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif (Crosby et al., 2000 dalam Yulianto dan Waluyo, 2004:349).

3. Keputusan Pembelian ( $Y$ )

Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho (2003:38) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya

### Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ )	a) Kecepatan b) Proses c) Ketepatan d) Kenyamanan e) Kualitas f) Kepuasan Pelanggan	Skala Likert
2	Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ )	a) Kepercayaan terhadap layanan petugas b) Kepercayaan terhadap fasilitas Telkomsel c) Kepercayaan terhadap provider Telkomsel	Skala Likert
3	Keputusan Pembelian ( $Y$ )	a) Kemantapan pada sebuah produk b) Kebiasaan dalam membeli produk c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain d) Melakukan pembelian ulang	Skala Likert

### Teknik Pengumpulan Data

- a. Data primer yang digunakan adalah:

- Kuesioner yang telah kami sebar sebelumnya; dan
  - Wawancara melalui pertanyaan dan berkomunikasi secara langsung kepada sejumlah responden yang telah ditentukan untuk mendapatkan jawaban atas sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan objek penelitian.
- b. Data sekunder yang digunakan adalah:
- Studi pustaka yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya untuk menjadi perbandingan dengan penelitian saat ini.

### Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui ada tidaknya

$F_{\text{tabel}} = 2,36$
---------------------------

pengaruh antara variabel bebas (kualitas pelayanan prima dan kepercayaan pelanggan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) dengan perhitungan persamaan regresi linear berganda dikutip dari buku Riduwan dan Akdom (2007 : 142) yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Keputusan pembelian
- a = konstanta
- X<sub>1</sub> = kualitas pelayanan prima
- X<sub>2</sub> = kepercayaan pelanggan
- b = koefisiensi variabel bebas
- e = Standar error atau kesalahan pengganggu

## HASIL ANALISIS DATA

### Uji Hipotesis

#### a) Uji t (Uji Parsial)

Tabel Uji t

Variabel	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig.
----------	---------------------	--------------------	------

Kualitas Pelayanan Prima (X <sub>1</sub> )	3.283	1.292	0.001
Kepercayaan Pelanggan (X <sub>2</sub> )	3.011	1.292	0.003

Sumber: Lampiran 3

#### b) Uji F (Uji Simultan)

Tabel Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F <sub>hitung</sub>	Sig.
Regresi	128.585	2	64.293	11.242	0.000
Residual	554.725	97	5.719		
Total	683.310	99			

Sumber: Lampiran 3

#### c) Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)

Tabel Koefisien Korelasi (R) & Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.434	0.188	0.171	2.39140

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil perhitungan yang menggunakan bantuan program SPSS, maka diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0.171 atau 17,1%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan prima dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian sebesar 17,1% atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 17,1% variasi variabel independen. Sedangkan sisanya 82,9% dipengaruhi oleh variabel

lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penghitungan dengan analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan:

$$Y = 13.132 + 0.284 X_1 + 0.277 X_2$$

Dalam interpretasinya bahwa, semakin besar kualitas pelayanan prima Telkomsel kepada konsumen, maka akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat. Dari nilai perolehan persamaan regresi model diketahui bahwa Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) menunjukkan nilai koefisien regresi positif, hal tersebut menunjukkan adanya arah positif atau hubungan searah dari Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat. Hal ini dapat diartikan bahwa jika semakin meningkat Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ), maka Keputusan Pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya jika semakin menurun Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ), maka Keputusan Pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat semakin menurun.

Seluruh variabel independen atau variabel bebas berpengaruh atau dapat menjelaskan variasi dari variabel terikat sebesar 17,1%. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 0,171. Sedangkan sisanya 82,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar

model yang diteliti. Angka koefisien korelasi ( $R$ ) menunjukkan hubungan keterikatan antara variabel bebas (Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ )) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat ( $Y$ ) Sedang karena menunjukkan angka sebesar 0.434 yang terletak antara 0,40 – 0,599.

Hasil analisis menunjukkan Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) secara simultan (secara bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hal ini diketahui dari hasil uji  $F$  yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  (11.242) dengan tingkat signifikansi 0,10, dan dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 90%,  $\alpha=10\%$ ,  $df_1=2$ ,  $df_2=97$ . Hasil uji  $F$ , diperoleh untuk  $F$  table sebesar 2,36 nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (11.242 > 2,36) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Variabel yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat adalah Variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ), karena mempunyai nilai determinasi parsial yang terbesar daripada variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ), dimana Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar  $13,132+0,284 = 13,416$ .

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena nilai  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) sebesar 3.283 dengan table distribusi t dicari pada  $\alpha=10\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df=97$ , dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,001) hasil diperoleh menunjukkan lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1.292). Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi “Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) kartu Telkomsel di Surabaya Barat”, adalah terbukti kebenarannya.

#### **Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena nilai  $t_{hitung}$  variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) sebesar 3.011 dengan table distribusi t dicari pada  $\alpha=10\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df=97$ , dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,003) hasil diperoleh menunjukkan lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1.292). Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi “Ada Pengaruh Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) kartu Telkomsel di Surabaya Barat”, adalah terbukti kebenarannya.

#### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa : Kualitas pelayanan prima ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) kartu Telkomsel di Surabaya Barat ditunjukkan dari nilai

$t_{hitung}$  variabel Kualitas Pelayanan Prima ( $X_1$ ) sebesar 3.283 dengan table distribusi t dicari pada  $\alpha=10\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df=97$ , dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,001) hasil diperoleh menunjukkan lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1.292), sehingga hipotesis yang menyatakan diduga variabel kualitas pelayanan prima berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat dapat diterima. Sesuai dengan hal-hal penting yang tidak boleh diabaikan dari *service excellent* yaitu kecepatan akses internet, proses penyelesaian masalah dari pelanggan, sinyal yang dimiliki Telkomsel, kenyamanan menggunakan kartu Telkomsel, loading yang sangat cepat, harga yang sesuai dengan kualitas yang dimiliki, dan kesetiaan terhadap kartu Telkomsel telah terpenuhi.

2. Kepercayaan pelanggan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) kartu Telkomsel di Surabaya Barat ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_2$ ) sebesar 3.011 dengan table distribusi t dicari pada  $\alpha=10\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df=97$ , dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,003) hasil diperoleh menunjukkan lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1.292), sehingga hipotesis yang menyatakan diduga kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Surabaya Barat dapat diterima. Sesuai dengan indikator dari kepercayaan pelanggan yaitu keramahan petugas Telkomsel, pelayanan yang diberikan oleh petugas Telkomsel, berbagai macam jenis produk yang dimiliki Telkomsel,

kemudahan menggunakan produk  
Telkomsel, dan kompetensi  
perusahaan Telkomsel telah terpenuhi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, Benito. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Kaskus*, Semarang : Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Atep, Adya Barata. 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima persiapan membangun budaya pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan*, Jakarta : Elex Komputindo.
- Bilondatu, Machrani Rinandha. 2008. *Pengaruh Trust in Brand Terhadap Brand Loyalty (Studi kasus pada konsumen air minum Aqua di kota Denpasar)*, Denpasar.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hendri, Ma'ruf. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2007, Hal. 215-227 ISSN: 1412-3126.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. PT Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2008). *Principle of Marketing*. New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, K, L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Edisi Ketiga belas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Mongi, Lidya. 2013. *Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 2336-2346.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Siow, Natalia. 2013. *Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU150 Di Kota Manado*, Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1069-1078.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV.Afabeta, Bandung.
- Telkomsel. 2016. *Telkomsel Pesta Akhir Tahun 2015*. (Online). (<http://operatorseuler.com/2015/11/11/telkomsel-pesta-akhirtahun-2015/>). Diakses 26 September 2016.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing, Malang.
- Weenas, Jackson R.S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 607-618.
- Widagdo, Herry. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi*

*Terhadap Keputusan Konsumen  
Membeli Komputer Pada PT. XYZ  
Palembang, Vol. 1 No. 1  
September 2011.*

<https://enterprise.telkomsel.com/productservices>. Diakses 20 Desember 2016.

<http://www.telkomsel.com/services>.  
Diakses 20 Desember 2016.