



PENGARUH HARGA PAKET DAN KUALITAS JARINGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TRI DI KOTA TANGERANG

THE EFFECT OF PACKAGE PRICES AND NETWORK QUALITY ON TRI STARTER PACK PURCHASE DECISIONS IN TANGERANG CITY

Yulan Dariza¹, Komarudin²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email: yulandariza97@gmail.com¹, dosen00277@unpam.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 14-08-2025

Revised : 16-08-2025

Accepted : 18-08-2025

Published : 20-08-2025

Abstract

This study aims to determine the effect of package price and network quality on purchasing decisions for Tri starter packs in Tangerang City. The research method used is quantitative with a survey approach to 100 respondents who are Tri card users. The research instrument is a questionnaire that measures three main variables: package price (X1), network quality (X2), and purchasing decisions (Y). Data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS. The results of the study indicate that partially the package price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions where the Tcount Value (16.180) > (1.984) Ttable, and the Sig. Value..000 < 0.05. Meanwhile, network quality also has a positive but lower influence than the package price where the Tcount Value (26.437) > (1.984) Ttable, and the Sig. Value..000 < 0.05 is significant. Simultaneously, both variables have a significant effect on the decision to purchase Tri starter packs where Fcount (421,228) > Ftable (3,090), and the Sig value is 0.00 < 0.05. The conclusion obtained is that the moderate influence of Package Price and Network Quality on Purchasing Decisions is 89.7% through the calculation of 0.897 X 100%

Keywords: *Package Price, Network Quality, Purchase Decision*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga paket dan kualitas jaringan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Tri di Kota Tangerang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden yang merupakan pengguna kartu Tri. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang mengukur tiga variabel utama: harga paket (X1), kualitas jaringan (X2), dan keputusan pembelian (Y). Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga paket berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimana Nilai Thitung (16.180) > (1.984) Ttabel, dan Nilai Sig..000 < 0,05. Sementara itu, kualitas jaringan juga memiliki pengaruh positif namun lebih rendah dibandingkan harga paket dimana Nilai Thitung (26.437) > (1.984) Ttabel, dan Nilai Sig..000 < 0,05 signifikan. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Tri dimana Fhitung (421.228) > Ftabel (3.090), dan nilai Sig 0.00 < 0.05. Kesimpulan yang didapatkan bahwa besaran pengaruh sedang Harga Paket dan Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian adalah 89,7%. melalui penghitungan 0,897 X 100%.

Kata Kunci : *Harga Paket, Kualitas Jaringan, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap akses internet yang cepat dan terjangkau menjadi semakin vital. Hal ini mendorong perusahaan telekomunikasi untuk terus berinovasi dalam memasarkan produk mereka, khususnya dalam bentuk kartu perdana



internet dengan berbagai penawaran paket kuota. Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam (Pengabdian *et al.*,2019), menyatakan bahwa pemasaran Adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan pendistribusian gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memenuhi tujuan individu dan organisasi. Beberapa perusahaan bersaing dengan cara berinovasi mengeluarkan perdana yang berbentuk paket kuota sehingga dapat mengurangi biaya pengaksesan. Persaingan tersebut dapat kita lihat dari banyaknya kartu

Penulis memilih Kota Tangerang sebagai tempat untuk melakukan penelitian bukan tanpa alasan selain kota tangerang memiliki penduduk mencapai kurang lebih mencapai 1,9 juta lebih jiwa pada tahun 2022 menurut BPS kota tangerang. Kota tangerang juga merupakan salah satu kota dengan kecepatan internet tercepat mengalahkan jakarta yaitu dengan kecepatan download 24,699 mbps dan upload 14,85 mbps. Mengalahkan jakarta yang hanya 23,94 mbps dan upload 13,23mbps

Harga memegang peranan krusial dalam strategi pemasaran karena tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar, tetapi juga sebagai indikator nilai dari suatu produk di mata konsumen. Menurut (Kotler dan keller, 2016:115) Menyatakan bahwa Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan proposal nilai suatu produk. Harga memiliki peran terpenting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen bahkan tidak sedikit pula konsumen yang mematok kualitas sebuah produk dengan harga . Perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa sesuai keinginan konsumen dengan harga yang pantas

Tabel 1. 1
Data Perbandingan Harga Tri Dengan Provider Lain Area Kota Tangerang

Provider	Kuota	Masa aktif	Harga (Rupiah)
Tri	3gb	30 Hari	35.000
Im3	3gb	30 Hari	32.000
Telkomsel	3gb	30 Hari	35.000
Smartfren	3gb	14 Hari	25.000
Xl	3gb	30 Hari	25.000
Axis	3gb	30 Hari	23.000

Sumber: Toko Surya Cell, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa kuota perdana 3 gb Provider Tri memiliki harga 35.000 yang lebih mahal daripada Im3 yang seharga 32.000, Kemudian Telkomsel yang memiliki harga yang sama dengan tri yaitu 35.000, Kemudian smartfren dan xl yang jauh lebih dri tri yaitu 25.000, dan yang terakhir axis yang harganya paling murah yaitu 23.000. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan tri memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan provider lain



Tabel 1. 2
Hasil Pra – Survey Pengguna Tri Di Kota Tangerang

No	Indikator Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Kecepatan akses internet Apakah anda puas dengan kecepatan jaringan internet Tri ?	13	17	30
2	Kecepatan akses internet Apakah Anda sering mengalami gangguan atau penurunan kecepatan internet saat sedang bekerja atau melakukan kegiatan penting?	18	12	30
3	Jangkauan terluas hingga pelosok kota Apakah Anda merasa bahwa jaringan internet tri di daerah tempat tinggal Anda tercover dengan baik?	14	16	30
4	Jangkauan terluas hingga pelosok kota Apakah anda sering mengalami masalah sinyal atau koneksi internet yang buruk di luar area perkotaan atau di daerah yang lebih terpencil?	18	12	30
5	Jangkauan terkuat Apakah anda merasa sinyal internet Tri yang digunakan stabil dan kuat di setiap sudut rumah atau tempat kerja Anda?	18	12	30
6	Jangkauan terkuat Apakah penting bagi Anda memiliki jangkauan sinyal yang kuat saat bepergian atau berada di area publik ?	20	10	30

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel pra survey kualitas jaringan yang ditujukan pada 30 responden diatas dapat disimpulkan bahwa dari hasil jawaban respon pada indikator kecepatan akses internet pada point “apakah anda puas dengan kecepatan jaringan internet Tri ? “ lebih dominan pada jawaban “Tidak” yaitu sebanyak 17 orang dan jawaban “Ya” sebanyak 13 orang, kemudian pada poin pertanyaan “Apakah Anda sering mengalami gangguan atau penurunan kecepatan internet saat sedang bekerja atau melakukan kegiatan penting?” lebih dominan menjawab “Ya” yaitu sebanyak 18 orang dan yang menjawab tidak 12 orang, Kemudian pada indikator Jangkauan terluas hingga pelosok kota pada point pertanyaan “ Apakah Anda merasa bahwa jaringan internet tri di daerah tempat tinggal Anda tercover dengan baik?” yang menjawab “Ya” sebanyak 14 orang dan yang menjawab “Tidak” sebanyak 16 orang, kemudian pada point pertanyaan “Apakah anda sering mengalami masalah sinyal atau koneksi internet yang buruk di luar area perkotaan atau di daerah yang lebih terpencil?” lebih dominan responden menjawab “Ya” yaitu sebanyak 18 Orang, kemudian pada indikator Jangkauan terkuat pada poin pertanyaan “Apakah anda merasa sinyal internet Tri yang digunakan stabil dan kuat di setiap sudut rumah atau tempat kerja Anda?” masih lebih dominan menjawab “Ya” sebanyak 18 orang, kemudian pada poin pertanyaan “Apakah penting bagi Anda memiliki jangkauan sinyal yang kuat saat bepergian atau berada di area publik ?” sangat dominan menjawab “Ya” yaitu sebanyak 20 orang dan orang sisanya menjawab “Tidak”. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kualitas jaringan tri masih belum dapat memenuhi harapan pelanggan Menurut



Kotler dan Keller (2016) menyampaikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagaimana seorang konsumen melakukan tindak pemilihan, pembeian dan penggunaan suatu produk atau pengalaman sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya dan ini menjadi bagian dari perilaku konsumen. Oleh sebab itu, untuk dapat bersaing di pasar saat ini tentunya penjual harus dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen sehingga para konsumen akan melakukan pembelian pada produknya. Konsumen menjadi salah satu kunci utama keberhasilan suatu usaha karena mereka menjadi pelaku utama, sehingga perusahaan wajib memberikan perhatian lebih agar konsumen puas dengan produknya dan tentunya akan setia pada perusahaan tersebut.

Tabel 1. 3
Data Penjualan Perdana Tri Periode 2020-2024 Branch Tangerang

Tahun	Target Penjualan (Pcs)	Realisasi (Pcs)	Persentase Pencapaian	Keterangan
2020	80.280 Pcs	72.318 Pcs	90 %	Tidak Capai target
2021	99.500 Pcs	99.625 Pcs	100 %	Capai
2022	116.172 Pcs	105.250 Pcs	91 %	Tidak Capai target
2023	132.700 Pcs	131.117 Pcs	98 %	Tidak Capai target
2024	149.364 Pcs	139.492 Pcs	93 %	Tidak Capai target

Sumber : Branch Manajer Tangerang

Periode tahun 2020 hingga 2024 perusahaan telah menetapkan target yang terus meningkat dari tahun ketahunnya. Namun hasil penjualan aktual yang dicapai selalu dibawah target yang ditetapkan. Bisa dilihat dari tahun 2020 hingga 2024 hanya pada tahun 2021 yang mencapai target 100% sedangkan pada tahun 2020, 2022, 2023 dan 2024 hanya mencapai rata-rata 93%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mengalami kesulitan yang konsisten dalam mencapai target penjualan. Hal ini menunjukkan perlunya peninjauan mendalam terhadap strategi penjualan yang digunakan dan kemungkinan penyesuaian terhadap target

Tabel 1. 4
Jumlah Pelanggan Kartu Perdana Tri Di Kota Tangerang Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah (Pelanggan)
2020	526.642
2021	611.276
2022	1.213.202
2023	2.119.009
2024	1.964.321

Sumber : Branch Manajer Tangerang

Bisa di lihat dari table di atas bahwa pelanggan kartu perdana tri di Tangerang kota pada tahun 2020 sebanyak 526.642 pelanggan, kemudian pada tahun 2021 mengalami peningkatan yaitu sebanyak 611.276 pelanggan, kemudian pada tahun 2022 sampai 2024 mengalami peningkatan yang signifikan semenjak bergabung dengan Indosat yaitu sebanyak 1.213.202 pelanggan,



kemudian meningkat lagi pada tahun 2023 yaitu sebanyak 2.119.009 pelanggan, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2024 yaitu 1.964.321 pelanggan.

Kajian Pustaka

1. Harga Paket

Menurut (Kotler dan Keller, 2016:115) Menyatakan bahwa Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proposal nilai suatu produk. Harga memiliki peran terpenting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen bahkan tidak sedikit pula konsumen yang mematok kualitas sebuah produk dengan harga. Kuota internet atau yang juga dikenal sebagai paket data adalah sejumlah data yang diberikan oleh operator seluler. Kuota ini diukur dalam *megabyte* (MB) atau *gigabyte* (GB).

2. Kualitas Jaringan

Menurut Waode (2014:44) 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. Jasa akses internet merupakan kegiatan penyediaan pelayanan dan penyelenggaraan telekomunikasi berbasis internet protokol yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk mengakses jaringan internet dengan menggunakan jaringan telekomunikasi, sedangkan menurut Network Maturity Model, (2007) yang di kutip dari Choiriyah (2018: 50) kualitas jaringan adalah sebagai kemampuan dari suatu sistem manajemen jaringan data untuk memenuhi atau melebihi harapan pengguna dengan menyediakan fungsi diharapkan atau informasi yang diinginkan dengan cara yang handal, dapat diprediksi, berulang dan tepat waktu. Sedangkan menurut Nortel Network (2003) kualitas jaringan adalah istilah yang luas digunakan untuk menggambarkan keseluruhan pengalaman pengguna yang akan diterima melalui jaringan.

3. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2010 : 188) keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian, sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian dan Menurut Setiadi (2003) dalam Sangadji (2018:121) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah “proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua hal perilaku alternatif atau lebih dan memilih satu diantaranya”. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (2012:181), “keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bias berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:7) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

- a. Berdasarkan hasil pengujian SPSS didapatkan hasil Uji Validitas pada variabel Harga Paket dengan seluruh pertanyaan mendapat nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, hal ini menyimpulkan bahwa data pada variabel seluruhnya dinyatakan Valid



- b. Berdasarkan hasil pengujian SPSS didapatkan hasil Uji Validitas pada variabel Kualitas Jaringan dengan seluruh pertanyaan mendapat nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, hal ini menyimpulkan bahwa data pada variabel seluruhnya dinyatakan Valid
- c. Berdasarkan hasil pengujian SPSS didapatkan hasil Uji Validitas pada variabel Keputusan Pembelian dengan seluruh pertanyaan mendapat nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, hal ini menyimpulkan bahwa data pada variabel seluruhnya dinyatakan Valid

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 11
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha Limits	Keterangan
Harga	0.946	0.60	Reliable
Kualitas Jaringan	0.948	0.60	Reliable
Keputusan Pembelian	0.934	0.60	Reliable

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

Berdasarkan hasil pengujian SPSS didapatkan hasil Uji Reliabilitas pada variabel Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Keputusan Pembelian yang mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* > *Cronbach Alpha Limits* (0.60). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan Reliable

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 12
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.14699481
Most Extreme Differences	Absolute	.261
	Positive	.122
	Negative	.261
Test Statistic		.261
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.185
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian Uji Normalitas didapatkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,185, dengan begitu dapat disimpulkan bahwa seluruh data dinyatakan normal dikarenakan $0.185 > 0.05$



b. Uji Heterokedatisitas

Tabel 4. 14
Uji Heterokedatisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.569	1.398		2.552	.012
	Harga Paket	.163	.076	.524	2.571	.085
	Kualitas Jaringan	.197	.095	.717	3.336	.125

a. Dependent Variable: ABS Res

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian analisis Uji Heterokedatisitas didapatkan nilai sig. 0.085 pada variable Harga Paket dan 0.125 pada variable Kualitas Jaringan, dengan begitu dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heterokedatisitas disebabkan nilai sig. seluruh variabel lebih besar dari 0.05

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), “Suatu model regresi yang bebas multiko adalah sebagai berikut mempunyai nilai tolerance kurang dari 0,10 dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih dari 10”. Suatu model persamaan regresi harus bebas dari gejala multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen yang satu dengan variabel independen lainnya dalam suatu model persamaan regresi. Hasil pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 16
Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.723	1.856		2.005	.048		
	Harga Paket	.318	.074	.249	4.305	<.001	.317	3.154
	Kualitas Jaringan	.746	.059	.730	12.605	<.001	.317	3.154

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian analisis Uji Multikolinearitas didapatkan nilai pada variabel Harga Paket dan Kualitas Jaringan, dengan begitu dapat nyatakan bahwa data bebas dari multikolinearitas dikarenakan nilai seluruh variabel pada indikator memiliki nilai Tolerance 0.317 > 0.10 dan VIF 3.154 < 10

d. Uji Auto Korelasi

Tabel 4. 17
Uji Auto Korelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.947 ^a	.897	.895	1.95747	1.955	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jaringan, Harga Paket

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan statistik Durbin-Watson (DW) menghasilkan nilai sebesar 1,955. Dalam interpretasi uji autokorelasi, nilai DW yang mendekati angka 2 menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi, sedangkan nilai yang mendekati 0 mengindikasikan adanya autokorelasi positif, dan mendekati 4 mengindikasikan autokorelasi negatif. Karena nilai 1,955 berada cukup dekat dengan angka 2, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung autokorelasi yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu tidak adanya korelasi serial antar residual, sehingga layak digunakan untuk analisis lanjutan secara statistik

4. Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel Harga Paket dan Kualitas Jaringan masing-masing diuji secara terpisah untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel Keputusan Pembelian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 yang menghasilkan nilai koefisien regresi, nilai signifikansi, serta nilai t hitung untuk menguji hipotesis secara parsial. Hasil analisis ini bertujuan memberikan gambaran mengenai hubungan langsung dan signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 4. 20
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.723	1.856		2.005	.048
	Harga Paket	.318	.074	.249	4.305	<.001
	Kualitas Jaringan	.746	.059	.730	12.605	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

- Nilai konstanta sebesar 3,723 menunjukkan bahwa variabel Harga Paket dan Kualitas Jaringan jika nilainya 0 maka Keputusan Pembelian memiliki tingkat keputusan 3,723
- Nilai koefisien Harga Paket sebesar 0,318 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan Harga Paket sebesar 1 kali maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,318 dengan asumsi variabel yang lain konstan
- Nilai koefisien Kualitas Jaringan sebesar 0,746 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan Kualitas Jaringan sebesar 1 kali maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,746 dengan asumsi variabel yang lain konstan

5. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4. 21
Korelasi Harga Paket
Correlations

		Harga Paket	Keputusan Pembelian
Harga Paket	Pearson Correlation	1	.853**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai Pearson Correlation antara Harga Paket dan Keputusan Pembelian adalah sebesar 0.853 dengan tingkat signifikansi <math><0.001</math>. Nilai ini mengindikasikan adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara variabel Harga Paket dan Keputusan Pembelian. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap harga paket kartu perdana Tri, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,01 menunjukkan bahwa hubungan ini sangat signifikan secara statistik dan bukan terjadi karena kebetulan

Tabel 4. 22
Korelasi Kualitas Jaringan

		Kualitas Jaringan	Keputusan Pembelian
Kualitas Jaringan	Pearson Correlation	1	.936**
	Sig. (2-tailed)		<math><.001</math>
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.936**	1
	Sig. (2-tailed)	<math><.001</math>	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada Tabel 4.21, diperoleh nilai Pearson Correlation sebesar 0.936 antara variabel Kualitas Jaringan dan Keputusan Pembelian, dengan tingkat signifikansi <math><0.001</math>. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara kualitas jaringan dengan keputusan pembelian kartu perdana Tri. Semakin baik kualitas jaringan yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut. Nilai korelasi yang mendekati 1 serta signifikansi yang sangat rendah mengindikasikan bahwa kualitas jaringan merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian konsumen

6. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. 23

Analisis Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 ^a	.897	.895	1.95747

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jaringan, Harga Paket

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

- a. Nilai R 0,947 ini menunjukan bahwa hubungan variable bebas (Harga Paket dan Kualitas Jaringan) dan variable terikat (Keputusan Pembelian) memiliki hubungan kuat
- b. Nilai *R Square* 0,897 menunjukan bahwa sumbangan variabel bebas dalam variabel terikat memiliki nilai kontribusi 89,7% melalui penghitungan $0,897 \times 100\%$. Kesimpulan yang didapatkan bahwa besaran pengaruh sedang Harga Paket dan Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian adalah 89,7%. Dan sisa 10,7% dapat dipengaruhi oleh variable atau indicator lainnya diluar penelitian yang dilakukan

7. Uji Validitas

Uji hipotesis terhadap variabel harga paket (X1) dilakukan untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Uji ini



menggunakan uji statistik T dan bertujuan mengkonfirmasi apakah variabel harga dapat berdiri sendiri sebagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli kartu perdana Tri

Tabel 4. 24
Uji T X1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.833	2.987		1.953	.054
	Harga Paket	1.088	.067	.853	16.180	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian analisis Uji T pada variabel Harga Paket terhadap Keputusan Pembelian mendapatkan nilai Thitung sebesar 16.180 dan Ttabel dapat dihitung dari tabel uji t dimana = 0,05 dan df = 100. Hasil ini diberikan oleh rumus $df = n - 2$. dimana n adalah jumlah sampel $(100) - 2$ menghasilkan t tabel sebesar 1.984, maka dapat disimpulkan dalam hipotesis ialah H0 Ditolak dan H1 Diterima, dimana Nilai Thitung $(16.180) > (1.984)$ Ttabel, dan Nilai Sig..000 < 0,05 signifikan. Kesimpulan yang didapatkan Harga Paket memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 4. 25
Uji T X2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.329	1.562		.851	.397
	Kualitas Jaringan	.957	.036	.936	26.437	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengujian SPSS, 2025

Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian analisis Uji T pada variabel Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian mendapatkan nilai Thitung sebesar 26.437 dan Ttabel dapat dihitung dari tabel uji t dimana = 0,05 dan df = 100. Hasil ini diberikan oleh rumus $df = n - 2$. dimana n adalah jumlah sampel $(100) - 2$ menghasilkan t tabel sebesar 1.984, maka dapat disimpulkan dalam hipotesis ialah H0 Ditolak dan H2 Diterima, dimana Nilai Thitung $(26.437) > (1.984)$ Ttabel, dan Nilai Sig..000 < 0,05 signifikan. Kesimpulan yang didapatkan Kualitas Jaringan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 4. 26
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3228.036	2	1614.018	421.228	<.001 ^b
	Residual	371.674	97	3.832		
	Total	3599.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Jaringan, Harga Paket

Sumber: Pengujian SPSS, 2025



Berdasarkan pengujian SPSS didapatkan hasil pengujian analisis Uji F pada variabel variabel Harga Paket dan Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian mendapatkan nilai Fhitung sebesar 421.228 dan Sig. 0.000, sedangkan F tabel dapat dihitung dari tabel F-test dimana $= 0,05$ dan $df = 100$. Hasil ini diperoleh dari rumus $df = n-2$. dimana n adalah jumlah sampel $(100) - 2$, sehingga diperoleh Ftable 3.090. Dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Paket dan Kualitas Jaringan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, di karenakan Fhitung $(421.228) > Ftable (3.090)$, dan nilai Sig $0.00 < 0.05$.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kerangka teori dalam file skripsi dan proposal penelitian, berikut adalah kesimpulan yang dapat ditarik:

1. Harga paket berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Tri di Kota Tangerang. dimana Nilai Thitung $(26.437) > (1.984)$ Ttabel, dan Nilai Sig..000 $< 0,05$ signifikan
2. Kualitas jaringan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana Nilai Thitung $(26.437) > (1.984)$ Ttabel, dan Nilai Sig..000 $< 0,05$ signifikan
3. Harga Paket dan Kualitas Jaringan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Tri. karenakan nilai Fhitung $(421.228) > Ftable (3.090)$, dan nilai Sig $0.00 < 0.05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). Manajemen sumber daya manusia: Teori, konsep dan indikator. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1–18.
- American Marketing Association. (1960). *Definition of marketing*. Retrieved from <https://www.ama.org>
- Andini, R. (2006). Analisis pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 13(2), 123–135.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti, E. P., Anggraini, N., Suraya, A., Lindawati, L., & Komarudin, K. (2021). Strategi dalam meningkatkan usaha kecil menengah (UMKM) Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi PKM*, 2(3), 277–280.
- Budi, S. (2020). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan provider seluler di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 10(2), 45–60.
- Choiriyah, N. (2018). *Pengaruh kualitas jaringan terhadap kepuasan pengguna internet*. Jakarta: Gramedia.
- Darmawan, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. (2014). Manajemen personalia dan sumber daya manusia. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). Manajemen sumber daya manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Istijanto. (2009). *Riset sumber daya manusia*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Istijanto. (2016). *Aplikasi praktis riset pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Marketing management* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.



- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2014). *Organizational behavior* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Luthans, F. (2011). *Organizational behavior: An evidence-based approach* (12th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mega, S., Altje, L., & Tumbel, W. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening pada mahasiswi. *Jurnal EMBA*, 10(4). ISSN 2303-1174.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miona, A. D., & Furanah, A. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Aceng Production. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 931–944.
- Nortel Networks. (2003). *Network quality handbook*. Toronto: Nortel.
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2013). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Boston: Pearson.
- Rusdiana, A., & Nasihudin, N. (2021). *Dasar-dasar manajemen modern*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, B. (2020). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan provider seluler. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 10(2), 45–60.
- Senggetang, M. E., et al. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 114–127.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Setiatjahjati, H., Sumarwan, U., & Yuliana, D. (2023). *Manajemen sumber daya manusia*. Bogor: IPB Press.
- Siti, N. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana provider XL di Bandung. *Jurnal Telekomunikasi dan Informatika*, 7(3), 75–90.
- Sopiah. (2008). *Perilaku organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Kencana.
- Syatoto, I., Sulaeman, A., & Rusnaeni, N. (2022). Pemanfaatan internet untuk UMKM dan menciptakan start-up untuk generasi muda Gerakan Pemuda Ansor Nahdlatul Ulama Kelurahan Pagedangan Kecamatan Pagedangan Tangerang. *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 141–144.
- Waode, R. (2014). *Kualitas jaringan telekomunikasi seluler*. Jakarta: Prenada Media.
- Wijaya, A. (2019). Analisis pengaruh harga dan kualitas jaringan terhadap loyalitas pelanggan pada provider seluler. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 101–105.