

## ABSTRAK

### **Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Retensi Pelanggan dalam pembelian kartu provider Telkomsel di Konter Rasqa Cell Ciparay**

Persaingan bisnis penjualan kartu provider telekomunikasi yang semakin ketat menuntut pelaku usaha konter untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan pelanggan. Penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen serta promosi yang menarik menjadi faktor penting dalam meningkatkan retensi pelanggan. Namun, dalam praktiknya masih terdapat pelanggan yang berpindah ke konter lain sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk menjaga retensi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan promosi terhadap retensi pelanggan dalam pembelian kartu provider Telkomsel di Konter Rasqa Cell Ciparay. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Sampel terdiri dari 67 responden, dipilih melalui *purposive sampling* dari populasi 81 konsumen yang pernah membeli produk Telkomsel di Konter Rasqa Cell Ciparay. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS, meliputi uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji F simultan dan uji t parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan produk Telkomsel di Konter Rasqa Cell Ciparay. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik penetapan harga yang diberikan maka semakin baik strategi promosi produk. Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Pertama, dari segi objek penelitian, penelitian ini difokuskan pada pelanggan pembelian kartu provider Telkomsel di Konter Rasqa Cell Ciparay, sedangkan penelitian terdahulu umumnya meneliti pada sektor yang lebih luas seperti operator telekomunikasi secara umum atau pada lokasi yang berbeda.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Promosi, Retensi Pelanggan, Telkomsel, Rasqa Cell Ciparay

## **ABSTRACT**

### ***The Influence of Pricing and Promotion on Customer Retention in Purchasing Telkomsel Provider Cards at the Rasqa Cell Ciparay Counter***

The increasingly tight competition in the telecommunications provider card sales business requires counter business owners to implement appropriate marketing strategies to retain customers. Pricing that is in line with consumer purchasing power and attractive promotions are important factors in increasing customer retention. However, in practice, there are still customers who switch to other counters, so an appropriate strategy is needed to maintain customer retention. This study aims to determine the effect of pricing and promotions on customer retention in purchasing Telkomsel provider cards at the Rasqa Cell Ciparay Counter. The method used in this study is a quantitative design with a descriptive verification approach. The sample consisted of 67 respondents, selected through purposive sampling from a population of 81 consumers who had purchased Telkomsel products at the Rasqa Cell Ciparay Counter. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS, including validity and reliability tests, classical assumptions, multiple linear regression, correlation coefficients, coefficients of determination, and hypothesis tests (simultaneous F-test and partial t-test). The results showed that pricing and promotions simultaneously had a positive and significant effect on customer retention of Telkomsel products at the Rasqa Cell Ciparay Counter. These findings indicate that better pricing, better product promotion strategies. This study differs from previous research in several ways. First, in terms of the research object, this study focuses on customers purchasing Telkomsel cardholders at Rasqa Cell Ciparay counters, while previous research generally examined broader sectors such as telecommunications operators in general or at different locations.

**Keywords:** Pricing, Promotion, Customer Retention, Telkomsel, Rasqa Cell Ciparay