

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya Telkomsel⁷⁹

Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler GSM kedua di Indonesia, dengan layanan paskabayar yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Waktu itu kepemilikan saham Telkomsel adalah PT Telkom (51%) dan PT Indosat (49%). Kemudian pada November 1997 Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan prabayar GSM. Telkomsel ini mengklaim sebagai operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia, dengan 26,9 juta pelanggan dan memiliki *market share* sebesar 55% (Maret 2006). Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu SimPATI (prabayar), KartuAS (prabayar), serta KartuHALO (paskabayar). Saat ini saham Telkomsel dimiliki oleh TELKOM (65%) dan perusahaan telekomunikasi Singapura SingTel (35%). TELKOM merupakan BUMN Indonesia yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedang SingTel merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Singapura.

Pada tahun 1995, secara resmi Telkomsel mendapat izin untuk memberikan jasa telekomunikasi selular GSM, setelah

⁷⁹ <https://www.telkomsel.com> diakses pada tanggal 20 Februari 2019 pukul 12.34 WIB

sebelumnya sukses sebagai pilot project Telkom dalam proyek percontohan GAM di Batam. Hal berbeda dengan operator lain, Telkomsel mulai membangun jaringan dan melayani pelanggannya dari luar Jawa yakni Batam, Medan, dan daerah lainnya. Selanjutnya Pada tahun 1996, Telkomsel mulai beroperasi di ibu kota Jakarta dan berhasil melayani seluruh provinsi yang ada di Indonesia, hal ini ditandai dengan pengoperasian layanan Telkomsel di Ambon dan Jayapura.

Telkomsel menjadi pelopor kartu prabayar isi ulang di ASIA dan meluncurkan produk pertamanya simPATI, kartu ini diluncurkan saat krisis ekonomi sedang melanda tahun 1997, dimana Telkomsel memberikan solusi kepada para pengguna jasa selular yang memulai melakukan pengontrolan anggaran komunikasinya. Selain itu juga Telkomsel mendapat sertifikat ISO 9002 untuk *Costumer Service On Line* dari PT Tuv Rheinland Jerman, yang menandai layanan pelanggan Telkomsel telah memenuhi standarisasi mutu internasional. Telkomsel pada tahun 1998 membuat program baru untuk mengembangka jaringannya dengan mencanangkan *Word Class Operator* sebagai tolak ukur standar layanan. Positioning baru kartu prabayar Telkomsel dengan nama simPATI Nusantara yang bermottokan “Dengan simPAT tetap terkendali”, dimana simPATI yang sebelumnya hanya digunakan di area registrasinya, kini simPATI bisa digunakan di seluruh Indonesia.

Untuk tahun 1999, implementasi BIANCA (*Billing and Custome Care*) menggantikan system billing lama, menandai peristiwa

penting Telkomsel dalam menjalankan bisnisnya. BIANCA memungkinkan berbagai proses dapat dilakukan secara serempak, seperti: informasi pelanggan, pencatatan percakapan, hingga produksi tagihan / *invoice*. Predikat pelayanan terbaik untuk kategori operator selular: “*The in Achieving Costumer Satisfaction Toward Service Quality*” dari lembaga survei frontier bekerja sama dengan majalah SWA. Pada tahun 2000, Telkomsel memelopori layanan Mobile Banking di Indonesia bekerja sama dengan bank Panin, yang merupakan inovasi Tekomsel dalam mengintegrasikan sistem teknologi telekomunikasi dan informasi dalam sistem banking.

Disini Telkomsel juga merupakan operator terkemuka layanan telekomunikasi seluler di Indonesia dengan pangsa pasar dan pendapatan saham. Pada akhir Maret 2009, Telkomsel memiliki 72.1 juta pelanggan yang berdasarkan statistik industri, mewakili pangsa pasar yang diperkirakan sekitar 50%. Telkomsel menyediakan layanan selular di Indonesia, melalui nasional sendiri dual-band GSM 900-1800 MHz, jaringan 3G, dan internasional, melalui 341 mitra roaming internasional di 180 negara (akhir Maret 2009). Pada September 2006, Telkomsel menjadi operator pertama di Indonesia untuk meluncurkan layanan 3G. Perusahaan menyediakan pelanggan dengan pilihan antara dua-kartu prabayar simPATI dan Kartu As, atau pasca-bayar kartuHALO layanan, serta berbagai layanan nilai tambah dan program. Pada 20 Maret 2009, Telkomsel dan *Apple South Asia Pte. Ltd*

meluncurkan iPhone 3G di Indonesia dengan harga disesuaikan rencana untuk semua pelanggan Telkomsel berharga.

Telkomsel beroperasi di Indonesia telah tumbuh secara substansial sejak peluncuran komersial pasca layanan dibayar pada tanggal 26 Mei 1995. Pada November 1997, Telkomsel menjadi operator telekomunikasi seluler pertama di Asia yang memperkenalkan GSM dapat diisi ulang layanan pra-bayar. Telkomsel memiliki jangkauan jaringan terbesar dari salah satu operator selular di Indonesia, menyediakan jangkauan jaringan yang mencapai lebih dari 95% dari jumlah penduduk Indonesia dan merupakan satu – satunya operator di Indonesia yang mencakup seluruh negara, provinsi dan kabupaten, baik semua “kecamatan” di Sumatra, Jawa, dan Bali.

Saat ini dunia semakin terhubung, dan pertukaran informasi terjadi amat cepat. Kebutuhan komunikasi tidak lagi sebatas suara dan SMS, namun juga dalam format lainnya seperti video dan foto. Kebutuhan masyarakat akan layanan data dan *broadband* (pita lebar) akan terus berkembang dalam beberapa tahun ke depan. Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (*digital lifestyle*), kami turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (*Device, Network, dan Applications*), yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia.

Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan *roadmap* teknologi selular, mulai dari 3G, HSDPA, HSPA+, serta menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan *mobile* 4G LTE di Indonesia yang akan memberikan pelanggan akses yang lebih cepat di dalam menikmati layanan data serta memungkinkan penerapan teknologi selular dalam skala yang lebih besar, seperti untuk pengembangan kota pintar (*smart city*).

Telkomsel akan selalu hadir untuk menginspirasi masyarakat dengan memanfaatkan teknologi terdepan, produk dan layanan yang kompetitif, serta solusi inovatif. Hal ini akan mengantarkan Indonesia menuju perekonomian masyarakat berbasis *broadband* sesuai *roadmap* teknologi selular. Kecintaan kami pada negeri inilah yang selalu menginspirasi untuk terus berkreasi menghadirkan layanan dan inovasi bagi negeri.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Service* (“TIMES”) di kawasan regional.

b. Misi

Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan dan memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

Visi dan Misi ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012.

3. Produk-produk Telkomsel

Selama ini, Telkomsel telah memberi beberapa manfaat bagi para pelanggan melalui 4 produk unggulannya yang digunakan sebagai upaya melayani segmentasi yang berbeda-beda. Keempat produk tersebut yaitu:

a. KartuHALO

KartuHALO merupakan produk pertama yang diluncurkan oleh Telkomsel dan memiliki beberapa klasifikasi produk sebagai berikut:

- 1) HALO fit : HALO Fit adalah solusi untuk menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan berkomunikasi. Dengan beragam paket yang ditawarkan, didukung oleh semua kenyamanan fasilitas dan layanan kartuHALO dan jaringan terluas dan berkualitas Telkomsel. Konsumen dapat memilih melalui paket-paket yang disediakan sesuai dengan kebutuhannya dalam berkomunikasi.

Gambar 4.1

Paket KartuHalo



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

- 2) HALO Hybrid : HALO Hybrid instan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam pengaktifan kartu. Kartu dapat langsung aktif dan konsumen bebas memilih untuk menggunakan layanan pasca bayar atau pra bayar, sesuai dengan kebutuhan. Selain itu konsumen dapat dengan mudah menentukan batas tagihan pasca bayar.

Gambar 4.2

Paket HALO Hybrid



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

3) HALO Data : kartuHALO Data adalah produk kartuHALO yang diperuntukan bagi pelanggan yang membutuhkan akses layanan DATA melalui jaringan GSM/GPRS. Spesifikasi kartuHALO Data adalah memiliki kemampuan akses ke layanan DATA dengan tarif variable sesuai dengan pemakaian pelanggan. KartuHALO Data memiliki MSISDN sendiri dan sebagai kartuHALO tambahan agar dapat digunakan untuk mengakses layanan DATA. Pelanggan kartu HALO DATA adalah pelanggan yang telah memiliki kartuHALO utama atau dengan kata lain sebagai kartuHALO tambahan yang telah dimiliki pelanggan.

Gambar 4.3

Paket HALO DATA



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

b. SimPATI

SimPATI merupakan Kartu Prabayar (*prepaid*) yang dikeluarkan oleh Telkomsel. simPATI dapat digunakan di seluruh Indonesia dengan tarif terjangkau, telepon hemat ke sesama pelanggan Telkomsel maupun operator lain dan SMS hemat untuk mengirim pesan di dalam maupun ke luar negeri. Kartu simPATI mempunyai daya jelajah yang bisa menjangkau beberapa wilayah hampir di seluruh pelosok Nusantara, bahkan hingga ke pulau-pulau terpencil.

Kartu prabayar simPATI memiliki beberapa keunggulan seperti keamanan (bebas dari penyadapan dan penggandaan), aksesibilitas, harga yang terjangkau, mutu prima dan jangkauan GSM yang luas serta menawarkan fitur – fitur yang menarik yang dapat dinikmati pengguna simPATI dengan cara registrasi menjadi anggota simPATI Zone (tidak dikenakan biaya). simPATI menawarkan beberapa fitur dan layanan, seperti: Layanan 3G (WCDMA/HSDPA), roaming internasional ke lebih dari 200 negara, transfer pulsa, paket BlackBerry (Unlimited, Business, dan Lifestyle), Mobile Banking, Mobile Wallet T-Cash, T-Remmit (transfer uang luar negeri), Mobile Broadband Telkomsel Flash, PopScreen (pop – up info dan konten yang langsung hadir dilayar ponsel) dan sebagainya.

Gambar 4.4**Cover Telkomsel**

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

c. Kartu AS

Telkomsel menghadirkan Kartu As sebagai SIM card yang memberikan berbagai kemudahan bagi para penggunanya. Kartu As menyajikan berbagai program dan layanan yang mudah dan transparan baik dari sisi tarif, program yang ditawarkan maupun cara mendapatkan program. Kemudahan Tarif Kartu As untuk layanan panggilan dan SMS yaitu satu tarif untuk melakukan layanan panggilan dan SMS dimanapun di seluruh Indonesia yang berlaku 24 jam, serta satu tarif yang berlaku untuk semua panggilan dan SMS ke semua operator.

Gambar 4.5**Cover Kartu AS**

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

d. SimPATI Loop

Perdana Simpati Loop merupakan kartu perdana yang dikhususkan untuk pemuda dan komunitas –komunitas, keunggulan perdana loop dibandingkan dengan perdananya bisa dilihat dari sisi fitur yang disediakan seperti kuota internet lebih besar dengan harga yang relatif murah, tarif telfon dan sms yang murah, ada banyak pilihan paket sms dan telfon.

Gambar 4.6

Cover SimPATI Loop



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

e. Telkomsel Flash

Telkomsel Flash adalah layanan internet tanpa kabel (*wireless*) yang disediakan oleh Telkomsel untuk seluruh pelanggannya (kartuHALO, simPATI, dan Kartu AS). Layanan ini didukung dengan teknologi HSDPA / 3G / EDGE /

GPRSTELKOMSEL yang dapat menghasilkan kecepatan download sampai dengan 7.2 Mbps.

Gambar 4.7

Cover Telkomsel Flash



f. Telkomsel Flash (T-Cash)

Telkomsel Cash (disebut juga T-Cash) adalah layanan keuangan digital dari Telkomsel berupa uang elektronik (e-money). Layanan yang dicakup oleh T-Cash di antaranya adalah pengiriman uang, isi pulsa, belanja daring (online), pembayaran tagihan, transaksi jual-beli, dan penarikan uang. Program pelayanan ini telah resmi diluncurkan pada tahun 2007.

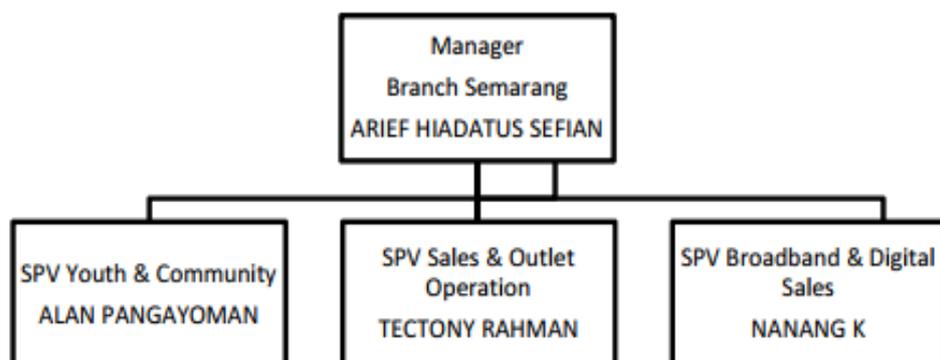
Gambar 4.8

Cover Telkomsel flash (T-Cash)



4. Struktur Organisasi Telkomsel

Dalam rangka melaksanakan tugas operasional perusahaan adanya struktur organisasi diperlukan. Struktur organisasi merupakan kerangka dan susunan perwujudan pola hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, dan orang-orang yang mewujudkan pembagian delegasi tugas, kedudukan, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu perusahaan. Bagan organisasi pada PT. TELKOM INDONESIA, Tbk:



a. *Branch Manager*

Branch Manager memiliki posisi vital, yaitu sebagai pimpinan Telkomsel Branch Semarang dimana wilayah otoritasnya mencakup Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Salatiga, Kudus, Demak, Jepara, Pati, Rembang, dan Kendal. *Branch Manager* bertanggung jawab kepada pimpinan yang berada posisi manajerial di atasnya atau pimpinan regional yang lebih luas (CEO Telkomsel Jateng-DIY).

Branch Manager akan memberikan perintah dan arahan kepada tiap divisi dalam mencapai target. Perintah dan arahan yang diberikan berdasarkan perencanaan strategi pemasaran atas hasil *report* dari *sales*, *competitor movement*, dan perkembangan pasar. BM juga memantau perkembangan strategi pemasaran yang telah direncanakan dan dilaksanakan. Setiap kendala yang dihadapi akan dievaluasi dan dicari solusinya bersama-sama.

Selain itu, Branch Manager juga memimpin GraPARI Semarang dan mengelola agar bisa memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen. GraPARI sendiri berfungsi sebagai outlet resmi Telkomsel dimana konsumen bisa mendapatkan produk Telkomsel maupun produk bundling.

b. *Sales and Outlet Operation*

Sales dan Outlet Operation (selanjutnya disingkat SOO) adalah divisi sales yang bertanggung jawab terhadap penjualan dan

pendistribusian produk – produk Telkomsel sehingga memiliki peran besar terhadap target pendapatan perusahaan. SOO bertanggung jawab langsung kepada Branch Manager.

Tugas utama SOO adalah menjual dan mendistribusikan kartu perdana ke outlet-outlet dan general market. Outlet adalah toko – toko yang secara khusus berjualan produk-produk kebutuhan ponsel seperti *headset*, aksesoris, case handphone, kartu perdana dan isi ulang pulsa. General market yang dimaksud adalah toko dan warung tradisional yang berjualan berbagai jenis barang sehingga bisa diajak bekerjasama untuk memperoleh keuntungan.

Dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor, SOO juga bertugas memantau dan mengantisipasi pesaing di outlet dan general market. SOO juga melakukan *survey* dan *research* market, ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pasar dan trend minat pelanggan, sehingga nanyinya dat yang diperoleh dapat dijadikan dasar perencanaan strategi penjualan dalam memperluas *market share*, serta untuk mengenali potensi *market* yang dituju untuk memperluas pendistribusian dan meningkatkan penjualan.

c. *Broadband and Digital Sales*

Broadband & Digital Sales (BDS) merupakan divisi yang bertanggung jawab d bidang penjualan produk. BDS memiliki produk yang berbentuk digital seperti layanan data broadband Telkomsel Flash, Nada sambung Pribadi (NSP), T-Cash dan lain-lain. Salah satu

tugas utama BDS adalah menjual dan mendistribusikan layanan broadband dan product digital ke para pelanggan. Penjualan ini terjadi apabila Pelanggan Telkomsel menggunakan layanan digital yang bisa diakses langsung dari handset atau membeli paket data yang tersedia di outlet maupun toko Mkios.

d. Youth and Comun

Youth & Community adalah 1 dari 3 sub-departement sales yang ada di Branch seluruh wilayah Indonesia. Berbeda dengan SOO dan BDS yang fokus kepada penjualan, Y&C memiliki fungsi sebagai *public relation* (humas) Telkomsel Branch Semarang, tentunya tanpa meninggalkan fungsi utama sebagai tim sales Branch Semarang.

Fokus Sub Departement *Youth and Community* sendiri adalah menjalin hubungan baik dengan Sekolah, Kampus, Komunitas, dan yang terakhir adalah Kantor atau Pabrik. Untuk mengenalkan produk luar biasa dari Telkomsel yang tidak dapat dibeli secara bebas. Produk ini bernama Kartu Komunitas yang memiliki fitur sms dan telepon gratis ke sesama komunitas.

B. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri pada tahun 2013 bertepatan dengan alih statusnya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Hingga tahun 2018 ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) mempunyai 6 jurusan atau prodi, yaitu:

- 1) Perbankan Syariah (PS)
- 2) Ekonomi Syariah (ES)
- 3) Akuntansi Syariah (AKS)
- 4) Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA)
- 5) Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
- 6) Manajemen Keuangan Syariah (MKS)

2. Visi dan misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1) Visi

Terwujudnya fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis ekonomi kreatif pada tahun 2019.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik.
- b) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab problem ekonomi masyarakat.

- c) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- d) Menggali, mengembangkan dan menerapkan aspek-aspek ekonomi kreatif masyarakat.
- e) Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara profesional dan bermutu.
- f) Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional maupun internasional yang mengarah pada penguatas sumber.

3. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- a. Menghasilkan sarjana ekonomu dan bisnis Islam yang jujur, adil, berjiwa enterpreneurship yang mampu menganaliis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- b. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi masyarakat.
- c. Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan dan pemberdayaan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat.
- d. Menggali potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang dapat membuka pangsa pasar.

- e. Menyelenggarakan tata kelola lembaga yang terkordinasi melalui struktur organisasi yang jelas dan hirarkis yang masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya serta bertanggungjawab.
- f. Mengembangkan kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah atau swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional maupun internasional melalui program magang, praktik pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/ kuliah tamu, dan rekrutmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.

4. Struktur Organisasi dan Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- a. Dekan
- b. Wakil dekan bidang akademik
- c. Wakil dekan bidang administrasi umum dan perencanaan dan keuangan
- d. Wakil dekan bidang kemahasiswaan dan alumni
- e. Ketua jurusan perbankan syariah
- f. Ketua jurusan ekonomi syariah
- g. Ketua jurusan akuntansi syariah
- h. Ketua jurusan manajemen zakat dan wakaf
- i. Ketua jurusan manajemen bisnis syariah

- j. Ketua jurusan manajemen keuangan syariah
- k. Sekretaris jurusan perbankan syariah
- l. Sekretaris jurusan ekonomi syariah
- m. Sekretaris jurusan akuntansi syariah
- n. Sekretaris jurusan manajemen zakat dan wakaf
- o. Sekretaris jurusan manajemen bisnis syariah
- p. Sekretaris jurusan manajemen keuangan syariah
- q. Kepala laboratorium
- r. Kepala bagian tata usaha
- s. Kepala sub bagian akademik dan kemahasiswaan dan alumni
- t. Kepala sub bagian administrasi umum dan keuangan

Tabel 4.1

Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jabatan	Nama
Dekan	Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag
Wakil dekan bidang akademik	Dr. H. Mashudi, M.Pd. I
Wakil dekan bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan	Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM
Wakil dekan bidang kemahasiswaan dan alumni	Dr, Sutopo, M.Pd
Ketua jurusan perbankan syariah	Muhammad Aqim Adlan S.Ag., S.Pd., M.E.I
Ketua jurusan ekonomi syariah	Muhammad Aswad, S.Ag., MA
Ketua jurusan akuntansi syariah	Dr. Qomarul Huda, M.Ag
Ketua jurusan manajemen bisnis syariah	Nur Aziz Muslim, M.H.I
Ketua jurusan manajemen keuangan syariah	Hj. Amalia Nuril Hidayati
Ketua jurusan manajemen zakat dan wakaf	Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A

Sekretaris jurusan perbankan syariah	Refki Rusyadi
Sekretaris jurusan ekonomi syariah	Suminto, M.Pd.I
Sekretaris jurusan akuntansi syariah	Dedi Suselo, MM
Sekretaris jurusan manajemen bisnis syariah	Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I
Sekretaris jurusan manajemen keuangan syariah	Moh. Rois Abin
Sekretaris jurusan manajemen zakat dan wakaf	Ahmad Budiman
Kasubbag administrasi dan keuangan	Apriliyah, S.Kom
Kasubbag akademik kemahasiswaan dan alumni	Drs. H. Miftahul Huda
Kepala laboratorium	Siswahyudianto, S.Pd.I, M.M
Laboran	Nurhadi Syaifudin Zuhri, S.E
Staf	Moch. Turmudi
Staf	Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski, S.E
Staf	Azizul Hanifah Hadi, S. Kom

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

C. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang menggunakan *smartphone* Xiaomi. Adapun jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 mahasiswa dengan teknik *purposive sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan *skala likert*.

1. Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, usia, uang saku perhari, jurusan dan semester.

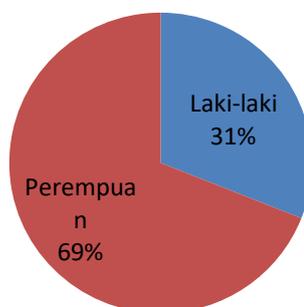
a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.9

Diagram Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin Responden



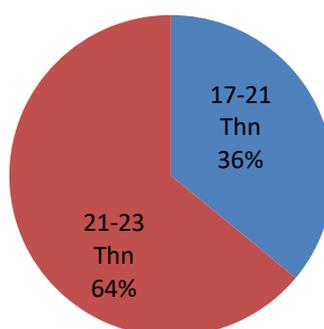
Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar diagram 4.9 dapat diketahui bahwa jenis kelamin 75 responden, yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 23 mahasiswa atau sebesar 31% dan yang responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 52 mahasiswa atau sebesar 69%. Hal ini menunjukkan bahwasanya pengguna operator seluler Telkomsel paling besar digunakan oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

b. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.10
Diagram Usia Responden
Usia Responden



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar diagram 4.10 dapat diketahui bahwa rentan usia dari 75 responden, tidak ada mahasiswa atau 0% responden yang berusia <17 Tahun, yang berusia 17 – 21 Tahun yaitu sebanyak 27 mahasiswa atau sebesar 36%, yang berusia 21 – 23 Tahun yaitu sebanyak 48 mahasiswa atau sebesar 64%, dan tidak ada mahasiswa atau 0% yang berusia >23 Tahun. Hal ini menunjukkan bahwasanya pengguna operator seluler Telkomsel paling besar digunakan oleh responden dengan rentan usia 17 – 21 Tahun.

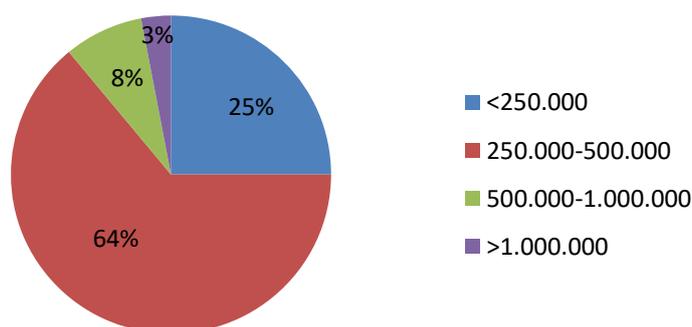
c. Uang Saku Responden

Dibagian ini akan dijelaskan data mengenai jumlah uang saku per bulan mahasiswa yang dijadikan responden. Adapun data tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 4.11

Diagram Uang Saku Responden

Uang Saku Responden



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar diagram 4.11 dapat diketahui bahwa jumlah uang saku setiap mahasiswa dari 75 responden, bahwa sebanyak 19 mahasiswa atau sebesar 25% mendapatkan uang saku kurang dari 250.000 perbulan. Selanjutnya sebanyak 48 mahasiswa atau sebesar 64% mendapatkan uang saku antara 250.000–500.000 perbulan. Kemudian sebanyak 6 mahasiswa atau sebesar 8% mendapatkan uang saku antara 500.000-1.000.000 perbulan dan 2 mahasiswa atau sebesar 3% mendapatkan uang saku lebih dari 1.000.000 perbulan. Berdasarkan interpretasi tersebut dapat

disimpulkan bahwa uang saku perbulan responden yang paling banyak adalah antara 250.000-500.000.

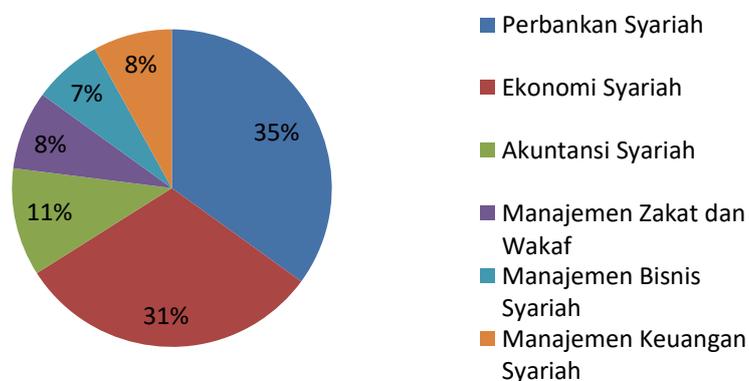
d. Jurusan/Prodi Responden

Adapun data mengenai jurusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dijadikan responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.12

Diagram Jurusan Responden

Jurusan Responden



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar diagram 4.12 dapat diketahui bahwa mahasiswa Perbankan Syariah yang menjadi responden sebanyak 26 mahasiswa atau sebesar 35%. Mahasiswa Ekonomi Syariah yang menjadi responden sebanyak 24 mahasiswa atau sebesar 31%. Mahasiswa Akuntansi Syariah yang menjadi responden sebanyak 8 mahasiswa atau sebanyak 11%. Mahasiswa Manajemen Zakat dan Wakaf yang menjadi responden sebanyak 6 mahasiswa atau 8%.

Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah yang menjadi responden sebanyak 5 mahasiswa atau sebesar 7%, dan mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah yang menjadi responden sebanyak 6 mahasiswa atau sebesar 8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden mahasiswa Perbankan Syariah adalah yang paling banyak menggunakan operator seluler Telkomsel yaitu sebanyak 26 mahasiswa atau sebesar 35%.

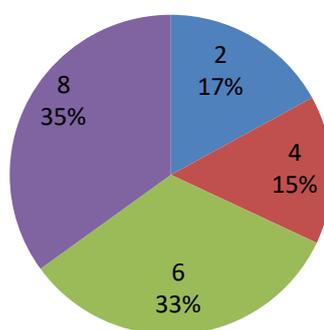
e. Semester Responden

Adapun data mengenai semester mahasiswa yang dijadikan responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.13

Diagram Semester Respondenn

Semester Responden



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar diagram 4.13 dapat diketahui bahwa mahasiswa yang dijadikan responden adalah 13 mahasiswa atau 17% responden adalah mahasiswa semester 2. Kemudian sebanyak 11

mahasiswa atau 15% adalah mahasiswa semester 4. Selanjutnya 25 mahasiswa atau 33% mahasiswa semester 6 dan untuk mahasiswa semester 8 sebanyak 26 mahasiswa atau 35% responden.

D. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari citra merek, kualitas pelayanan dan strategi harga produk sebagai variabel bebas, kemudian kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Data-data mengenai variabel-variabel tersebut didapat melalui angket yang telah disebarakan kepada responden melalui *Google Form*. Angket yang disebarakan kepada responden terdiri atas beberapa pernyataan dan diukur menggunakan skala likert.

1. Deskripsi Variabel X1 (citra merek)

- a. Sim card Telkomsel memiliki penampilan fisik yang menarik

Tabel 4.2

Deskripsi Variabel X1.1

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	32	42.7	42.7	44.0
	4	34	45.3	45.3	89.3
	5	8	10.7	10.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.3

Deskriptip Statistik X1.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	75	2	5	3.65	.688
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 45,3%, netral 42,7% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,65 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- b. Sim card Telkomsel merupakan alat komunikasi yang telah memenuhi kebutuhan saya

Tabel 4.4

Deskripsi Variabel X1.2

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	8.0	8.0	8.0
3	17	22.7	22.7	30.7
4	45	60.0	60.0	90.7
5	7	9.3	9.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.5

Deskriptif Statistik X1.2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.2	75	2	5	3.71	.749
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 60%, netral 22,7% dan tidak setuju 8%. Skor rata-rata jawaban responden 3,71 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- c. Sim card Telkomsel merupakan sim card yang mempunyai harga sesuai kualitas

Tabel 4.6

Deskripsi Variabel X1.3

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	6.7	6.7	6.7
3	22	29.3	29.3	36.0
4	40	53.3	53.3	89.3
5	8	10.7	10.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.7

Deskriptif Statistik X1.3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.3	75	2	5	3.68	.756
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 53,3%, netral 29,3% dan tidak setuju 6,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,68 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- d. Sim card Telkomsel memiliki fasilitas pendukung layanan internet yang cepat

Tabel 4.8

Deskripsi Variabel X1.4

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	13	17.3	17.3	17.3
4	41	54.7	54.7	72.0
5	21	28.0	28.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.9

Deskriptif Statistik X1.4

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.4	75	3	5	4.11	.669
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 28%, setuju 54,7%, netral 17,3%. Skor rata-rata jawaban responden 4,11 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- e. Sim card Telkomsel memiliki variasi layanan yang menarik

Tabel 4.10

Deskripsi Variabel X1.5

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.3	1.3	1.3
3	35	46.7	46.7	48.0
4	35	46.7	46.7	94.7
5	4	5.3	5.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.11

Deskriptif Statistik X1.5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.5	75	2	5	3.56	.620
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5,3%, setuju 46,7%, netral 46,7%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,56 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- f. Sim card Telkomsel memiliki variasi harga yang sesuai dengan layanan yang diberikan

Tabel 4.12

Deskripsi Variabel X1.6

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	4.0	4.0	4.0
3	24	32.0	32.0	36.0
4	43	57.3	57.3	93.3
5	5	6.7	6.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.13

Deskriptif Statistik X1.6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.6	75	2	5	3.67	.664
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 6,7%, setuju 57,3%, netral 32,0%, dan tidak setuju 4%. Skor rata-rata jawaban responden 3,67 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- g. Sim card Telkomsel memiliki nama yang unik yang membuat pelanggan memilihnya

Tabel 4.14

Deskripsi Variabel X1.7

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	6.7	6.7	6.7
3	42	56.0	56.0	62.7
4	24	32.0	32.0	94.7
5	4	5.3	5.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.15

Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.7	75	2	5	3.36	.690
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5,3%, setuju 32%, netral 56%, dan tidak setuju 6,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,36 (dibulatkan 3) cenderung netral

- h. Sim card Telkomsel memiliki nama yang mudah diucapkan.

Tabel 4.16

Deskripsi Variabel X1.8

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.3	1.3	1.3
3	18	24.0	24.0	25.3
4	47	62.7	62.7	88.0
5	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.17

Deskriptif Statistik X1.8

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.8	75	1	5	3.84	.679
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 62,7%, netral 24%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,84 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- i. Sim card Telkomsel merupakan sim card yang mudah diingat

Tabel 4.18

Deskripsi Variabel X1.9

X1.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.3	1.3	1.3
3	15	20.0	20.0	21.3
4	53	70.7	70.7	92.0
5	6	8.0	8.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.19

Deskriptif Statistik X1.9

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.9	75	2	5	3.85	.562
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 70,7%, netral 20%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,85 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- j. Sim card Telkomsel merupakan produk yang terkenal dan menjadi produk favorit bagi masyarakat Indonesia

Tabel 4.20

Deskripsi Variabel X1.10

X1.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	21	28.0	28.0	28.0
4	37	49.3	49.3	77.3
5	17	22.7	22.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.21

Deskriptif Statistik X1.10

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.10	75	3	5	3.95	.715
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 22,7%, setuju 49,3%, dan netral 28%. Skor rata-rata jawaban responden 3,95 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.22

Rangkuman Tabel Frekuensi

Citra Merek (X₁)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
X _{1.1}	7	34	32	1	0	75
X _{1.2}	7	45	17	6	0	75
X _{1.3}	8	40	22	5	0	75
X _{1.4}	21	41	13	0	0	75
X _{1.5}	4	35	35	1	0	75
X _{1.6}	5	43	24	3	0	75
X _{1.7}	4	24	42	5	0	75
X _{1.8}	9	47	18	1	0	75
X _{1.9}	6	53	15	1	0	75
X _{1.10}	17	37	21	0	0	75

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen

sangat setuju terdapat pada indikator $X_{1.4}$ sebesar 21 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator $X_{1.9}$ sebanyak 53 responden, pendapat netral terdapat pada indikator $X_{1.7}$ sebesar 42 responden, dan pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator $X_{1.2}$ yaitu 6 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator $X_{1.9}$ yaitu *sim card* Telkomsel merupakan *sim card* yang mudah diingat.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.23

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic

Citra Merek (X_1)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
$X_{1.1}$	75	2	5	3,65	,688
$X_{1.2}$	75	2	5	3,71	,749
$X_{1.3}$	75	2	5	3,68	,756
$X_{1.4}$	75	3	5	4,11	,669
$X_{1.5}$	75	2	5	3,56	,620
$X_{1.6}$	75	2	5	3,67	,664
$X_{1.7}$	75	2	5	3,36	,690
$X_{1.8}$	75	1	5	3,84	,679
$X_{1.9}$	75	2	5	3,85	,562
$X_{1.10}$	75	3	5	3,95	,715

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

2. Deskripsi Variabel X_2 (Kualitas Pelayanan)

- a. PT Telkom sudah meberikan layanan bagi pelanggan melalui

Customer Service GraPARI Telkomsel

Tabel 4.24**Deskripsi Statistik X2.1****X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	14	18.7	18.7	18.7
4	46	61.3	61.3	80.0
5	15	20.0	20.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.25**Deskriptif Statistik X2.1****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	75	3	5	4.01	.626
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 20%, setuju 61,3%, dan netral 18,7%. Skor rata-rata jawaban responden 4,01 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- b. *Customer Service* GraPARI Telkomsel selalu membantu keluhan setiap pelanggan

Tabel 4.26

Deskripsi Variabel X2.2

X2.2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	15	20.0	20.0	20.0
4	46	61.3	61.3	81.3
5	14	18.7	18.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.27

Deskriptif Statistik X2.2

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.2	75	3	5	3.99	.626
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 201

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 18,7%, setuju 61,3%, dan netral 20%. Skor rata-rata jawaban responden 3,99 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- c. *Customer Service* GraPARI Telkomsel memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir

Tabel 4.28**Deskripsi Variabel X2.3**

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	24	32.0	32.0	32.0
4	41	54.7	54.7	86.7
5	10	13.3	13.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.29**Deskriptif Statistik X2.3**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.3	75	3	5	3.81	.651
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13,3%, setuju 54,7%, dan netral 32%. Skor rata-rata jawaban responden 3,81 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- d. PT Telkom sudah memberikan layanan *Customer Service* online 24 jam

Tabel 4.30**Deskripsi Variabel X2.4**

		X2.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	26	34.7	34.7	36.0
	4	37	49.3	49.3	85.3
	5	11	14.7	14.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.31**Deskriptif Statistik X2.4**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.4	75	2	5	3.77	.709
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 14,7%, setuju 49,3%, netral 34,7%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,77 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- e. *Customer Service* GraPARI Telkomsel sudah memberikan informasi dengan jelas

Tabel 4.32
Deskripsi Variabel X2.5

		X2.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	1	1.3	1.3	2.7
	3	20	26.7	26.7	29.3
	4	46	61.3	61.3	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
Total		75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.33
Deskriptif Statistik X2.5

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.5	75	1	5	3.76	.694
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 61,3%, netral 26,7%, tidak setuju 1,3%, dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,76 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- f. *Customer Service* GraPARI Telkomsel sudah memberikan layanan dengan cepat

Tabel 4.34**Deskripsi Variabel X2.6**

		X2.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	23	30.7	30.7	32.0
	4	41	54.7	54.7	86.7
	5	10	13.3	13.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.35**Deskriptif Statistik X2.6**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.6	75	2	5	3.80	.678
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13,3%, setuju 54,7%, netral 30,7%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,80 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- g. *Customer Service* GraPARI Telkomsel memiliki kompetensi dalam bidang layanan telekomunikasi

Tabel 4.36**Deskripsi Variabel X2.7**

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.3	1.3	1.3
3	18	24.0	24.0	25.3
4	47	62.7	62.7	88.0
5	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.37**Deskriptif Statistik X2.7**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.7	75	2	5	3.85	.630
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 62,7%, netral 24%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,85 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- h. *Customer Service* GraPARI Telkomsel dapat dipercaya dalam memberikan layanan

Tabel 4.38**Deskripsi Variabel X2.8**

X2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	19	25.3	25.3	25.3
4	47	62.7	62.7	88.0
5	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.39**Deskriptif Statistik X2.8**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.8	75	3	5	3.87	.600
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 62,7%, dan netral 25,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,87 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- i. *Customer Service* GraPARI Telkomsel memperhatikan keluhan setiap pelanggan secara personal

Tabel 4.40**Deskripsi Variabel X2.9****X2.9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.3	1.3	1.3
3	19	25.3	25.3	26.7
4	47	62.7	62.7	89.3
5	8	10.7	10.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.41**Deskriptif Statistik X2.9****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.9	75	2	5	3.83	.623
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 62,7%, netral 25,3%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,83 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- j. *Customer Service* GraPARI Telkomsel memahami kebutuhan pelanggan

Tabel 4.42**Deskripsi Variabel X2.10**

		X2.10			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	22	29.3	29.3	30.7
	4	46	61.3	61.3	92.0
	5	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.43**Deskriptif Statistik X2.10**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.10	75	2	5	3.76	.612
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 61,3%, netral 29,3%, dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,76% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.44
Rangkuman Tabel Frekuensi
Kualitas Pelayanan (X₂)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
X _{2.1}	15	46	14	0	0	75
X _{2.2}	14	46	15	0	0	75
X _{2.3}	10	41	24	0	0	75
X _{2.4}	11	37	26	1	0	75
X _{2.5}	7	46	20	1	1	75
X _{2.6}	10	41	23	1	0	75
X _{2.7}	9	47	18	1	0	75
X _{2.8}	9	47	19	0	0	75
X _{2.9}	8	47	19	1	0	75
X _{2.10}	6	46	22	1	0	75

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator X_{2.1} sebesar 15 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X_{2.7}, X_{2.8} dan X_{2.9} sebanyak 47 responden, pendapat netral terdapat pada indikator X_{2.4} sebesar 26 responden, pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{2.4}, X_{2.5}, X_{2.6}, X_{2.7}, X_{2.9} dan X_{2.10} yaitu 1 responden dan pendapat sangat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{2.5} sebanyak 1 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{2.7}, X_{2.8} dan X_{2.9} yaitu mengenai *Customer Service* GraPARI Telkomsel memiliki kompetensi dalam bidang layanan telekomunikasi, *Customer Service* GraPARI Telkomsel dapat dipercaya dalam memberikan

layanan, dan *Customer Service* GraPARI Telkomsel memperhatikan keluhan setiap pelanggan secara personal.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.45

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic

Kualitas Pelayanan (X₂)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X _{2.1}	75	3	5	4,01	,626
X _{2.2}	75	3	5	3,99	,626
X _{2.3}	75	3	5	3,81	,651
X _{2.4}	75	2	5	3,77	,709
X _{2.5}	75	1	5	3,76	,694
X _{2.6}	75	2	5	3,80	,678
X _{2.7}	75	2	5	3,85	,630
X _{2.8}	75	3	5	3,87	,600
X _{2.9}	75	2	5	3,83	,623
X _{2.10}	75	2	5	3,76	,612

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

3. Deskripsi Variabel X3 (Strategi Harga)

- a. Harga yang ditetapkan PT Telkom dapat diterima dengan wajar oleh mahasiswa

Tabel 4.46

Deskripsi Variabel X3.1

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.3	1.3	1.3
2	11	14.7	14.7	16.0
3	24	32.0	32.0	48.0
4	33	44.0	44.0	92.0
5	6	8.0	8.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.47

Deskripsi Statistik X3.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	75	1	5	3.43	.888
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 44%, netral 32%, tidak setuju 14,7%, dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,43% (dibulatkan 3) cenderung netral.

- b. Harga produk terjangkau dari harga operator lain

Tabel 4.48

Deskripsi Variabel X3.2

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	4.0	4.0	4.0
2	17	22.7	22.7	26.7
3	26	34.7	34.7	61.3
4	25	33.3	33.3	94.7
5	4	5.3	5.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.49**Deskriptif Statistik X3.2****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.2	75	1	5	3.13	.963
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5.3%, setuju 33,3%, netral 34,7%, tidak setuju 22%, dan sangat tidak setuju 4,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,13% (dibulatkan 3) cenderung netral.

- c. Harga produk dapat dijangkau dikalangan mahasiswa

Tabel 4.50**Deskripsi Variabel X3.3**

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.7	2.7	2.7
2	9	12.0	12.0	14.7
3	26	34.7	34.7	49.3
4	35	46.7	46.7	96.0
5	3	4.0	4.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.51**Deskriptif Statistik X3.3****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.3	75	1	5	3.37	.851
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 4%, setuju 46,7%, netral 34,7%, tidak setuju 12%, dan sangat tidak setuju 2,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,37% (dibulatkan 3) cenderung netral.

- d. Harga produk tidak membohongi kualitas layanan yang diberikan

Tabel 4.52**Deskripsi Variabel X3.4**

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.7
3	13	17.3	17.3	20.0
4	51	68.0	68.0	88.0
5	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.53**Deskriptif Statistik X3.4****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.4	75	2	5	3.89	.628
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 68%, netral 17,3%, dan tidak setuju 2,7%,. Skor rata-rata jawaban responden 3,89% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- e. Harga produk bervariasi sesuai kualitas yang diberikan

Tabel 4.54**Deskripsi Variabel X3.5****X3.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	5.3	5.3	5.3
3	20	26.7	26.7	32.0
4	46	61.3	61.3	93.3
5	5	6.7	6.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.55

Deskriptif Statistik X3.5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.5	75	2	5	3.69	.677
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 6,7%, setuju 61,3%, netral 26,7%, dan tidak setuju 5,3%,. Skor rata-rata jawaban responden 3,69% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- f. Harga produk mampu bersaing dengan produk serupa

Tabel 4.56

Deskripsi Variabel X3.6

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	9.3	9.3	9.3
3	21	28.0	28.0	37.3
4	39	52.0	52.0	89.3
5	8	10.7	10.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.57

Deskriptif Statistik X3.6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.6	75	2	5	3.64	.799
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 52%, netral 28%, dan tidak setuju 9,3%,. Skor rata-rata jawaban responden 3,64% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- g. Harga produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan

Tabel 4.58

Deskripsi Variabel X3.7

X3.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	5.3	5.3	5.3
3	23	30.7	30.7	36.0
4	43	57.3	57.3	93.3
5	5	6.7	6.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.59

Deskriptif Statistik X3.7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.7	75	2	5	3.65	.688
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 6,7%, setuju 57,3%, netral 30,7%, dan tidak setuju 5,3%,. Skor rata-rata jawaban responden 3,65% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- h. Harga produk tertentu jauh lebih ekonomis

Tabel 4.60

Deskripsi Variabel X3.8

X3.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	9.3	9.3	9.3
3	23	30.7	30.7	40.0
4	37	49.3	49.3	89.3
5	8	10.7	10.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.61

Deskriptif Statistik X3.8

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.8	75	2	5	3.61	.804
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 49,3%, netral 30,7%, dan tidak setuju 9,3%,. Skor rata-rata jawaban responden 3,61% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- i. Harga produk yang ditetapkan sesuai dengan target pasar

Tabel 4.62

Deskripsi Variabel X3.9

X3.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	8.0	8.0	8.0
3	28	37.3	37.3	45.3
4	37	49.3	49.3	94.7
5	4	5.3	5.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.63

Deskriptif Statistik X3.9

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.9	75	2	5	3.52	.723
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5.3%, setuju 49,3%, netral 37,3%, tidak setuju 8%, dan sangat tidak setuju 4,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,52% (dibulatkan 4) cenderung netral.

- j. Potongan harga produk tertentu menarik bagi pelanggan

Tabel 4.64

Deskripsi Variabel X3.10

X3.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.7
3	31	41.3	41.3	44.0
4	35	46.7	46.7	90.7
5	7	9.3	9.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.65

Deskriptif Statistik X3.10

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.10	75	2	5	3.63	.693
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 46,7%, netral 41,3%, dan tidak setuju 2,7%,. Skor rata-rata jawaban responden 3,63% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden

Tabel 4.66

Rangkuman Tabel Frekuensi

Strategi Harga (X₃)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
X _{3.1}	6	33	24	11	1	75
X _{3.2}	4	25	26	17	3	75
X _{3.3}	3	35	26	9	2	75
X _{3.4}	9	51	13	2	0	75
X _{3.5}	5	46	20	4	0	75
X _{3.6}	8	39	20	7	0	75
X _{3.7}	5	43	23	4	0	75
X _{3.8}	8	37	23	7	0	75
X _{3.9}	4	37	28	6	0	75
X _{3.10}	7	35	31	2	0	75

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator X_{3.4} sebesar 9 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X_{3.4} sebanyak 51 responden, pendapat netral terdapat pada indikator X_{3.10} sebesar 31 responden, pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{3.2} yaitu 17 responden, dan pendapat sangat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{3.2} sebanyak 3 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{3.4} yaitu Harga produk tidak membohongi kualitas layanan yang diberikan.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.67

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic
Kualitas Produk (X₃)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X _{3.1}	75	1	5	3,43	,888
X _{3.2}	75	1	5	3,13	,963
X _{3.3}	75	1	5	3,37	,851
X _{3.4}	75	2	5	3,89	,628
X _{3.5}	75	2	5	3,69	,677
X _{3.6}	75	2	5	3,64	,799
X _{3.7}	75	2	5	3,65	,688
X _{3.8}	75	2	5	3,61	,804
X _{3.9}	75	2	5	3,52	,723
X _{3.10}	75	2	5	3,63	,693

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

4. Deskripsi variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

- a. Saya puas dengan pelayanan *Customer Service* GraPARI
Telkomsel yang selalu menerima keluhan pelanggan dengan baik

Tabel 4.68

Deskripsi Variabel Y1

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	29	38.7	38.7	38.7
4	34	45.3	45.3	84.0
5	12	16.0	16.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.69

Deskriptif Statistik Y1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	75	3	5	3.77	.709
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 16%, setuju 45,3%, dan netral 38,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,77% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- b. Saya puas dengan proses dan pelayanan yang diberikan Telkomsel

Tabel 4.70

Deskripsi Variabel Y2

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	28	37.3	37.3	37.3
4	37	49.3	49.3	86.7
5	10	13.3	13.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.71

Deskriptif Statistik Y2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y2	75	3	5	3.76	.675
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 201

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13,3%, setuju 49,3%, dan netral 37,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,76% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- c. Saya puas karena Telkomsel memenuhi kebutuhan saya akan komunikasi

Tabel 4.72

Deskripsi Variabel Y3

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	22	29.3	29.3	29.3
4	42	56.0	56.0	85.3
5	11	14.7	14.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.73

Deskriptif Statistik Y3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y3	75	3	5	3.85	.651
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 14,7%, setuju 56%, dan netral 29,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,85% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- d. Saya merasa aman dan nyaman menggunakan Telkomsel

Tabel 4.74

Deskripsi Variabel Y4

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	22	29.3	29.3	29.3
4	44	58.7	58.7	88.0
5	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.75

Deskriptif Statistik Y4

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y4	75	3	5	3.83	.623
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 58,7%, dan netral 29,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,83% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- e. Saya selalu membeli pulsa atau paket data secara terus menerus ketika membutuhkannya

Tabel 4.76

Deskripsi Variabel Y5

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	9.3	9.3	9.3
3	18	24.0	24.0	33.3
4	40	53.3	53.3	86.7
5	10	13.3	13.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.77

Deskriptif Statistik Y5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y5	75	2	5	3.71	.818
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13,3%, setuju 53,3%, netral 24,0%, dan tidak setuju 9,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,71% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- f. Saya tidak hanya menggunakan layanan telepon dan SMS tetapi juga menggunakan layanan lainnya yang ditawarkan (Internet)

Tabel 4.78

Deskripsi Variabel Y6

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	5.3	5.3	5.3
3	20	26.7	26.7	32.0
4	38	50.7	50.7	82.7
5	13	17.3	17.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.79

Deskriptif Statistik Y6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y6	75	2	5	3.80	.788
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 17,3%, setuju 50,7%, netral 26,7%, dan tidak setuju 5,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,80% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- g. Saya akan merekomendasikan sim card Telkomsel kepada keluarga saya

Tabel 4.80

Deskripsi Variabel Y7

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.7
3	26	34.7	34.7	37.3
4	37	49.3	49.3	86.7
5	10	13.3	13.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.81

Deskriptif Statistik Y7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y7	75	2	5	3.73	.723
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13,3%, setuju 49,3%, netral 34,7%, dan tidak setuju 2,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,73% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- h. Saya akan mekomendasikan sim card Telkomsel kepada teman saya

Tabel 4.82

Deskripsi Variabel Y8

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	4.0	4.0	4.0
3	27	36.0	36.0	40.0
4	38	50.7	50.7	90.7
5	7	9.3	9.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.83

Deskriptif Statistik Y8

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y8	75	2	5	3.65	.707
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 50,7%, netral 36%, dan tidak setuju 4%. Skor rata-rata jawaban responden 3,65% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- i. Saya akan menjadi pelanggan Telkomsel yang setia

Tabel 4.84

Deskripsi Variabel Y9

Y9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	9.3	9.3	9.3
3	29	38.7	38.7	48.0
4	30	40.0	40.0	88.0
5	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.85

Deskriptif Statistik Y9

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y9	75	2	5	3.55	.827
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 40%, netral 38,7%, dan tidak setuju 9,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,55% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- j. Saya akan menggunakan Telkomsel dan tidak akan terpengaruh oleh iklan produk lainnya yang sejenis dan harga yang ditawarkan produk lain

Tabel 4.86

Deskripsi Variabel Y10

Y10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	12.0	12.0	12.0
3	34	45.3	45.3	57.3
4	26	34.7	34.7	92.0
5	6	8.0	8.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.87

Deskriptif Statistik Y10

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y10	75	2	5	3.39	.804
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis:

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 34,7%, netral 45,3%, dan tidak setuju 12%. Skor rata-rata jawaban responden 3,39% (dibulatkan 3) cenderung netral.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.88

Rangkuman Tabel Frekuensi

Keputusan Pembelian (Y)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Y ₁	12	34	29	0	0	75
Y ₂	10	37	28	0	0	75
Y ₃	11	42	22	0	0	75
Y ₄	9	44	22	0	0	75
Y ₅	10	40	18	7	0	75
Y ₆	13	38	20	4	0	75
Y ₇	10	37	26	2	0	75
Y ₈	7	38	27	3	0	75
Y ₉	9	30	29	7	0	75
Y ₁₀	6	26	34	9	0	75

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen

sangat setuju terdapat pada indikator Y_6 sebesar 13 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator Y_4 sebanyak 44 responden, pendapat netral terdapat pada indikator Y_{10} sebesar 34 responden, pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator Y_{10} yaitu 9 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator Y_4 yaitu Saya akan menggunakan Telkomsel dan tidak akan terpengaruh oleh iklan produk lainnya yang sejenis dan harga yang ditawarkan produk lain.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.89

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic

Keputusan Pembelian (Y)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y_1	75	3	5	3,77	,709
Y_2	75	3	5	3,76	,675
Y_3	75	3	5	3,85	,651
Y_4	75	3	5	3,83	,623
Y_5	75	2	5	3,71	,818
Y_6	75	2	5	3,80	,788
Y_7	75	2	5	3,73	,732
Y_8	75	2	5	3,65	,707
Y_9	75	2	5	3,55	,827
Y_{10}	75	2	5	3,39	,804

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

E. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil uji validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 75 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,227 ($df = n-2 = 75-2 = 73$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi item pernyataan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada *Correct Item Total Pearson Correlation* lebih besar dari 0,227. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.90

Hasil Uji Validitas

Variabel	No.Item	<i>Pearson Correlation</i>	R_{Tabel} (N=75) Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Citra Merek (X ₁)	X _{1.1}	0,701	0,227	Valid
	X _{1.2}	0,603	0,227	Valid
	X _{1.3}	0,555	0,227	Valid
	X _{1.4}	0,508	0,227	Valid
	X _{1.5}	0,678	0,227	Valid
	X _{1.6}	0,748	0,227	Valid
	X _{1.7}	0,653	0,227	Valid
	X _{1.8}	0,639	0,227	Valid
	X _{1.9}	0,515	0,227	Valid
	X _{1.10}	0,652	0,227	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X _{2.1}	0,707	0,227	Valid
	X _{2.2}	0,831	0,227	Valid
	X _{2.3}	0,865	0,227	Valid
	X _{2.4}	0,757	0,227	Valid
	X _{2.5}	0,770	0,227	Valid

	X _{2.6}	0,768	0,227	Valid
	X _{2.7}	0,852	0,227	Valid
	X _{2.8}	0,836	0,227	Valid
	X _{2.9}	0,882	0,227	Valid
	X _{2.10}	0,866	0,227	Valid
Strategi Harga (X ₃)	X _{3.1}	0,790	0,227	Valid
	X _{3.2}	0,820	0,227	Valid
	X _{3.3}	0,853	0,227	Valid
	X _{3.4}	0,539	0,227	Valid
	X _{3.5}	0,775	0,227	Valid
	X _{3.6}	0,818	0,227	Valid
	X _{3.7}	0,800	0,227	Valid
	X _{3.8}	0,497	0,227	Valid
	X _{3.9}	0,853	0,227	Valid
	X _{3.10}	0,682	0,227	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y ₁	0,753	0,227	Valid
	Y ₂	0,793	0,227	Valid
	Y ₃	0,810	0,227	Valid
	Y ₄	0,843	0,227	Valid
	Y ₅	0,775	0,227	Valid
	Y ₆	0,839	0,227	Valid
	Y ₇	0,829	0,227	Valid
	Y ₈	0,781	0,227	Valid
	Y ₉	0,827	0,227	Valid
	Y ₁₀	0,781	0,227	Valid

Berdasarkan tabel 4.88 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan mulai variabel citra merek (X₁), kualitas pelayanan (X₂), strategi harga (X₃) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Kuesioner dianggap reliabel apabila hasil uji

statistik Alpha $\alpha > 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.91
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Citra Merek (X_1)	0,826	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,942	Reliabel
Strategi Harga (X_3)	0,909	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,937	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.89 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan pendekatan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Data dikatakan normal jika variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.92

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.04412885
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.088
	Positive	.064
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.76 dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,200 yang artinya Sig.(2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas. Hasil dari uji multikolinieritas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.93
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Citra Merek	.305	3.275
Kualitas Layanan	.342	2.927
Strategi Harga	.471	2.125

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.⁸⁰ Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sebagaimana pada tabel 4.91, dapat dilihat bahwa nilai untuk citra merek (X_1) sebesar 4,91, dapat dilihat bahwa nilai untuk citra merek (X_1) sebesar 3,275, kualitas pelayanan (X_2) sebesar 2,927 dan strategi harga (X_3) sebesar 2,125. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas, karena VIF untuk setiap variabel kurang dari atau tidak lebih besar dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini pengeju heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian

⁸⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*,79

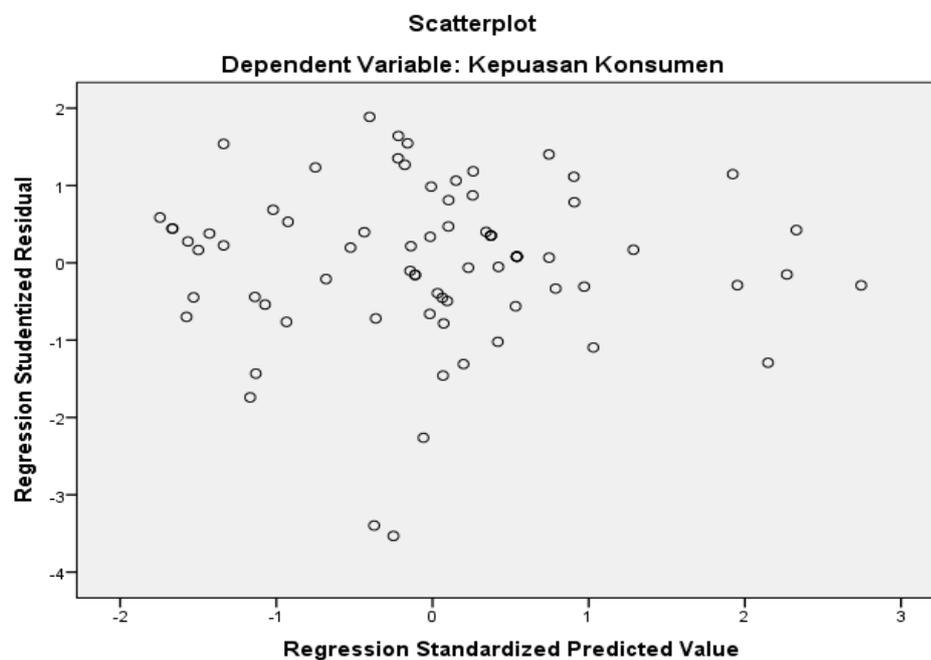
menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.14

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.9, dapat dilihat bahwa tidak ada pola tertentu dan titik-titik menyebar diatas dan juga di bawah angka 0. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji pengaruh antara variabel independen (strategi harga, promosi, kualitas produk) terhadap variabel independen (keputusan pembelian) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.94

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-4.601	3.203	
	Citra Merek	.417	.154	.302
	Kualitas Layanan	.502	.118	.447
	Strategi Harga	.190	.091	.187

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 4.93, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -4,601 + 0,417 (X_1) + 0,502 (X_2) + 0,190 (X_3)$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Konstan sebesar -4,601 menyatakan jika variabel citra merek, kualitas pelayanan, strategi harga dalam keadaan konstan (tetap) maka kepuasan pelanggan sebesar -4,601.
- 2) Koefisien regresi X_1 (citra merek) sebesar 0,417 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_1 (citra

merek) maka meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,417.

- 3) Koefisien regresi X_2 (kualitas pelayanan) sebesar 0,502 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_2 (kualitas pelayanan) maka meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,502.
- 4) Koefisien regresi X_3 (strategi harga) sebesar 0,190 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_3 (strategi harga) maka meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,190.

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel independen (strategi harga, promosi dan kualitas produk) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut adalah hasil uji t yang dilakukan dengan *software* pengolahan data SPSS 22.0

Tabel 4.95

Hasil Uji t

Coefficiens^a

Model		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		-1.437	.155
	Citra Merek	.302	2.713	.008
	Kualitas Layanan	.447	4.249	.000
	Strategi Harga	.187	2.083	.041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

a) Pengaruh citra merek (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel citra merek adalah 2,713 pada taraf

signifikansi 0,008. Sementara nilai t-tabel adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), $df = n-k = 75-4 = 71$). Nilai sig. $0,008 < 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Dalam penelitian ini $t\text{-hitung } 2,713 > t\text{-tabel } 1,993$ maka diterima H_0 dan tolak H_1 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

b) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 4,249 pada taraf signifikansi 0,000. Sementara nilai t-tabel

adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05. Nilai sig. 0,000 < 0,05 yang berarti tidak signifikan. Dalam penelitian ini $t\text{-hitung } 4,249 > t\text{-tabel } 1,993$ maka diterima H_0 dan tolak H_1 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

c) Pengaruh strategi harga (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara strategi harga terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara strategi harga terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai $t\text{-hitung}$ untuk variabel strategi harga adalah 2,083 pada taraf signifikansi 0,041. Sementara nilai $t\text{-tabel}$ adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05. Nilai sig. 0,041 < 0,05 yang berarti signifikan. Dalam penelitian ini $t\text{-hitung}$

2,083 > t-tabel 1,993 maka tolak H_0 dan terima H_1 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara strategi harga terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Secara simultan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.96

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1871.143	3	623.714	64.578	.000 ^b
	Residual	685.737	71	9.658		
	Total	2556.880	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Strategi Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara citra merek, kualitas pelayanan dan strategi harga terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara citra merek, kualitas pelayanan, dan strategi harga terhadap kepuasan konsumen produk Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Kriteria pengambilan:

H_0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Dari uji F didapat nilai F_{hitung} sebesar 64,578 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$). Sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,73 (dari perhitungan $dfl = k$ (jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3) dan $df2 = n-k = 75-3-1 = 71$ (berarti baris ke 71)). Ini berarti F_{hitung} sebesar $64,578 > F_{tabel}$ 2,73.

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan diterima H_1 . Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan strategi harga

produk Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjust R Square* dari data tabel *Model Summary*.

Tabel 4.97

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.732	.720	3.108

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.96 diketahui nilai *Adjust R Square* sebesar 0,720 artinya 72 % variabel dependen (kepuasan pelanggan) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari citra merek, kualitas pelayanan, dan strategi harga. Sedangkan sisanya sebesar 28 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.