

# PENGARUH INOVASI PELAYANAN DAN KINERJA PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET TELKOMSEL (STUDI KASUS PADA PENGGUNA PAKET DATA TELKOMSEL DI PADANG TIJI)

Safrizal<sup>1)</sup> Teuku Isnaini<sup>2)</sup> Zulfikar<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur

Email : [safrizal09122000@gmail.com](mailto:safrizal09122000@gmail.com)

<sup>2)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur

Email : [isnainiteuku78@gmail.com](mailto:isnainiteuku78@gmail.com)

<sup>3)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur

Email : [zulfikar020759@gmail.com](mailto:zulfikar020759@gmail.com)

Info Artikel	ABSTRAK
<p><i>Riwayat Artikel:</i> Diterima: 31-01-2024 Direvisi: 30-04-2024 Dipublikasikan: 05-05-2024</p> <p><i>Nomor DOI</i> 10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p> <p><i>Cara Mensitasi :</i> Safrizal, Isnaini, T. Zulfikar. 2024. Pengaruh Inovasi Pelayanan Dan Kinerja Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel (Studi Kasus Pada Pengguna Paket Data Telkomsel Di Padang Tiji). 2(2), 45-56.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Inovasi pelayanan dan Kinerja Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel (studi kasus pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji)”. Populasi dalam penelitian ini diambil sebagai Sampel menggunakan rumus <i>Unknown Populations</i> sehingga didapatkan hasil sampel sebanyak 96 responden. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi:</p> $Y = 4,504 + 0,556X_1 + 0,282X_2$ <p>Dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel Inovasi pelayanan (<math>X_1</math>) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 55,6 % terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji. Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu dengan indeks korelasi sebesar 89,1% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat. Kemudian indeks determinasi masing-masing variabel sebesar 79,4 %, ini berarti berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji dan sebesar 20,6 % yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p> <p><b>Kata kunci :</b> Inovasi Pelayanan, Kinerja Pelayanan, Keputusan Pembelian</p>

Article Info	ABSTRACT
<p>Article History :</p> <p>Received: 31-01-2024</p> <p>Revised: 30-04-2024</p> <p>Published: 05-05-2024</p>	<p><i>This research aims to determine "The influence of service innovation and service performance on the decision to purchase a Telkomsel Internet starter card (case study of Telkomsel data package users in Padang Tiji)". The population in this study was taken as a sample using the Unknown Populations formula so that a sample of 96 respondents was obtained. Data were analyzed using multiple regression analysis. Based on the research results, the regression equation is obtained:</i></p>
<p>DOI Number :</p> <p>10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p> <p>How to cite :</p> <p>Safrizal, Isnaini, T. Zulfikar. 2024. The Influence of Service Innovation and Service Performance on the Decision to Purchase a Telkomsel Internet Starter Card (Case Study of Telkomsel Data Package Users in Padang Tiji). 2(2), 45-56.</p>	<p><i>Y = 4.504 + 0.556X1 + 0.282X2</i></p> <p><i>It can be concluded that from the two variables studied, it turns out that the service innovation variable (X1) has the most dominant influence of 55.6% on the decision to purchase a Telkomsel Internet starter card for Telkomsel data package users in Padang Tiji. The relationship between the dependent and independent variables is with a correlation index of 89.1%. This means the relationship is very strong. Then the determination index for each variable is 79.4%, this means that it has a significant influence on the Telkomsel Internet Starter Card Purchase Decision for Telkomsel data package users in Padang Tiji and is 20.6% which is influenced by other variables not examined in this research .</i></p> <p><b>Keywords:</b> Service Innovation, Service Performance, Purchasing Decisions</p>

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Inovasi pelayanan merupakan sebuah hal yang berguna melayani masyarakat agar lebih mudah dan praktis dalam melakukan kegiatan administrasi. Oleh sebab itu, sangat penting bagi perusahaan dan masyarakat untuk memahami secara benar mengenai Inovasi pelayanan tersebut disertai dengan penyelenggaraan kegiatan yang terorganisir secara baik agar tidak salah sasaran karena pada dasarnya banyak dari masyarakat bahkan perusahaan itu sendiri yang masih menganggap hal tersebut masih terkesan baru. Inovasi di dalam pelayanan bisa diartikan sebagai prestasi dalam meraih, meningkatkan, dan memperbaiki efektivitas, efisiensi, dan akuntabilitas pelayanan public yang dihasilkan oleh inisiatif pendekatan, metodologi, dan atau alat baru dalam pelayanan masyarakat.

Kinerja pelayanan merupakan seluruh penilaian pelanggan terhadap hasil pelayanan perusahaan yang dirasakan saat menerima pelayanan. Kinerja pelayanan adalah penilaian menyeluruh perusahaan terhadap hasil pelayanan yang dirasakan saat menerima pelayanan dari penyedia jasa, sehingga kualitas jasa atau pelayanan lebih tepat dan spesifik. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan sebuah perusahaan adalah selalu berusaha meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan.

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia yang juga menerbitkan kartu (perdana dan voucher isi ulang) yang ada di Indonesia yang diantaranya ada yang bernama simpati. Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa pengguna telkomsel, ada sebagian masyarakat yang mengatakan telkomsel belum menghasilkan layanan baru prosedur baru atau proses dari meningkatkan nilai tambah bagi jasa yang diberikan perusahaan. Perusahaan tidak memberikan ide-ide baru untuk menciptakan nilai pelanggan yang berkelanjutan, proses baru dan prosedur manajerial. Terlebih dengan adanya kasus para pengguna layanan pascabayar banyak mengalami kerugian semenjak peralihan kartu Telkomsel kepada Kartu HALO tanpa persetujuan pengguna, diantaranya pernah terjadi kasus kerugian yang diakibatkan melunjaknya tagihan bulanan dengan pemakaian bulanan yang sama sesuai dengan apa yang disepakati, dan perubahan skema tarif secara sepihak oleh provider, serta kesalahan dari pihak provider dalam menyampaikan informasi mengenai ketentuan layanan pascabayar. Hal ini terjadi karena pada pengguna produk pascabayar kartu halo dari layanan operator atau provider PT Telkomsel, hal ini berbeda dengan apa yang diatur didalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada pasal 4 huruf c “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa”. Dengan adanya inovasi yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen kartu perdana internet telkomsel.

Berdasarkan fenomena dan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Inovasi pelayanan Dan Kinerja pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel (Studi Kasus Pada Pengguna Paket Data Telkomsel di Padang Tiji)”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah inovasi pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Telkomsel di Padang Tiji?
2. Apakah kinerja pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Telkomsel di Padang Tiji?
3. Apakah inovasi pelayanan dan kinerja pelayanan dapat berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Telkomsel di Padang Tiji.?

## Tujuan Penelitian

- Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:
1. Untuk mengetahui apakah inovasi pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Telkomsel di Padang Tiji.
  2. Untuk mengetahui bagaimana kinerja pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Telkomsel di Padang Tiji.
  3. Untuk mengetahui apakah inovasi pelayanan dan kinerja pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Telkomsel di Padang Tiji.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Inovasi pelayanan

Menurut Nasution dan Mavondo dalam jurnal Burhan, (2020) Inovasi didefinisikan sebagai produksi ide-ide baru untuk menciptakan nilai pelanggan yang berkelanjutan, dan adopsi ide-ide ini dalam produk baru, proses baru dan prosedur manajerial. Banyak kasus, penyediaan layanan lebih berharga bagi perusahaan daripada produk penjualan karena produk cenderung menjadi komoditas dengan kecepatan yang lebih cepat (Kandampully dalam jurnal Prawita 2022). Ada persepsi yang berkembang bahwa inovasi dapat berkontribusi terhadap peningkatan layanan dan peningkatan produktivitas dalam layanan publik yang menyebabkan peningkatan tekanan pada perusahaan untuk lebih inovatif (Osborne and Brown dalam Rahayu, 2021).

Penelitian ini menggunakan indikator dari Prawita (2022) dimana indikator relative advantage, compatibility, complexity, trialability, dan observability sesuai dengan karakteristik objek penelitian. Produk paket data Telkomsel memiliki karakteristik inovatif dan harus selalu mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu, layanan paket data Telkomsel harus memenuhi sifat relative advantage, compatibility, complexibility, triability, dan observability.

### Kinerja pelayanan

Pengertian “*performance*” atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika. Mengusulkan bahwa paling tidak ada tiga konsep yang dapat digunakan sebagai indikator kinerja organisasi pemerintah yaitu, *responsibility* (responsibilitas), *responsiveness* (responsif) dan *accountability* (akuntabilitas).

Menurut Sedarmayanti dalam Pradata (2022) indikator kinerja pelayanan di atas akan dibahas di bawah untuk lebih mempermudah dalam memahami kinerja pegawai, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Kerja (*Quality of work*)  
Kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya yang tinggi pada gilirannya akan melahirkan penghargaan dan kemajuan serta perkembangan organisasi melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan secara sistematis sesuai tuntutan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang pesat.
2. Ketetapan Waktu (*Promptness*)  
Berkaitan dengan sesuai atau tidaknya waktu penyelesaian pekerjaan dengan target waktu yang direncanakan. Setiap pekerjaan diusahakan untuk selesai sesuai dengan rencana agar tidak mengganggu pada pekerjaan yang lain.
3. Inisiatif (*Initiative*)  
mempunyai kesadaran diri untuk melakukan sesuatu dalam melaksanakan tugas-tugas dan tanggung jawab. Bawahan atau pegawai dapat melaksanakan tugas tanpa harus bergantung terus menerus kepada atasan.
4. Kemampuan (*Capability*)

diantara beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang, ternyata yang dapat diintervensi atau diterapi melalui pendidikan dan latihan adalah faktor kemampuan yang dapat dikembangkan.

5. Komunikasi (*Communication*)

Interaksi yang dilakukan oleh atasan kepada bawahan untuk mengemukakan saran dan pendapatnya dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Komunikasi akan menimbulkan kerjasama yang lebih baik dan akan terjadi hubungan yang semakin harmonis diantara para pegawai dan para atasan, yang juga dapat menimbulkan perasaan senasib sepenanggungan.

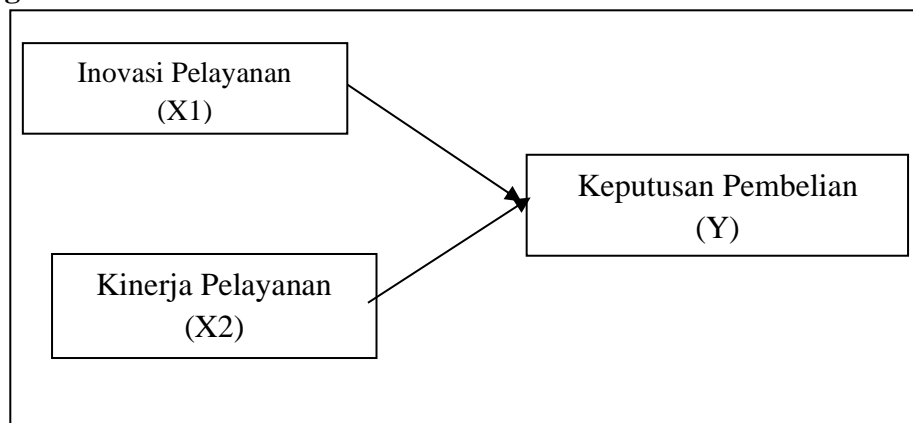
### Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2017:158), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Syahtidar & Siregar, (2022) dalam jurnalnya mengemukakan indikator untuk mengukur keputusan pembelian sebagai berikut:

- 1) Keinginan untuk menggunakan produk, adanya rasa untuk ingin membeli atau menggunakan produk tersebut.
- 2) Senang membeli produk, merasa senang jika sudah membeli produk tersebut
- 3) Mencari informasi tentang produk, sebelum membeli produk, terlebih dulu mencari informasi produk yang akan dibeli
- 4) Memberikan informasi kepada teman/keluarga/ saudara
- 5) Membeli kembali produk tersebut, akan membeli kembali karna merasa puas dengan produk tersebut

### Kerangka Pemikiran



### Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang memerlukan pembuktiannya. Berdasarkan kerangka pemikiran maka dapat ditetapkan hipotesis dalam penelitian ini yaitu inovasi pelayanan dan kinerja pelayanan berpengaruh terhadap pembelian kartu perdana internet Telkomsel (studi kasus pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji).

## Metode Penelitian

### Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menjadikan populasi adalah masyarakat Padang Tiji yang menggunakan kartu perdana internet Telkomsel. Prosedur yang di gunakan untuk pengumpulan data adalah Teknik Probability sampling, yaitu Teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih untuk menjadi anggota sampel. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *unknown population* sebagai berikut:

$$n = (0,25) \frac{(z\alpha/2)^2}{e}$$

e

Di mana:

n = Jumlah sampel

$z\alpha/2$  = Nilai yang didapatkan dari tabel normal atas tingkat keyakinan

e = Kesalahan dalam penarikan sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini tingkat keyakinan ditentukan 90%, maka nilai  $z\alpha/2$  adalah 1,96 dan tingkat kesalahan penarikan sebesar 10%, sehingga diperoleh besaran sampel sebagai berikut:

$$n = (0,25) \frac{(1,96/2)^2}{0,1}$$

$$n = 96,4$$

Dengan demikian sampel yang diteliti dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 orang responden.

### Teknis Analisis Data

Analisa ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh inovasi pelayanan dan kinerja pelayanan terhadap pembelian masyarakat Padang Tiji yang menggunakan kartu perdana internet Telkomsel dengan menggunakan rumus regresi berganda dan pengolahan dilakukan menggunakan SPSS versi 21,0 yang diuraikan oleh Akdon dan Ridwan (2017:23) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Pembelian

$X_1$  = Inovasi pelayanan

$X_2$  = kinerja pelayanan

a = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Korelasi

$\beta_2$  = Koefisien Korelasi

$e$  = error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan pengujian normalitas menggunakan one sample kolmogorov-smirnov test pada residual persamaan dengan kriteria pengujian jika probability value > 0,05 maka data terdistribusi normal dan jika probability value < 0,05 maka data terdistribusi tidak normal

**Tabel 4.7**  
**Uji Kolmogorov-Smirnov Z**

		Unstandardized Residual	X1	X2	Y
N		96	96	96	96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.00000	18.21	17.45	19.55
	Std. Deviation	.874871	2.123	2.185	1.929
Most Extreme Differences	Absolute	.074	.135	.104	.133
	Positive	.072	.135	.104	.133
	Negative	-.074	-.106	-.104	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.726	1.320	1.023	1.307
Asymp. Sig. (2-tailed)		.667	.061	.246	.066

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel pengujian Kolmogorov-Smirnov Z data penelitian ini mempunyai distribusi normal dengan perinciannya sebagai berikut:

1. Nilai variabel Inovasi Pelayanan ( $X_1$ ) dengan probabilitas Kolmogorov-Smirnov Z  $1,320 > 0,05$  maka dikatakan data penelitian mempunyai distribusi normal.
2. Nilai variabel Kinerja Pelayanan ( $X_2$ ), dengan probabilitas Kolmogorov-Smirnov Z  $1,023 > 0,05$  maka dikatakan data penelitian mempunyai distribusi normal.
3. Nilai variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan probabilitas Kolmogorov-Smirnov Z  $1,307 > 0,05$  maka dikatakan data penelitian mempunyai distribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.9**  
**Nilai VIF Variabel Bebas**

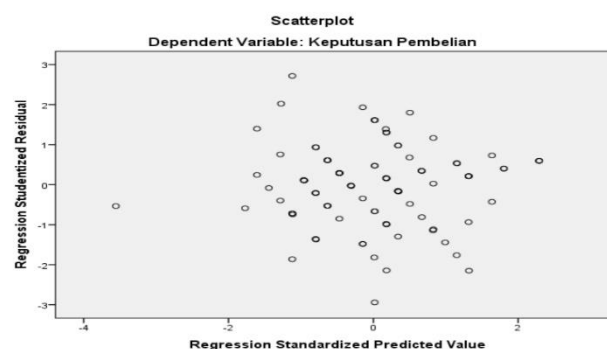
Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Variabel Inovasi pelayanan ( $X_1$ )	0,336	2,979	Non Multikolinearitas
Variabel Kinerja Pelayanan ( $X_2$ )	0,336	2,979	Non Multikolinearitas

Sumber : Data Primer Diolah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua indikator dalam penelitian ini telah bebas adanya variabel pengganggu yang dapat mengurangi validitas hasil penelitian, karena diperoleh nilai multikolinearitas berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflating Faktor*) lebih kecil dari nilai 10.

### Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 4.2**





Dari grafik *scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.10**  
**Pengaruh Masing-masing Variabel Independen**  
**Terhadap Variabel Dependen**

Nama Variabel	B	Standar Error	Beta	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sign
Konstanta	4.504	.799		5.638	1.661	.000
Inovasi pelayanan (X <sub>1</sub> )	.556	.074	.611	7.535	1.661	.000
Kinerja Pelayanan (X <sub>2</sub> )	.282	.072	.320	3.939	1.661	.000
Koefisien Korelasi (R) = 0,891 <sup>a</sup>						
Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) = 0,794						
Adjusted R Squares = 0,790						
F <sub>hitung</sub> = 179.717						
F <sub>tabel</sub> = 3,09						
Sign F = .000 <sup>b</sup>						

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2023)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel Inovasi pelayanan (X<sub>1</sub>) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 55,6 % terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji . Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel Inovasi pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kinerja Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji dengan indeks korelasi sebesar 89,1% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat. Kemudian indeks determinasi masing-masing variabel Pengembangan variabel Inovasi pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kinerja Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 79,4 %, ini berarti berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji dan sebesar 20,6 % yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji F

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.
1 Regression	281.027	2	140.513	179.717	3.09	0.000
Residual	72.713	93	.782			
Total	353.740	95				

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2023)



Hasil pengujian secara simultan di peroleh  $F_{hitung} 179.717 > F_{tabel} 3,09$  nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nol ( $H_o$ ), artinya bahwa variabel Inovasi pelayanan ( $X_1$ ) dan Kinerja Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji .

## Uji T

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Uji t**

Nama Variabel	B	Standar Error	Beta	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sign
(Constant)	4.504	.799		5.638	1.661	.000
Inovasi pelayanan ( $X_1$ )	.556	.074	.611	7.535	1.661	.000
Kinerja Pelayanan ( $X_2$ )	.282	.072	.320	3.939	1.661	.000

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2023)

Variabel Inovasi pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung} 7,535 > t_{tabel} 1,661$  nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga Hipotesis Nol ( $H_o$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji . Variabel Kinerja Pelayanan ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung} 3,939 > t_{tabel} 1,661$  nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga Hipotesis Nol ( $H_o$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji .

## Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang “Pengaruh Inovasi pelayanan dan Kinerja Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel (studi kasus pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji) ” adalah sebagai berikut:

- Hasil pengujian secara simultan di peroleh  $F_{hitung} 179.717 > F_{tabel} 3,09$  nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nol ( $H_o$ ), artinya bahwa variabel Inovasi pelayanan ( $X_1$ ) dan Kinerja Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji .
- Variabel Inovasi pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung} 7,535 > t_{tabel} 1,661$  nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga Hipotesis Nol ( $H_o$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji .
- Variabel Kinerja Pelayanan ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung} 3,939 > t_{tabel} 1,661$  nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga Hipotesis Nol ( $H_o$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel pada pengguna paket data Telkomsel di Padang Tiji .

## Saran

Adapun saran yang dapat saya sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Telkomsel sebaiknya tetap memberikan inovasi dan kinerja pelayanan yang maksimal dan meningkat agar konsumen tetap setia untuk menggunakan kartu Telkomsel dan tidak berpaling ke operator lain. Telkomsel juga dapat terus meningkatkan pelayanan value added service melalui layanan non voice terlebih dengan banyak nya saingan dimasa sekarang. Misalnya Pelayanan kepada konsumen, merupakan faktor yang penting, oleh karena itu karyawan yang melayani konsumen langsung (SPG, TPR, dsb) harus memiliki kemampuan melayani yang baik, tentunya hal ini bisa terwujud dengan membekali para karyawan tersebut dengan pelatihan-pelatihan, dan evaluasi terus-menerus terhadap kinerja karyawan yang bersangkutan.
2. Sebaiknya perlu dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain yang memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian sehingga dapat diketahui faktor mana yang lebih berpengaruh dalam peningkatan keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya juga dapat memperpanjang periode, dan memperbanyak sampel penelitian.

## Daftar Pustaka

Akdon dan Ridwan. 2017. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Cetakan 2. Bandung: Alfabeta.

Alfi Syahri Lubis, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam*. *ournal of Business Ekonomi* Volume 1, Nomor 2, September 2017, hlm. 86-97.  
<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/619>

Ardianto Kusuma, 2017. *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)*. *Jurnal 1 Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada*,2 Mahasiswa Universitas Darma Persada. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen/article/view/1316>

Arif Widya Imanullah, 2018. *Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Berlabel Halal Mui (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*, *jurnal Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5290>

Arviana Meytriani, 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Produk Lokal Akaian Jadi Di Purwokerto*. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman*. ISBN 978-602-1643-67-9. <http://jurnal.lppm.unsoed.ac.id/ojs/index.php/Prosiding/article/viewFile/1679/1445>

Aulia, & Zulvan, M. (2017). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Pembelian Produk Busana Muslim di Lazada Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Retrieved from dspace.uui:

<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/6920>

Danang, S. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Eddy Poernomo. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Faktor Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel The Sun Sidoarjo*. Surabaya : *Jurnal Bisnis Indonesia*.

<http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1073>

Fandy Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.

\_\_\_\_\_. 2017. *Pemasaran Jasa*, Penerbit Banyumedia Publishing.

Fatoni. M. 2018. *Pengukuran Resiko Beban Kerja Dengan Menggunakan Metode Fisiologi Pada PT Semen Baturaja Palembang*. Universitas Bina Darma. Palembang.

Ferriyal Rosita, 2017. *Pengaruh Kepercayaan (Trust) dan E-Security Seals Terhadap Minat Pembelian Konsumen Secara Online: Studi Pada Konsumen Kaspay.com Di Indonesia*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Jl. MT Haryono 165 Malang.  
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1988>

Ferriyal Rosita, 2017. *Pengaruh Kepercayaan (Trust) dan E-Security Seals Terhadap Minat Pembelian Konsumen Secara Online: Studi Pada Konsumen Kaspay.com Di Indonesia*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1988>

Firman Mardiansyah, 2021, *Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Terhadap Minat Pembeli Dalam Konteks E-Commerce Aplikasi Belanja Online Shopee*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.  
<http://repository.radenintan.ac.id/15646/1/SKRIPSI%20BAB%201%20%26%202.pdf>

Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program. AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim. 2020. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi. Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Hanif Danang Prasetyo, 2017. *Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals terhadap E-Satisfaction melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 6, no. 1, pp. 164-173, Dec. 2017.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/14553>

Hardiansyah. 2018. *Kualitas Pelayanan Publik (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Gava. Media.

Juhria, Aminatu, 2021. *Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce Shopee*. Jurnal Manajemen - VOL. 13 (1) 2021, 55-62. Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, Karawang.' <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9132>

Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja. Grafindo Persada: Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga.

Krisnu Putra Yutadi, 2021. *Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce*. Jurnal fakultas ekonomi Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang.

<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1487>

Masniar, 2019. *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Permintaan Produk Teh 2M (Studi Kasus : Cv. Harum Manis Sorong)*. Program Studi Majemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sorong.

<https://ejournal.um-sorong.ac.id/index.php/metode/article/view/1516/824>

Nurhatinah, 2018. *Pengaruh Keamanan, Privasi, Dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shopping Di Kota Padang*. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang. Volume 1, Nomor 1, 5 Maret 2018.

<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/4740>

Putri Dwi Nurdianti, 2021. *Pengaruh E-Service Quality, Harga Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada pengguna Tokopedia di Tangerang Selatan)*

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58669/1/PUTRI%20DWI%20NURDIATI-FEB.pdf>

Rayesha Putra Baistama, 2021. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Transportasi Online Gojek*. Jurnal Vol.8, No.4 Agustus 2021, Universitas Telkom, Bandung.  
<https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/169598/pengaruh-e-service-quality-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan-pada-aplikasi-transportasi-online-gojek.html>

Risa Septiani, 2020. *Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta)* jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.  
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34781>

Santoso, Singgih. 2017. *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex. Media Komputindo.

\_\_\_\_\_. 2019. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,

Tiara Fitriani Ponengoh, 2018. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Barang Di Online Shop Di Sleman, Diy*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.  
<http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/23126/13%2C%20Naskah%20Publikasi.pdf?sequence=13&isAllowed=y>

Utari, Putri, 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Gowata Sakti Motor*. Diploma thesis, Universitas Negeri Makassar.

<http://eprints.unm.ac.id/13996/1/JURNAL%20%28ARTIKEL%29%20%20PUTRI%20UTARI.pdf>

Vanessa P. Rau, 2018. *Analisis peramalan permintaan produk hollow brick pada ud. Immanuel air madidi*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.  
<https://ejournal.unsra.ac.id/index.php/emba/article/view/20233>

Zahra, Khalida, 2020. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Tingkat Keamanan dan Keselamatan Angkutan Umum Penumpang di Kota Bandung (Studi Kasus : Cicaheum-Ledeng)*. Jurnal Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung.  
<https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/PWK/article/view/9032/pdf>