

ABSTRAK

Nur Rizqa Maharani. 2021. *Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, M.Si.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Pada awal tahun 2020 setelah wabah Covid-19 masuk ke Indonesia, masyarakat dipaksa untuk berhenti sementara dari rutinitas mereka diluar rumah dan diharuskan bekerja dari rumah guna meminimalisasi penyebaran Covid-19. Kemenag mengeluarkan kebijakan belajar dari rumah dan membuat banyak mahasiswa memutuskan untuk beralih provider seluler menjadi Telkomsel guna memaksimalkan kecepatan akses internet mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan produk Telkomsel. Dengan jumlah sampel sebanyak 68 responden dan data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel kepercayaan merek dengan signifikansi $0,032 < 0,05$, kualitas layanan dengan signifikansi $0,023 < 0,05$ dan harga dengan signifikansi $0,021 < 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian berdasarkan uji f variabel kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga juga berpengaruh signifikan secara simultan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ terhadap kepuasan pelanggan.