

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. PT Telkom Indonesia

Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Dengan statusnya sebagai Perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di BEI, NYSE, LSE dan Public Offering Without Listing (“POWL”) di Jepang.¹

Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut;²

a. Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya.

¹ https://PT.%20Telkom%20indonesia_%20Profil.html diakses pada tanggal 27 Oktober 2019 pukul 22.00

² <https://visimisi95.blogspot.com/2018/05/visi-misi-telkomsel.html> diakses pada tanggal 02 Agustus 2019 pukul 20.00

b. Misi

Memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

2. Kartu Telkomsel

Telkomsel merupakan salah satu operator telekomunikasi seluler GSM di Indonesia yang pernah meluncurkan layanan paskabayar pertamanya sekitar tanggal 26 Mei 1995. Sepanjang sejarah Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu Simpati (prabayar), KartuAS (prabayar) dan 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, sedangkan SingTel merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Singapura.

B. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) 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 Waqaf (ZAHWA)
- 5) Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
- 6) Manajemen Keuangan Syariah (MKS)

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. Menggali, mengembangkan dan menerapkan aspek-aspek ekonomi kreatif masyarakat.

Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara profesional dan bermutu.

- d) Menjalinkan kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional maupun internasional yang mengarah pada penguatan sumber.

C. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa semester 5 jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Tulungagung pengguna paket Internet Telkomsel. Adapun jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 mahasiswa dengan teknik purposive sampling. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan skala likert.

D. Karakteristik Responden

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, dan usia.

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data Mengenai jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1.	Laki-Laki	34	39,53%
2.	Perempuan	52	60,47%
	Jumlah	86	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui jenis kelamin responden adalah sebanyak 86 mahasiswa yang terdiri dari 34 responden laki-laki, dan 52 responden perempuan.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Prosentase
1	< 17 Tahun	0	
2	17-20 Tahun	52	60,47%
3	21-23 Tahun	24	27,9%
4	>23 Tahun	10	11,63%
	Jumlah	86	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

E. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari factor Harga, Citra merek, Gaya Hidup, Kualitas produk, variabel bebas, kemudian faktor keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Data mengenai variable variabel tersebut didapat melalui angket yang telah disebarakan kepada mahasiswa semester lima jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Tulungagung sebagai responden. Angket

yang disebarkan kepada responden dan diukur menggunakan skala likert.

Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dalam tabel berikut:

1. Deskripsi Variabel Harga (X_1)

- a. Harga paket internet Telkomsel yang ditawarkan tergolong murah

Tabel 4.3
Pernyataan (X1.1): Harga paket internet Telkomsel yang ditawarkan tergolong murah

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	43	50%	215
2	Setuju	4	39	45,3%	156
3	Netral	3	4	4,7%	12
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	383
Rata-rata skor					4,45

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 49 (45,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 4 (4,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika harga paket internet Telkomsel yang ditawarkan tergolong murah.

- b. Harga paket internet telkomsel sangat bervariasi

Table 4.4
Pernyataan (X1.2): Harga paket internet telkomsel sangat bervariasi

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	34	39,5%	170
2	Setuju	4	51	59,3%	204
3	Netral	3	1	1,2%	3
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	377
Rata-rata skor					4,38

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 51 (59,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 1 (1,2%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Harga paket internet telkomsel sangat bervariasi.

- c. Harga paket internet Telkomsel sesuai dengan kualitas produk yang diberikan

Table 4.5
Pernyataan (X1.3): Harga paket internet Telkomsel sesuai dengan kualitas produk yang diberikan

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	52	60,5%	260
2	Setuju	4	32	37,2%	128
3	Netral	3	2	2,3%	6
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	394
Rata-rata skor					4,58

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 52 (60,5%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 2 (2,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Harga paket internet Telkomsel sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

- d. Harga paket internet Telkomsel selalu naik tapi di imbangi dengan kualitas produk yang selalu meningkat

Table 4.6
Pernyataan (X1.4): Harga paket internet Telkomsel selalu naik tapi di imbangi dengan kualitas produk yang selalu meningkat

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	36	41,9%	180
2	Setuju	4	40	46,5%	160
3	Netral	3	10	11,6%	30
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	370
Rata-rata skor					4,30

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 40 (46,5%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 10 (11,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Harga paket internet Telkomsel selalu naik tapi di imbangi dengan kualitas produk yang selalu meningkat.

- e. Perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpinda ke operator lain

Tabel 4.7
Pernyataan (X1.5): Perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpinda ke operator lain

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	28	32,6%	140
2	Setuju	4	49	57%	196
3	Netral	3	9	10,5%	27
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	363
Rata-rata skor					4,22

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 49 (57%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 9 (10,5%). Maka dapat

simpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpinda ke operator lain.

- f. Harga paket internet Telkomsel bersaing dengan operator lainnya

Tabel 4.8
Pernyataan (X1.6): Harga paket internet Telkomsel bersaing dengan operator lainnya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	31	36%	155
2	Setuju	4	42	48,8%	168
3	Netral	3	13	15,1%	39
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	362
Rata-rata skor					4,20

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 42 (48,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 13 (15,1%). Maka dapat simpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Harga paket internet Telkomsel bersaing dengan operator lainnya.

Table 4.9
Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Harga (X1)

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Harga paket internet Telkomsel yang ditawarkan tergolong murah (X1.1)	383	4,45
Harga paket internet telkomsel sangat bervariasi (X1.2)	377	4,38
Harga paket internet Telkomsel sesuai dengan kualitas produk yang diberikan (X1.3)	394	4,58
Harga paket internet Telkomsel selalu naik tapi di imbangi dengan kualitas produk yang selalu meningkat (X1.4)	370	4,30
Perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpinda ke operator lain (X1.5)	363	4,22
Harga paket internet Telkomsel bersaing dengan operator lainnya (X1.6)	362	4,20
Jumlah Nilai Skor	2249	26,13
Rata-Rata Total Skor	374,83	4,35

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 mengenai tanggapan responden tentang harga maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan harga paket internet harga paket internet Telkomsel sesuai dengan kualitas produk yang diberikan (X1.3) dengan total skor 394 atau dengan rata-rata skor 4,58. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Harga paket internet Telkomsel bersaing dengan operator lainnya (X1.6) dengan total skor 362 atau dengan rata-rata 4,20. Artinya para responden setuju dengan kesesuaian harga dengan kualitas produk.

2. Deskripsi Variabel Citra Merek (X₂)

- a. Menurut saya, kartu Telkomsel sudah dikenal banyak orang

Tabel 4.10
Pernyataan (X2.1): Menurut saya, kartu Telkomsel sudah dikenal banyak orang

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	27	31,4%	135
2	Setuju	4	51	59,3%	204
3	Netral	3	8	9,3%	24
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	363
Rata-rata skor					4,22

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 51 (59,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 8 (9,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika kartu Telkomsel sudah dikenal banyak orang.

- b. Menurut saya, kartu telkomsel memiliki logo yang unik dan khas

Tabel 4.11
Pernyataan (X2.2): Menurut saya, kartu telkomsel memiliki logo yang unik dan khas

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	27	31,4%	135
2	Setuju	4	42	48,8%	168
3	Netral	3	17	19,8%	51
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	354
Rata-rata skor					4,11

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 42 (48,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 17 (19,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika kartu Telkomsel memiliki logo yang unik dan khas.

- c. Menurut saya, kartu Telkomsel mudah diingat konsumen

Tabel 4.12
Pernyataan (X2.3): Menurut saya, kartu Telkomsel mudah diingat konsumen

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	30	34,9%	150
2	Setuju	4	50	58,1%	200
3	Netral	3	6	7%	42
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	392
Rata-rata skor					4,55

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 50 (58,1%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 6 (7%). Maka dapat

simpulkan bahwa responden cenderung setuju jika kartu Telkomsel mudah diingat konsumen.

d. Menurut saya, kartu Telkomsel mengikuti perkembangan zaman

Tabel 4.13
Pernyataan (X2.4): Menurut saya, kartu Telkomsel mengikuti perkembangan zaman

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	30	34,9%	150
2	Setuju	4	39	45,3%	156
3	Netral	3	17	19,8%	51
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	357
Rata-rata skor					4,15

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 39 (45,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 17 (19,8%). Maka dapat simpulkan bahwa responden cenderung setuju jika kartu Telkomsel mengikuti perkembangan zaman.

e. Menurut saya, kartu Telkomsel meningkatkan percaya diri penggunanya

Tabel 4.14
Pernyataan (X2.5): Menurut saya, kartu Telkomsel meningkatkan percaya diri penggunanya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	26	30,2%	130
2	Setuju	4	44	51,2%	176
3	Netral	3	16	18,6%	48
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	354
Rata-rata skor					4,11

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 44 (51,2%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 16 (18,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika kartu Telkomsel meningkatkan percaya diri penggunanya.

- f. Menurut saya, kartu Telkomsel memiliki kesan berkelas bagi pengguna

Tabel 4.15
Pernyataan (X2.6): Menurut saya, kartu Telkomsel memiliki kesan berkelas bagi pengguna

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	34	39,5%	130
2	Setuju	4	45	52,3%	180
3	Netral	3	7	8,1%	21
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	331
Rata-rata skor					3,84

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 45 (52,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 7 (8,1%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika kartu Telkomsel memiliki kesan berkelas bagi pengguna.

Tabel 4.16
Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Citra Merek (X2)

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Menurut saya, kartu Telkomsel sudah dikenal banyak orang (X2.1)	363	4,22
Menurut saya, kartu Telkomsel memiliki logo yang unik dan khas (X2.2)	354	4,11
Menurut saya, kartu Telkomsel mudah diingat konsumen (X2.3)	392	4,55
Menurut saya, kartu Telkomsel mengikuti perkembangan zaman (X2.4)	357	4,15
Menurut saya, kartu Telkomsel meningkatkan percaya diri pengguna (X2.5)	354	4,11
Menurut saya, kartu Telkomsel memiliki kesan berkelas bagi pengguna (X2.6)	331	3,84
Jumlah Nilai Skor	2151	24,98
Rata-Rata Total Skor	358,5	4,16

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.16 mengenai tanggapan responden tentang citra merek maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan kartu Telkomsel mudah diingat konsumen (X2.3) dengan total skor 392 atau dengan rata-rata skor 4,55. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan kartu Telkomsel memiliki kesan berkelas bagi pengguna (X2.6) dengan total skor 331 atau dengan rata-rata 3,84. Artinya para responden setuju dengan citra yang dimiliki oleh produk tersebut.

3. Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X₃)

- a. Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sosial media saya.

Tabel 4.17
Pernyataan (X3.1): Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sosial media saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	34	39,5%	170
2	Setuju	4	45	52,3%	180
3	Netral	3	7	8,1%	21
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	371
Rata-rata skor					4,31

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 45 (52,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 7 (8,1%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sosial media saya.

- b. Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sehari-hari saya.

Tabel 4.18
Pernyataan (X3.2): Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sehari-hari saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	32	37,2%	160
2	Setuju	4	46	53,5%	184
3	Netral	3	8	9,3%	24
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	368
Rata-rata skor					4,27

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 46 (53,5%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 8 (9,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sehari-hari saya.

- c. Saya menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kebutuhan saya.

Tabel 4.19
Pernyataan (X3.3): Saya menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kebutuhan saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	33	38,4%	165
2	Setuju	4	43	50%	172
3	Netral	3	10	11,6%	30
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	367
Rata-rata skor					4,26

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.19 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 43 (50%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 10 (11,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kebutuhan saya.

- d. Saya menggunakan telkomsel karena sinyalnya sudah stabil di semua wilayah.

Tabel 4.20
Pernyataan (X3.4): Saya menggunakan telkomsel karena sinyalnya sudah stabil di semua wilayah

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	35	40,7%	175
2	Setuju	4	39	45,3%	156
3	Netral	3	12	14%	36
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	367
Rata-rata skor					4,26

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.20 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 39 (45,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 12 (14%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika menggunakan telkomsel karena sinyalnya sudah stabil di semua wilayah.

- e. Menurut pendapat saya menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kemampuan sosial saya.

Tabel 4.21
Pernyataan (X3.5): Menurut pendapat saya menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kemampuan sosial saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	31	36%	155
2	Setuju	4	50	58,1%	200
3	Netral	3	5	5,8%	15
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	370
Rata-rata skor					4,30

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.21 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 50 (58,1%), sedangkan

yang memilih nilai terendah netral sebanyak 5 (5,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kemampuan sosial saya.

- f. Menurut pendapat saya menggunakan paket internet Telkomsel meningkatkan status sosial saya

Tabel 4.22
Pertanyaan (X3.6): Menurut pendapat saya menggunakan paket internet Telkomsel meningkatkan status sosial saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	33	38,4%	165
2	Setuju	4	48	55,8%	192
3	Netral	3	5	5,8%	15
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	372
Rata-rata skor					4,32

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.22 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 48 (55,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 5 (5,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika menggunakan paket internet Telkomsel meningkatkan status sosial saya.

Table 4.23
Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Gaya Hidup (X3)

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sosial media saya (X3.1)	371	4,31
Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sehari-hari saya (X3.2)	368	4,27
Saya menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kebutuhan saya (X3.3)	367	4,26
Saya menggunakan telkomsel karena sinyanya sudah stabil di semua wilayah (X3.4)	367	4,26
Menurut pendapat saya menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kemampuan sosial saya (X3.5)	370	4,30
Menurut pendapat saya menggunakan paket internet Telkomsel meningkatkan status sosial saya (X3.6)	372	4,32
Jumlah Nilai Skor	2215	25,72
Rata-Rata Total Skor	369,16	4,28

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.23 mengenai tanggapan responden tentang gaya hidup maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan Menggunakan kartu Telkomsel sesuai dengan kegiatan sosial media saya (X3.1) dengan total skor 371 atau dengan rata-rata skor 4,31. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Saya menggunakan paket internet Telkomsel sesuai dengan kebutuhan saya (X3.3) dan Saya menggunakan telkomsel karena sinyanya sudah stabil di semua wilayah (X3.4) dengan total skor 367 atau dengan rata-rata 4,26. Artinya para responden setuju dengan aktivitas sehari-hari.

4. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X₄)

- a. Menurut pendapat saya kecepatan paket internet Telkomsel bagus.

Tabel 4.24
Pernyataan (X4.1): Menurut pendapat saya kecepatan paket internet Telkomsel bagus

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	36	41,9%	180
2	Setuju	4	40	46,5%	160
3	Netral	3	10	11,6%	30
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	370
Rata-rata skor					4,30

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.24 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 40 (46,5%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 10 (11,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Menurut pendapat saya kecepatan paket internet Telkomsel bagus.

- b. Paket internet telkomsel mempunyai ketertarikan sendiri bagi konsumen.

Tabel 4.25
Pernyataan (X4.2): Paket internet telkomsel mempunyai ketertarikan sendiri bagi konsumen

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	23	26%	115
2	Setuju	4	48	55,8%	192
3	Netral	3	15	17,4%	45
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	352
Rata-rata skor					4,0

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.25 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 48 (55,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 15 (17,4%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Paket internet telkomsel mempunyai ketertarikan sendiri bagi konsumen.

- c. Paket internet Telkomsel sesuai dengan yang di harapkan konsumen.

Tabel 4.26
Pernyataan (X4.3): Paket internet Telkomsel sesuai dengan yang di harapkan konsumen

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	23	26,7%	115
2	Setuju	4	33	38,4%	132
3	Netral	3	30	34,9%	90
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	337
Rata-rata skor					3,91

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.26 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 33 (38,4%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 15 (34,9%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Paket internet Telkomsel sesuai dengan yang di harapkan konsumen.

d. Koneksi internet yang di berikan sangat setabil.

Tabel 4.27
Pernyataan (X4.4): Koneksi internet yang di berikan sangat setabil

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	32	37,2%	160
2	Setuju	4	49	57%	196
3	Netral	3	5	5,8%	15
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	371
Rata-rata skor					4,31

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.27 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 49 (57%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 5 (5,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Koneksi internet yang di berikan sangat setabil.

e. Masa aktif internet yang sesuai dengan tingkat penggunaan konsumen

Tabel 4.28
Pernyataan (X4.5): Masa aktif internet yang sesuai dengan tingkat penggunaan konsumen

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	34	39,5%	170
2	Setuju	4	50	58,1%	200
3	Netral	3	2	2,3%	6
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	376
Rata-rata skor					4,37

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.28 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 50 (58,1%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 2 (2,3%). Maka dapat

simpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Masa aktif internet yang sesuai dengan tingkat penggunaan konsumen.

- f. Kemudahan dalam pembelian paket internet di manapun dan kapanpun

Tabel 4.29
Pernyataan (X4.6): Kemudahan dalam pembelian paket internet di manapun dan kapanpun

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	33	33,4%	165
2	Setuju	4	49	57%	196
3	Netral	3	4	4,7%	12
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	373
Rata-rata skor					4,33

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.29 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 49 (57%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 4 (4,7%). Maka dapat simpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Kemudahan dalam pembelian paket internet di manapun dan kapanpun.

Tabel 4.30**Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Kualitas Produk (X4)**

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Menurut pendapat saya kecepatan paket internet Telkomsel bagus (X4.1)	370	4,30
Paket internet telkomsel mempunyai ketertarikan sendiri bagi konsumen (X4.2)	352	4,0
Paket internet Telkomsel sesuai dengan yang di harapkan konsumen (X4.3)	337	3,91
Koneksi internet yang di berikan sangat stabil (X4.4)	371	4,31
Masa aktif internet yang sesuai dengan tingkat penggunaan konsumen (X4.5)	376	4,37
Kemudahan dalam pembelian paket internet di manapun dan kapanpun (X4.6)	373	4,33
Jumlah Nilai Skor	2179	25,22
Rata-Rata Total Skor	363	4,20

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.30 mengenai tanggapan responden tentang kualitas produk maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan Masa aktif internet yang sesuai dengan tingkat penggunaan konsumen (X4.5) dengan total skor 376 atau dengan rata-rata skor 4,33. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Paket internet telkomsel mempunyai ketertarikan sendiri bagi konsumen (X4.2) dengan total skor 352 atau dengan rata-rata 4,0. Artinya para responden setuju dengan kualitas dan ketahanan suatu produk.

5. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

- a. Kartu Telkomsel menyediakan kebutuhan internet yang saya butuhkan

Table 4.31
Pernyataan (Y.1): Kartu Telkomsel menyediakan kebutuhan internet yang saya butuhkan

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	38	44,2%	190
2	Setuju	4	42	48,8%	168
3	Netral	3	6	7%	18
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	376
Rata-rata skor					4,37

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.31 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 42 (48,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 6 (7%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Kartu Telkomsel menyediakan kebutuhan internet yang saya butuhkan.

- b. Saya membeli paket telkomsel karna direkomendasikan oleh teman

Tabel 4.32
Pernyataa (Y.2): Saya membeli paket telkomsel karna direkomendasikan oleh teman

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	44	51,2%	220
2	Setuju	4	42	48,8%	168
3	Netral	3	0	0	0
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	388
Rata-rata skor					4,51

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.32 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 44 (51,2%),

sedangkan yang memilih nilai terendah setuju sebanyak 42 (48,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika membeli paket telkomsel karna direkomendasikan oleh teman.

- c. Setelah melakukan evaluasi saya memutuskan membeli kartu Telkomsel

Tabel 4.33
Pernyataan (Y.3): Setelah melakukan evaluasi saya memutuskan membeli kartu Telkomsel

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	42	48,8%	210
2	Setuju	4	39	45,3%	156
3	Netral	3	5	5,8%	15
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	381
Rata-rata skor					4,43

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.33 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 42 (48,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 5 (5,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika Setelah melakukan evaluasi saya memutuskan membeli kartu Telkomsel.

- d. Saya terdorong untuk menggunakan paket Telkomsel.

Tabel 4.34
Pernyataan (Y.4): Saya terdorong untuk menggunakan paket Telkomsel

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	38	44,2%	190
2	Setuju	4	41	47,7%	164
3	Netral	3	7	8,1%	21
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	375
Rata-rata skor					4,36

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.34 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 41 (47,7%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 7 (8,1%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika terdorong untuk menggunakan paket Telkomsel.

- e. Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian saya Saya merasa puas dengan produk internet kartu Telkomsel

Tabel 4.35
Pernyataan (Y.5): Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian saya Saya merasa puas dengan produk internet kartu Telkomsel

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	35	40,7%	175
2	Setuju	4	50	58,1%	200
3	Netral	3	1	1,2%	3
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	378
Rata-rata skor					4,39

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.35 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 50 (58,1%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 1 (1,2%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika merasa yakin dengan keputusan pembelian saya Saya merasa puas dengan produk internet kartu Telkomsel.

- f. Saya merasa puas dengan produk internet kartu Telkomsel

Tabel 4.36
Pernyataan (Y.6): Saya merasa puas dengan produk internet kartu Telkomsel

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	40	46,5%	200
2	Setuju	4	43	50%	172
3	Netral	3	3	3,5%	9
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			86	100%	381
Rata-rata skor					4,43

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.36 di atas menunjukkan bahwa dari 86 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 43 (50%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 3 (3,5%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika merasa puas dengan produk internet kartu Telkomsel

Tabel 4.37
Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Kualitas Produk (Y)

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Kartu Telkomsel menyediakan kebutuhan internet yang saya butuhkan (Y.1)	376	4,37
Saya membeli paket telkomsel karna direkomendasikan oleh teman (Y.2)	388	4,51
Setelah melakukan evaluasi saya memutuskan membeli kartu Telkomsel (Y.3)	381	4,43
Saya terdorong untuk menggunakan paket Telkomsel (Y.4)	375	4,36
Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian saya (Y.5)	378	4,39
Saya merasa puas dengan produk internet kartu Telkomsel (Y.6)	381	4,43
Jumlah Nilai Skor	2279	26,49
Rata-Rata Total Skor	379,83	4,41

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.37 diatas mengenai tanggapan responden tentang keputusan pembelian maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan Saya membeli paket telkomsel karna

direkomendasikan oleh teman (Y.2) dengan total skor 388 atau dengan rata-rata skor 4,51. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Saya terdorong untuk menggunakan paket Telkomsel (Y.4) dengan total skor 375 atau dengan rata-rata 4,36. Artinya para responden setuju dengan perekomendasiian keputusan pembelian.

F. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pernyataan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.³Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Untuk memperoleh r_{tabel} dapat diperoleh melalui table *r product moment pearson* dengan *degree of freedom* $(df)=n-2$, yaitu $(df)=86-2=84$ Sehingga didapatkan r_{tabel} sebesar 0,179 Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid. Berikut merupakan hasil uji validitas variabel harga (X1), citra merek (X2), gaya hidup (X3), kualitas produk (X4) dan keputusan pembelian (Y):

³ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta, Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 192

Tabel 4.38
Hasil Uji Validitas X1

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,239	0,179	Valid
	X1.2	0,369	0,179	Valid
	X1.3	0,301	0,179	Valid
	X1.4	0,509	0,179	Valid
	X1.5	0,536	0,179	Valid
	X1.6	0,378	0,179	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.38 diatas, dapat diketahui bahwa variabel harga (X1) atau seluruh item harga adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,179).

Tabel 4.39
Hasil Uji Validitas X2

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Citra Merek (X2)	X2.1	0,490	0,179	Valid
	X2.2	0,472	0,179	Valid
	X2.3	0,466	0,179	Valid
	X2.4	0,517	0,179	Valid
	X2.5	0,437	0,179	Valid
	X2.6	0,370	0,179	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.39 diatas, dapat diketahui bahwa variabel citra merek (X2) atau seluruh item citra merek adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,179).

Tabel 4.40
Hasil Uji Validitas X3

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Gaya Hidup (X3)	X3.1	0,505	0,179	Valid
	X3.2	0,405	0,179	Valid
	X3.3	0,524	0,179	Valid
	X3.4	0,539	0,179	Valid
	X3.5	0,541	0,179	Valid
	X3.6	0,355	0,179	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.40 diatas, dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup (X3) atau seluruh item gaya hidup adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,179).

Tabel 4.41
Hasil Uji Validitas X4

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X4)	X4.1	0,485	0,179	Valid
	X4.2	0,422	0,179	Valid
	X4.3	0,575	0,179	Valid
	X4.4	0,637	0,179	Valid
	X4.5	0,349	0,179	Valid
	X4.6	0,248	0,179	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.41 diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X4) atau seluruh item kualitas produk adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,179).

Tabel 4.42
Hasil Uji Validitas Y

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,487	0,179	Valid
	Y.2	0,607	0,179	Valid
	Y.3	0,521	0,179	Valid
	Y.4	0,727	0,179	Valid
	Y.5	0,605	0,179	Valid
	Y.6	0,422	0,179	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.42 diatas, dapat diketahui bahwa variabel keputusan pembelian (X1) atau seluruh item keputusan pembelian adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,179).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument merupakan hasil dari pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan suatu data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut perlu dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 samapai 1.⁴

Tabel 4.43
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen X1

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Standar Reliabilitas	Keterangan
Harga	0,657	6	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hlm. 97

Berdasarkan tabel 4.43 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 6 variabel harga lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,657. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

Tabel 4.44
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen X2

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Citra Merek	0,724	6	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.44 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 6 variabel citra merek lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,724. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

Tabel 4.45
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen X3

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Gaya Hidup	0,741	6	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.45 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 6 variabel gaya hidup lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,741. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

Tabel 4.46
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen X4

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,716	6	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.46 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 6 variabel kualitas Produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,716. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

Tabel 4.47
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Y

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,801	6	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.47 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 6 variabel keputusan pembelian lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,801. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah suatu data yang

berdistribusi normal.⁵ Untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal P-P Plots*, maka untuk mengetahui hasil pengujian dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.48
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		HARGA	CITRAMEREK	GAYAHIDUP	KUALITASPR ODUK	KEPUTUSAN PEMBELIAN
N		86	86	86	86	86
Normal Parameters ^a	Mean	26.15	25.20	25.76	25.34	26.50
	Std. Deviation	2.210	2.561	2.483	2.462	2.439
Most Extreme Differences	Absolute	.137	.122	.108	.137	.138
	Positive	.137	.122	.108	.137	.138
	Negative	-.136	-.084	-.102	-.083	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.272	1.130	1.001	1.268	1.277
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079	.156	.269	.080	.077

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.48 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5\%$) atau mengambil keputusan dengan pedoman:

- 1) Nilai sign. atau signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$
distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai sign. atau signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$
distribusi data adalah normal.⁶

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* untuk variabel

⁵ V. Wiratna Sujaeweni, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 52

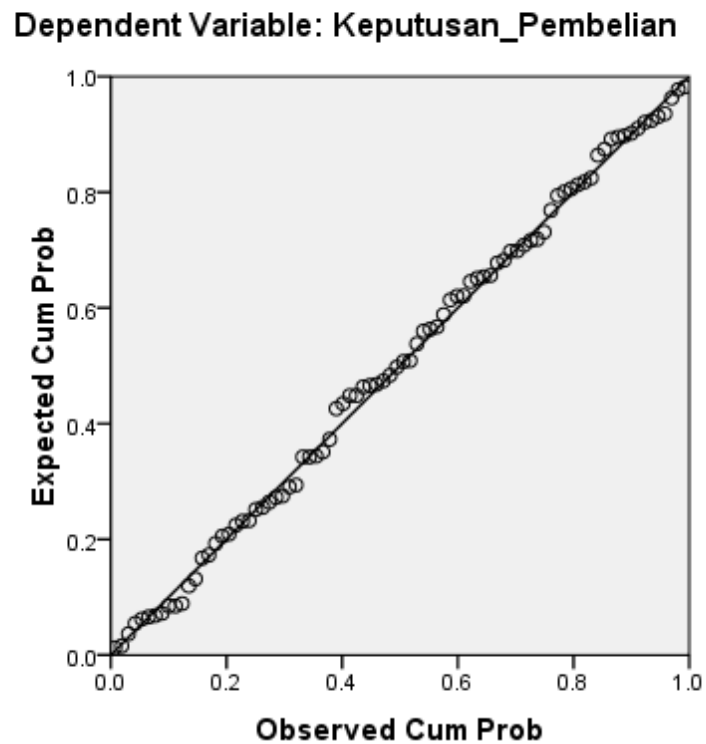
⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hlm. 83

harga (X1) dengan nilai $0,079 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal, variabel citra merek (X2) dengan nilai $0,156 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal, variabel gaya hidup (X3) dengan nilai $0,269 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal, variabel kualitas produk (X4) dengan nilai $0,080 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal dan variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai $0,77 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu harga, citra merek, gaya hidup, kualitas produk dan keputusan pembelian berdistribusi normal.

Selain itu, penentuan uji normalitas juga bisa menggunakan *PP-Plots* dengan ketentuan:

- 1) Apabila data menyebar dan mengikuti disekitar garis diagonal, maka distribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka distribusi data tidak normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Data dengan P-P Plot
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Kesimpulan dari gambar 4.54 diatas adalah titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidak penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu ada hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi.

Pengujian multikolonieritas bisa dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan syarat sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF > 10 dan *tolerance* < 0.1 = terdapat masalah multikolenieritas
- 2) Jika nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0,1 = tidak terjadi masalah multokolinearitas.

Tabel 4.49
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.477	4.412		-.108	.914		
	HARGA	.447	.102	.405	4.402	.000	.962	1.039
	CITRAMEREK	.178	.089	.187	1.997	.049	.927	1.079
	GAYAHIDUP	.224	.090	.228	2.472	.016	.963	1.039
	KUALITASPRODUK	.198	.092	.200	2.162	.034	.950	1.053

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.50 di atas diketahui bahwa nilai VIF adalah:

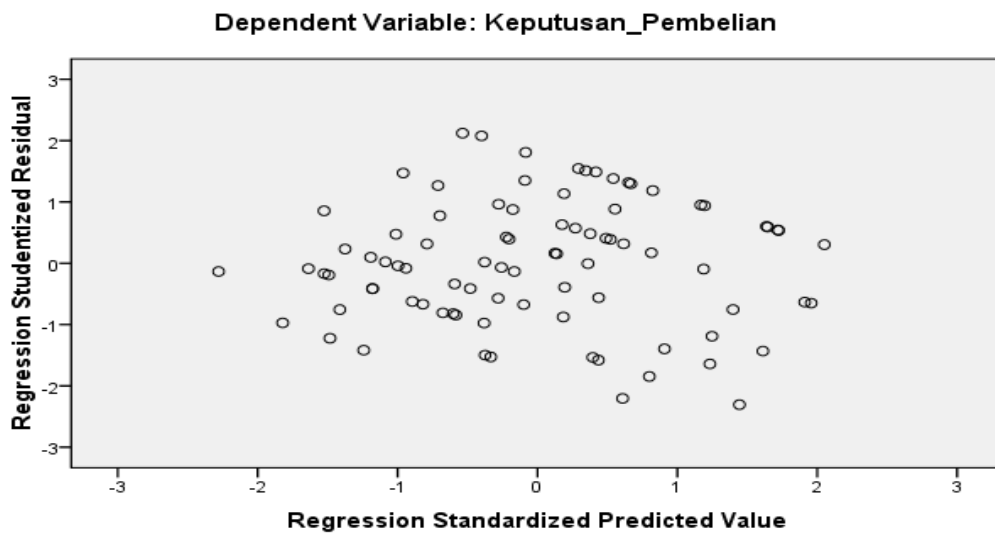
- 1) Nilai Tolerance X1 (Harga) 0,962 > 0,1 serta nilai VIF 1,039
- 2) Nilai Tolerance X2 (Citra Merek) 0,927 > 0,1 serta nilai VIF 1,079
- 3) Nilai Tolerance X3 (Gaya Hidup) 0,963 > 0,1 serta nilai VIF 1,039
- 4) Nilai Tolerance X4 (Keputusan Pembelian) 0,950 > 0,1 serta nilai VIF 1,053

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tidak terdapat masalah multikolinearitas karena hasilnya lebih kecil dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedesitas digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah heteroskedesitas dengan mediagrafik, apabila grafik membentuk pola khusus model terdapat heteroskedesitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Dari hasil output scatterplot diatas di peroleh titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4.50
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.583 ^a	.339	.307	2.031	1.992

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK, GAYAHIDUP, HARGA, CITRAMEREK

b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.50 diatas bahwa nilai DW = 1.992 berada diantara -2 dan +2 maka dapat diambil kesimpulan bahwa persamaan regresi di atas tidak mengalami autokorelasi.

4. Regresi Linier Berganda

Analisis ini sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.

Tabel 4.51
Hasil Uji Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.477	4.412		-.108	.914		
	HARGA	.447	.102	.405	4.402	.000	.962	1.039
	CITRAMEREK	.178	.089	.187	1.997	.049	.927	1.079
	GAYAHIDUP	.224	.090	.228	2.472	.016	.963	1.039
	KUALITASPRODUK	.198	.092	.200	2.162	.034	.950	1.053

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Analisis data dari tabel 4.51 coefficient diatas menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

$$Y = -0,477 + 0,447 + 0,178 + 224 + 198 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka, dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstans = -0,477

Nilai a = -0,477 dapat dikatakan apabila nilai $x_1 = 0$, $x_2 = 0$, $x_3 = 0$, $x_4 = 0$ maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Ketika harga (X1), citra merek (X2), gaya hidup (X3) dan kualitas produk (X4) nilainya adalah 0 maka keputusan pembelian (Y) meningkat -0,477 atau -47,7%.

- b. Nilai $b_1 = 0,447$ menyatakan bahwa nilai variabel harga (X1) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 harga, maka harga akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,447, sebaliknya jika harga mengalami penurunan sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar - 0,447 atau 44,7%.

- c. Nilai $b_2 = 0,178$ menyatakan bahwa nilai variabel citra merek (X2) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 citra merek, maka citra merek akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,178, sebaliknya jika citra merek mengalami penurunan sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar - 0,178 atau 17,8%.

- d. Nilai $b_3 = 0,224$ menyatakan bahwa nilai variabel gaya hidup (X3) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 gaya hidup, maka gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,224, sebaliknya jika citra merek mengalami penurunan sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar -0,224 atau 22,4%

- e. Nilai $b_4 = 0,198$ menyatakan bahwa nilai variabel kualitas produk (X4) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,198, sebaliknya jika kualitas produk mengalami penurunan sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar -0,198 atau 19,8%

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara individual mempengaruhi variabel dependent (Y).⁷

Prosedur penelitiannya sebagai berikut:

H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

⁷ Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis..., hlm. 161

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

Pengambilan keputusannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

Jika nilai sig > 0,05 maka menerima H_0 dan menolak H_a

Jika nilai sig < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_a

Tabel 4.52
Hasil Uji t

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.477	4.412		-.108	.914		
	HARGA	.447	.102	.405	4.402	.000	.962	1.039
	CITRAMEREK	.178	.089	.187	1.997	.049	.927	1.079
	GAYAHIDUP	.224	.090	.228	2.472	.016	.963	1.039
	KUALITASPRODUK	.198	.092	.200	2.162	.034	.950	1.053

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Menguji signifikansi konstanta pada model linear (α)

H_0 = koefisien regresi α tidak signifikan, jika nilai sig > 0,05 (5%)

H_a = koefisien regresi α signifikan, jika nilai sig < 0,05 (5%)

Berdasarkan data dari tabel 4.52 diatas menunjukkan bahwa pada tabel coefficient nilai signifikan harga $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Pada t_{tabel} dengan nilai signifikansi $df = n - k = 86 - 5 = 81$ maka dapat diketahui t_{tabel} adalah 1,664 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,402 > 1,664$ sehingga menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang artinya koefisien regresi harga berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

Sedangkan nilai signifikansi untuk citra merek $0,049 < 0,05$ dimana menunjukkan bahwa citra merek mempengaruhi keputusann pembelian secara signifikansi. . Pada t_{tabel} dengan nilai signifikansi $df= n-k = 86-5=81$ maka dapat diketahui t_{tabel} adalah 1,664 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,997 > 1,664$ sehingga menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang artinya koefisien regresi citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

Sedangkan nilai signifikansi untuk gaya hidup $0,016 < 0,05$ dimana menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusann pembelian secara signifikansi. . Pada t_{tabel} dengan nilai signifikansi $df= n-k = 86-5=81$ maka dapat diketahui t_{tabel} adalah 1,664 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,472 > 1,664$ sehingga menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang artinya koefisien regresi gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

Sedangkan nilai signifikansi untuk kualitas produk $0,032 < 0,05$ dimana menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusann pembelian secara signifikansi. . Pada t_{tabel} dengan nilai

signifikansi $df = n - k = 86 - 5 = 81$ maka dapat diketahui t_{tabel} adalah 1,664 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,162 > 1,664$ sehingga menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang artinya koefisien regresi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).⁸

H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent, terhadap variabel dependent.

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent, terhadap variabel dependent.

Pengambilan keputusan ditentukan dengan cara sebagai berikut:

Jika nilai $sig > 0,05$ maka menerima H_0 dan H_a menolak

Jika nilai $sig < 0,05$ maka menolak H_0 dan H_a menerima

⁸Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis..., hlm. 162

Tabel 4.53
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.520	4	42.880	10.400	.000 ^a
	Residual	333.980	81	4.123		
	Total	505.500	85			

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK, GAYAHIDUP, HARGA, CITRAMEREK

b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Dalam tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 10,400 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05, sehingga nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a . Dimana F tabel 3,145 yang diperoleh dari rumus $F \text{ tabel} = n - k = 86 - 5$. Jadi, F hitung $(10,400) > F \text{ tabel} (2,484)$ maka terdapat pengaruh signifikan antara harga, citra merek, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.54
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.583 ^a	.339	.307	2.031	1.992

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK, GAYAHIDUP, HARGA, CITRAMEREK

b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.54 diatas dapat diketahui bahwa *R Square* adalah 0,339 (33,9%). Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 33,9% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh harga, citra merek, gaya hidup dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar ($100 - 33,9 = 66,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.