

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Telkomsel merupakan merek GSM (*Global System for Mobile Communications*) dan UMTS (*The Universal Mobile Telecommunications System*) operator jaringan seluler yang beroperasi di Indonesia. Merek ini adalah merek telkom Indonesia dan Indosat yang mana sebesar 65% saham adalah milik Telkomsel dan sisanya adalah milik Indosat pada awal peluncurannya di Jakarta pada tanggal 26 Mei 1995.

Telkomsel menjadi operator telekomunikasi seluler yang memperkenalkan jasa GSM pra-bayar pertama di Asia pada bulan November 1997. Telkomsel juga adalah operator pertama di Indonesia yang menciptakan layanan 3G pada bulan September 2006. Pada Maret 2009 Telkomsel melakukan kerjasama dengan *Apple Inc. South Asia* dan meluncurkan iPhone 3G di Indonesia dengan harga yang sesuai dengan konsumen Telkomsel di Indonesia.

Telkomsel memimpin pasar dalam industri telekomunikasi Indonesia dan menjadi operator seluler terbesar ke-7 di dunia juga telah melayani lebih dari 170 juta pelanggan. Telkomsel telah mengimplementasikan *roadmap* 3G, *HSDPA*, *HSPA+*, dan telah di uji oleh LTE (*Long Term Evolution*) teknologi.

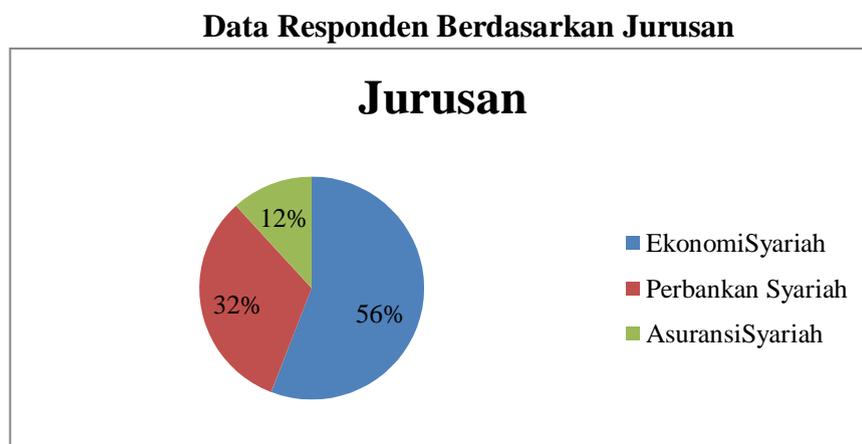
Dalam melayani konsumen, Telkomsel di dukung lebih dari 430 pusat layanan dan 24 jam *contact center* di Indonesia. (merdeka.com)

2. Karakteristik Responden

Adapun karekteristik responden pada penelitian ini dilihat berdasarkan jurusan, angkatan dan jangka waktu memakai produk Telkomsel.

Hasil data yang telah diperoleh dijelaskan pada gambarberikut:

a. Jurusan

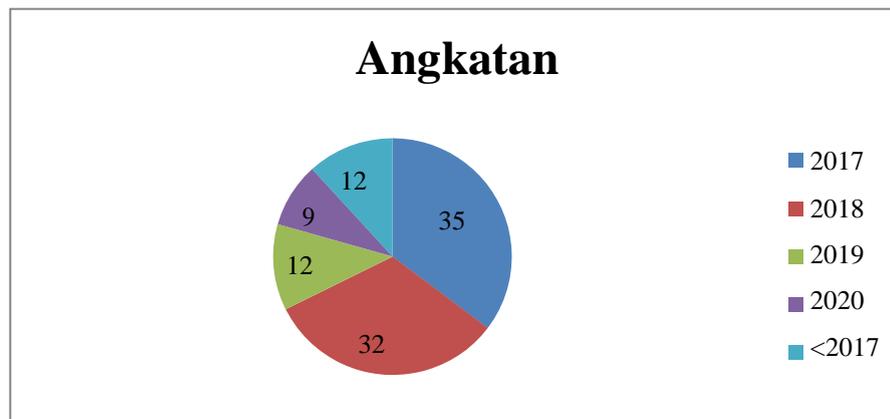


Gambar 4.1

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat 38 orang responden(56%) yang berada di jurusan Ekonomi Syariah, 22orang responden(32%) di jurusan Perbankan Syariah dan sisanya sebanyak 8orang responden(12%) yang berada di jurusan Asuransi Syariah.

b. Angkatan

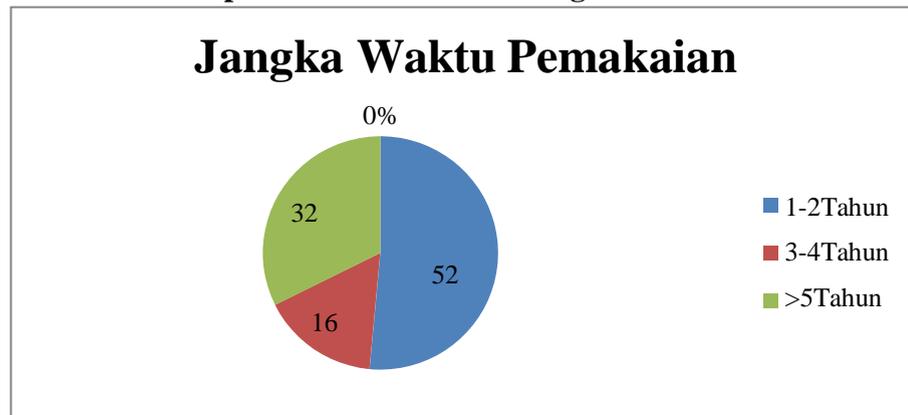
Data Responden Berdasarkan Angkatan**Gambar 4.2**

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat 24 orang responden (35%) adalah angkatan 2017, 22 orang responden (32%) adalah angkatan 2018, 8 orang responden (12%) adalah angkatan 2019, 6 orang responden (9%) merupakan angkatan 2020, kemudian sisanya sebanyak 8 orang responden (12%) merupakan angkatan <2017.

c. Jangka waktu pemakaian

Data Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pemakaian



Gambar 4.3

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat 35 orang responden (52%) yang telah memakai produk Telkomsel selama 1-2 tahun, 11 orang responden (16%) yang telah memakai produk Telkomsel selama 3-4 tahun, dan sisanya sebanyak 22 orang responden (32%) yang telah memakai produk Telkomsel selama lebih dari 5 tahun.

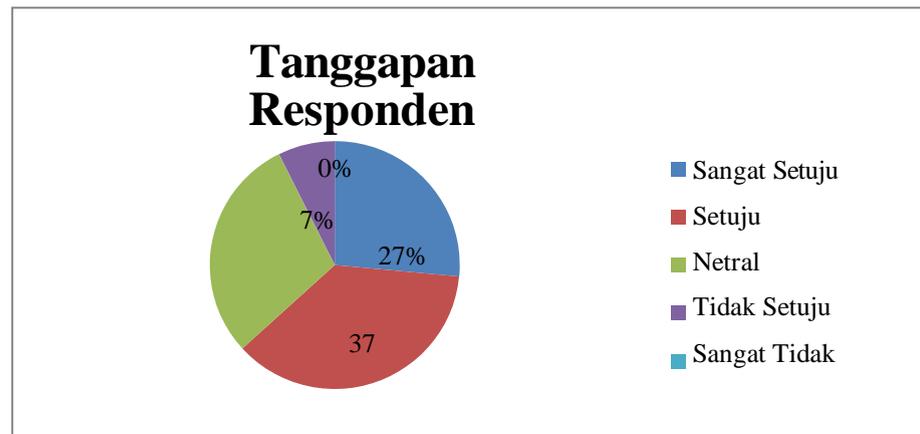
3. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Penjelasan jawaban responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan(X1)

1) Indikator Reliabilitas Merek

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator Reliabilitas Merek :

**Tanggapan Responden Tentang Telkomsel
Merupakan Merek Yang Terkenal :**

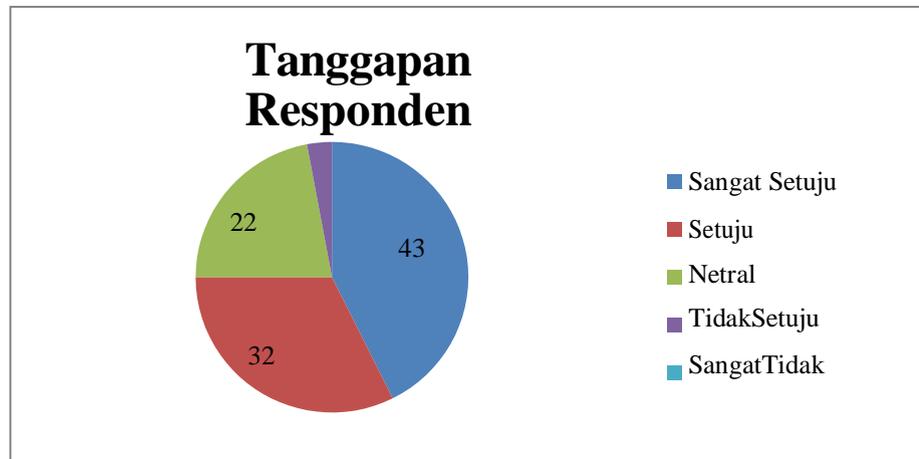


Gambar 4.4

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.4 dapat diketahui bahwa sebanyak 18 responden dengan persentase 27% memilih sangat setuju, sebanyak 25 responden dengan persentase 37% dengan jawaban tertinggi yaitu memilih setuju, kemudian disusul sebanyak 20 responden dengan persentase 29% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 5 responden dengan persentase 7% memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas setuju bahwa produk Telkomsel adalah merek yang terkenal.

Tanggapan Responden Tentang Telkomsel Dapat Menjamin Kepuasan

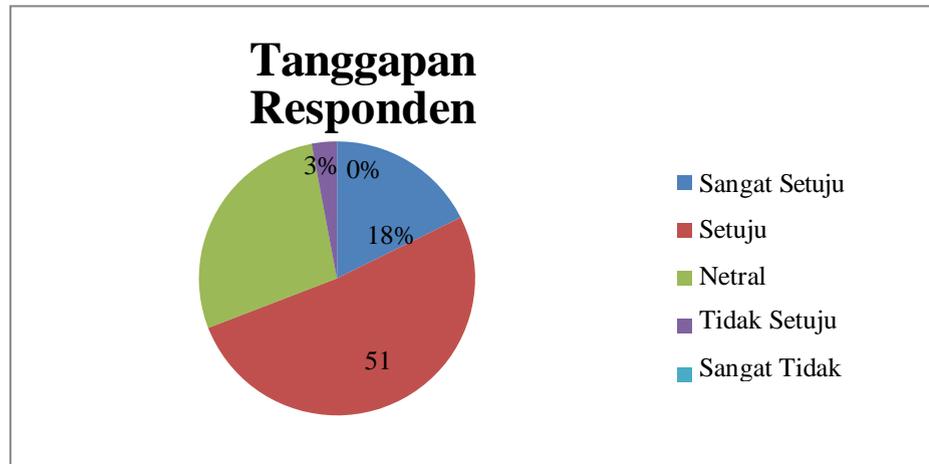


Gambar 4.5

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.5 dapat diketahui bahwa dengan jawaban terbanyak sebanyak 29 responden dengan persentase 43% memilih sangat setuju, disusul sebanyak 22 responden dengan persentase 32% memilih jawaban setuju, sebanyak 15 responden dengan persentase 22% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 2 responden dengan persentase 3% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas sangat setuju bahwa Telkomsel dapat menjamin kepuasan.

Tanggapan Responden Tentang Telkomsel Mampu Memenuhi Kebutuhan Internet



Gambar 4.6

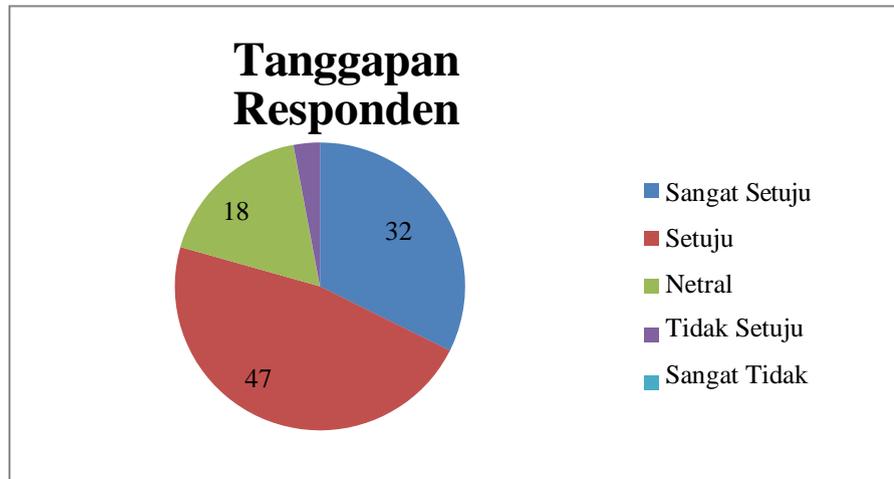
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.6 dapat diketahui bahwa sebanyak 12 responden dengan persentase 18% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 35 responden dengan persentase 51% dengan jawaban terbanyak yaitu memilih setuju, sebanyak 19 responden dengan persentase 28% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 2 responden dengan persentase 3% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas setuju bahwa produk Telkomsel mampu memenuhi kebutuhan internet.

2) Indikator Intensi Merek

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator intensi merek :

Tanggapan Responden Tentang Telkomsel Memiliki Reputasi yang Baik

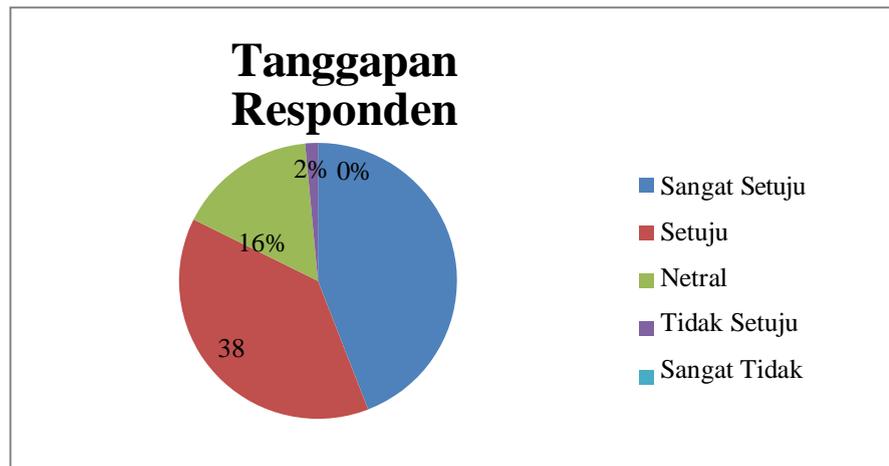


Gambar 4.7

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.7 dapat diketahui bahwa sebanyak 22 responden dengan persentase 32% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 32 responden dengan persentase 47% dengan jawaban tertinggi yaitu memilih setuju, sebanyak 12 responden dengan persentase 18% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 2 responden dengan persentase 3% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas setuju bahwa produk Telkomsel memiliki reputasi yang baik.

**Tanggapan Responden Bahwa Telkomsel
Merupakan Merek yang Tidak Pernah Mengecewakan**

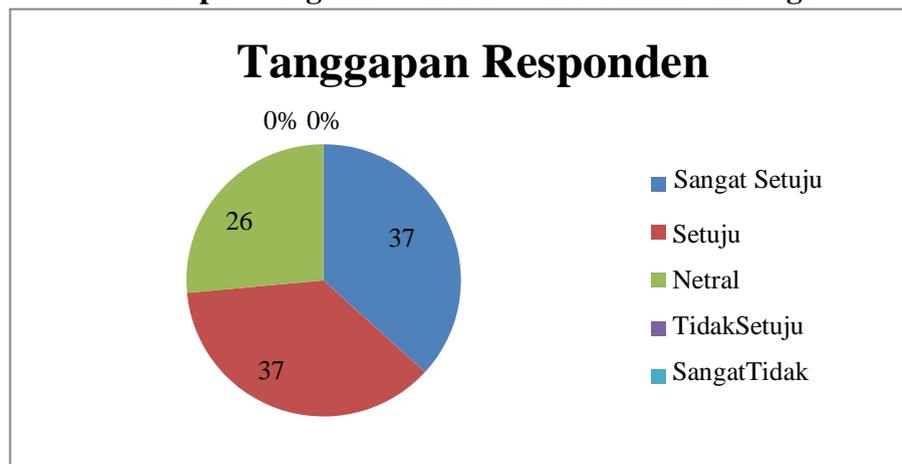


Gambar 4.8

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.8 dapat diketahui bahwa sebanyak 30 responden dengan persentase 44% dengan jawaban tertinggi memilih sangat setuju, sebanyak 26 responden dengan persentase 38% memilih jawaban setuju, sebanyak 11 responden dengan persentase 16% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 1 responden dengan persentase 2% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas sangat setuju bahwa merek Telkomsel merupakan merek yang tidak pernah mengecewakan.

**Tanggapan Responden Bahwa Telkomsel
Mampu Mengatasi Masalah Keterbatasan Jaringan**



Gambar 4.9

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

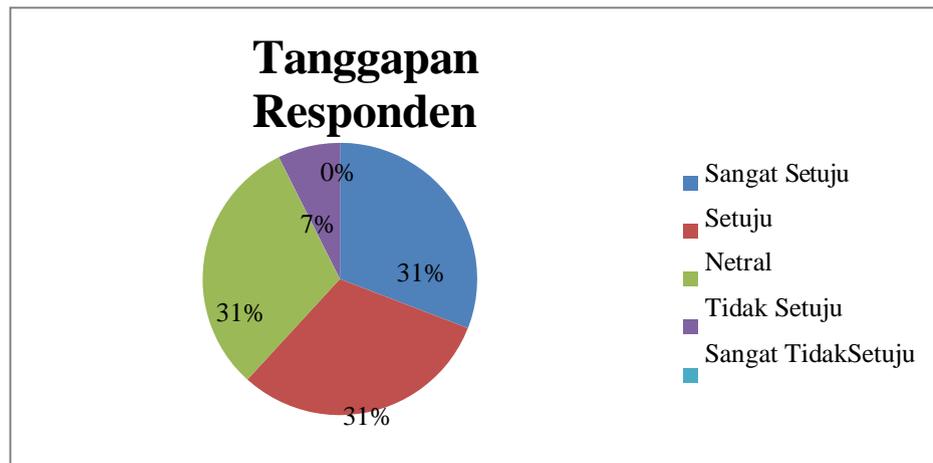
Dari gambar 4.9 dapat diketahui bahwa sebanyak 25 responden dengan persentase 37% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 25 responden dengan persentase 37% memilih jawaban setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 26% memilih jawaban netral dan sebanyak 0 responden memilih jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas percaya bahwa merek Telkomsel mampu mengatasi masalah keterbatasan jaringan.

b. Penjelasan jawaban responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X2)

1) Indikator *Tangibles*

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator *tangibles* :

Tanggapan Responden Bahwa Telkomsel Memiliki Signal yang Luas

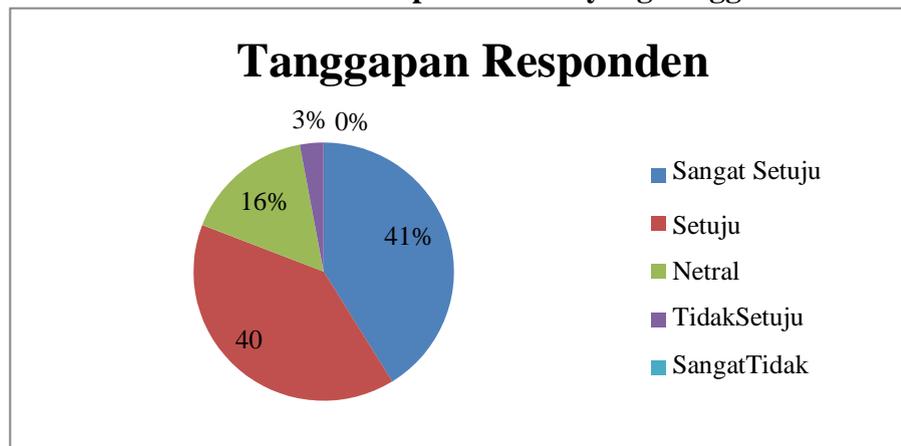


Gambar 4.10

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.10 dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden dengan persentase 31% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 21 responden dengan persentase 31% memilih jawaban setuju, sebanyak 21 responden dengan persentase 31% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 5 responden dengan persentase 7% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa rata-rata responden memilih setuju bahwa Telkomsel Memiliki signal yang luas.

Tanggapan Responden Bahwa Telkomsel Memiliki Kecepatan Akses yang Tinggi

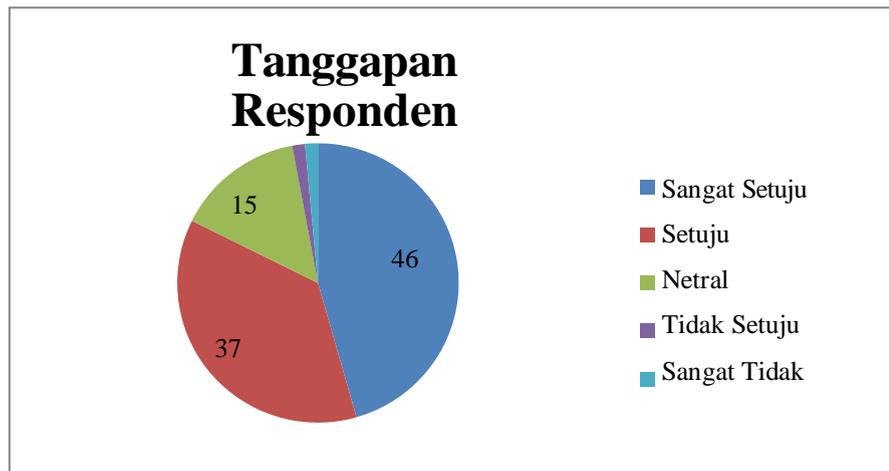


Gambar4.11

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.11 dapat diketahui bahwa sebanyak 28 responden dengan persentase 41% dengan jawaban tertinggi memilih sangat setuju, sebanyak 27 responden dengan persentase 40% memilih jawaban setuju, sebanyak 11 responden dengan persentase 16% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 2 responden dengan persentase 3% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas sangat setuju bahwa merek Telkomsel memiliki kecepatan akses yang tinggi.

Tanggapan Responden Bahwa Jaringan Telkomsel Memadai di Daerah yang Terpencil

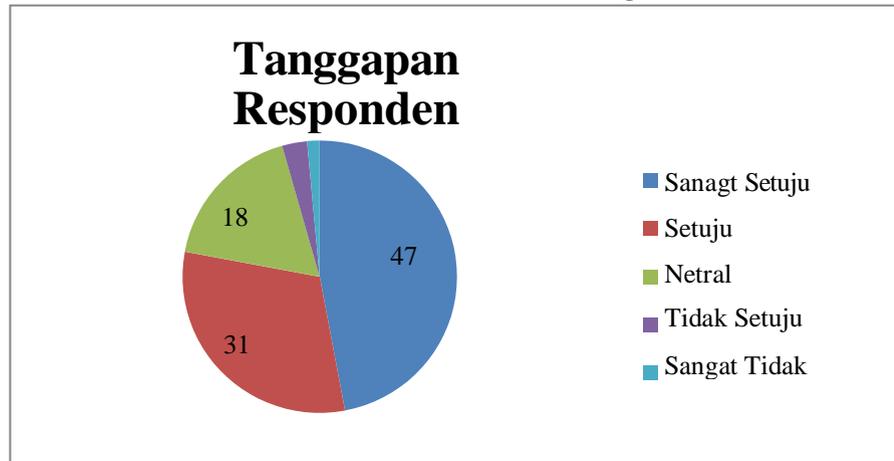


Gambar 4.12

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.12 dapat diketahui bahwa sebanyak 31 responden dengan persentase 46% dengan jawaban tertinggi memilih sangat setuju, sebanyak 25 responden dengan persentase 37% memilih jawaban setuju, sebanyak 10 responden dengan persentase 15% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 1 responden dengan persentase 1% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan persentase 1% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih sangat setuju bahwa Telkomsel memadai mendapatkan jaringan di daerah yang terpencil.

**Tanggapan Responden Bahwa Menggunakan
Telkomsel Memudahkan Dalam Mengakses Internet**



Gambar 4.13

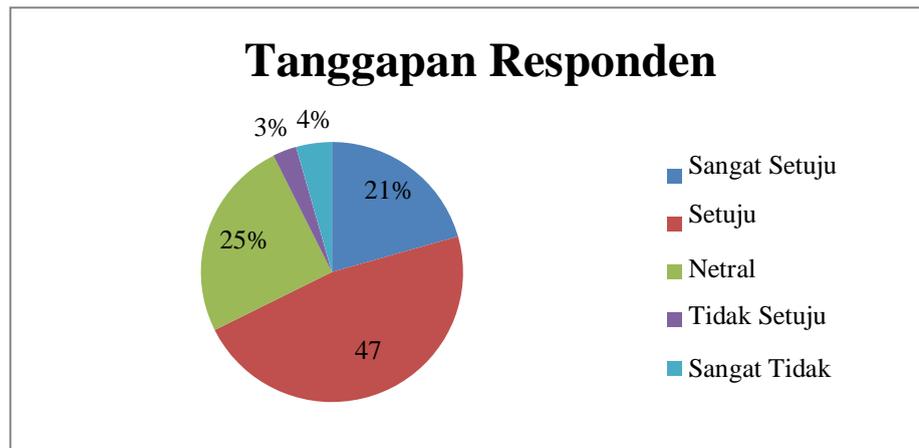
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.13 dapat diketahui bahwa sebanyak 32 responden dengan persentase 47% dengan jawaban tertinggi memilih sangat setuju, sebanyak 21 responden dengan persentase 31% memilih jawaban setuju, sebanyak 12 responden dengan persentase 18% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 2 responden dengan persentase 3% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan persentase 1% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih sangat setuju bahwa menggunakan Telkomsel memudahkan dalam mengakses internet.

2) Indikator *Reliability*

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator *reliability* :

Tanggapan Responden Bahwa Telkomsel Jarang Sekali Mengalami Gangguan

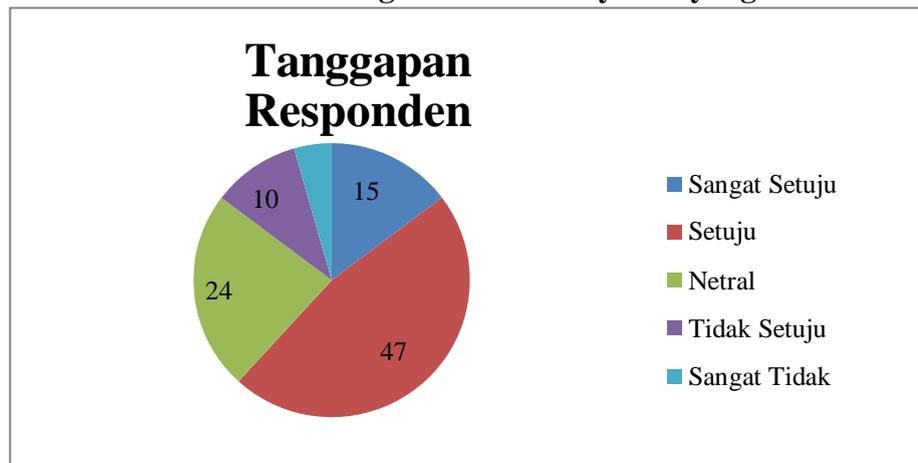


Gambar 4.14

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.14 dapat diketahui bahwa sebanyak 14 responden dengan persentase 21% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 32 responden dengan persentase 47% dengan jawaban tertinggi memilih setuju, sebanyak 17 responden dengan persentase 25% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 2 responden dengan persentase 3% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 responden dengan persentase 4% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa Telkomsel jarang sekali mengalami gangguan.

**Tanggapan Responden Bahwa Harga Paket
Telkomsel Sesuai Dengan Kualitas Layanan yang diberikan**



Gambar 4.15

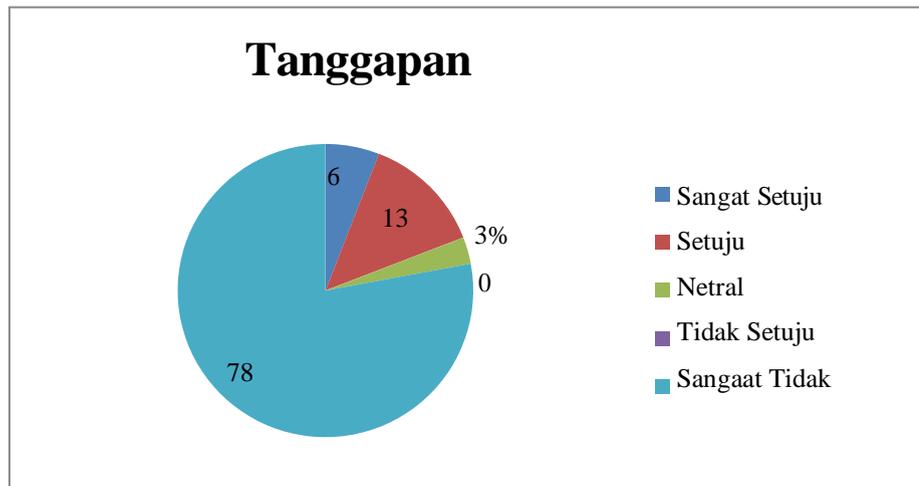
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.15 dapat diketahui bahwa sebanyak 10 responden dengan persentase 15% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 32 responden dengan persentase 47% dengan jawaban tertinggi memilih setuju, sebanyak 16 responden dengan persentase 24% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 7 responden dengan persentase 10% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 responden dengan persentase 4% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa harga paket internet Telkomsel sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan.

3) Indikator *Responsiveness*

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator *responsiveness* :

Tanggapan Responden Bahwa Sim Card Telkomsel Dapat Digunakan Dalam Jangka Waktu Lama

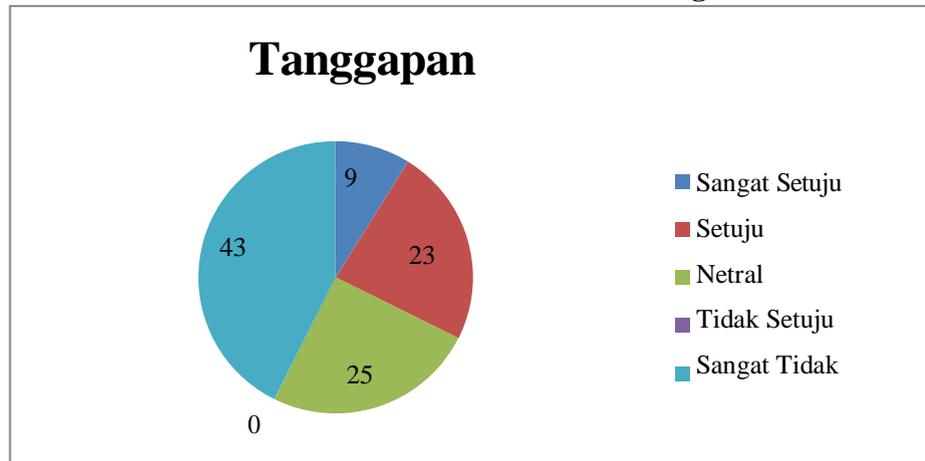


Gambar 4.16

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.16 dapat diketahui bahwa sebanyak 4 responden dengan persentase 6% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 9 responden dengan persentase 13% memilih jawaban setuju, sebanyak 2 responden dengan persentase 3% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 0 responden memilih jawaban setuju dan sebanyak 53 responden dengan persentase 78% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih sangat tidak setuju bahwa *sim card* Telkomsel dapat digunakan pada jangka waktu yang lama.

**Tanggapan Responden Bahwa Pulsa
Telkomsel Memiliki Masa Aktif Yang Lama**



Gambar 4.17

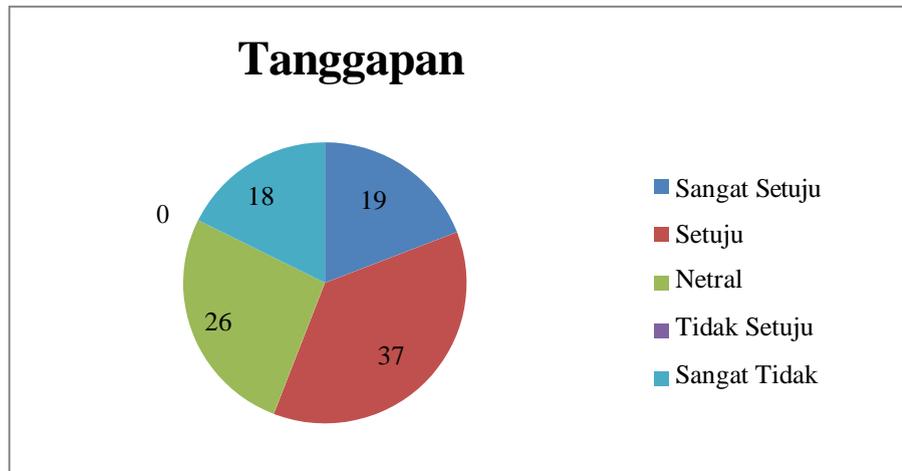
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.17 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 16 responden dengan persentase 23% memilih jawaban setuju, sebanyak 17 responden dengan persentase 25% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 0 responden memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 29 responden dengan persentase 43% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih sangat tidak setuju bahwa pulsa Telkomsel memiliki masa aktif yang lama.

4) Indikator *Assurance*

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator *assurance* :

**Tanggapan Responden Tentang *Customer Service*
Telkomsel Memberikan Layanan Yang Sopan dan Baik**



Gambar 4.18

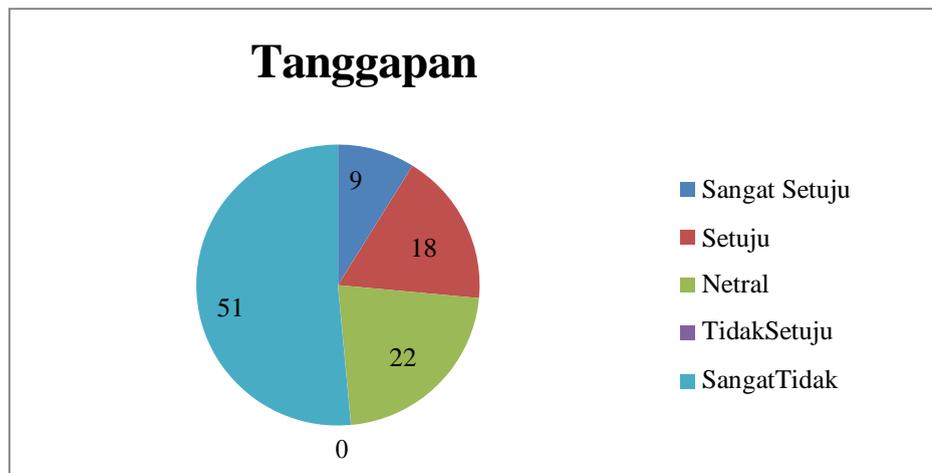
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.18 dapat diketahui bahwa sebanyak 13 responden dengan persentase 19% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 25 responden dengan persentase 37% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban setuju, sebanyak 18 responden dengan persentase 26% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 0 responden memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 12 responden dengan persentase 18% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa *customer service* Telkomsel memberikan layanan yang sopan dan baik.

5) Indikator *Empathy*

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator *emphaty* :

**Tanggapan Responden Tentang *Customer Service*
Telkomsel Menerima Keluhan Pelanggan Dengan Sigap**



Gambar 4.19

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

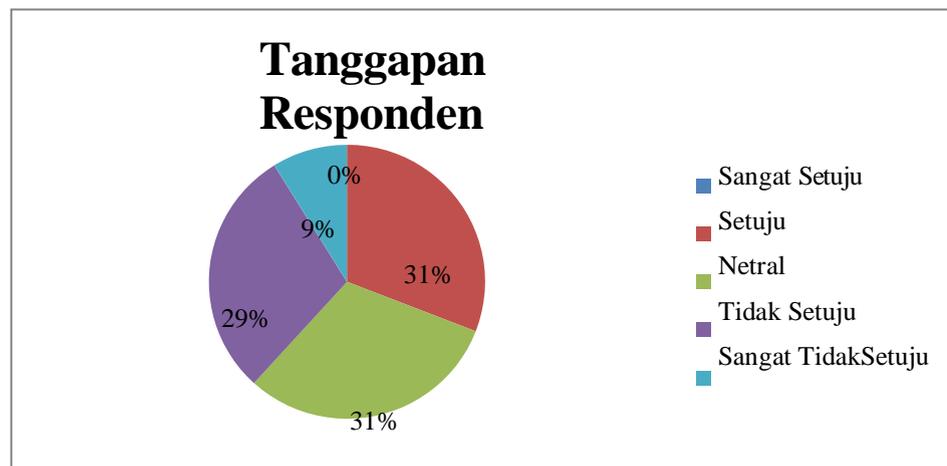
Dari gambar 4.19 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 12 responden dengan persentase 18% memilih jawaban setuju, sebanyak 15 responden dengan persentase 22% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 0 responden memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 35 responden dengan persentase 51% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih sangat tidak setuju bahwa *customer service* Telkomsel menerima keluhan pelanggan dengan sigap.

c. Penjelasan jawaban responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X2)

1) Indikator Keterjangkauan Harga

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator keterjangkauan harga :

Tanggapan Responden Tentang Harga Paket Internet dan Pulsa Telkomsel Sangat Terjangkau

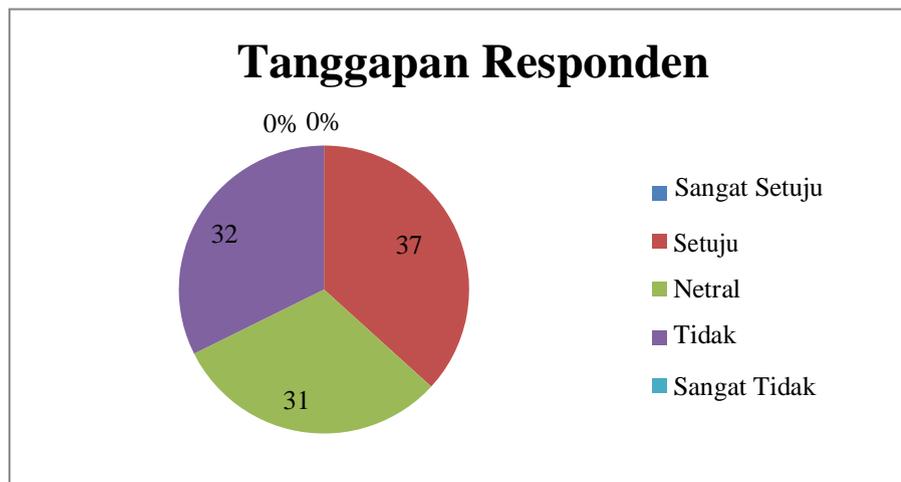


Gambar 4.20

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)/

Dari gambar 4.20 dapat diketahui bahwa sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 21 responden dengan persentase 31% memilih jawaban setuju, sebanyak 21 responden dengan persentase 31% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 20 responden dengan persentase 29% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa harga paket internet dan pulsa Telkomsel sangat terjangkau.

Tanggapan Responden Tentang Harga Yang Ditawarkan Mampu Dibeli Oleh Seluruh Kalangan Masyarakat

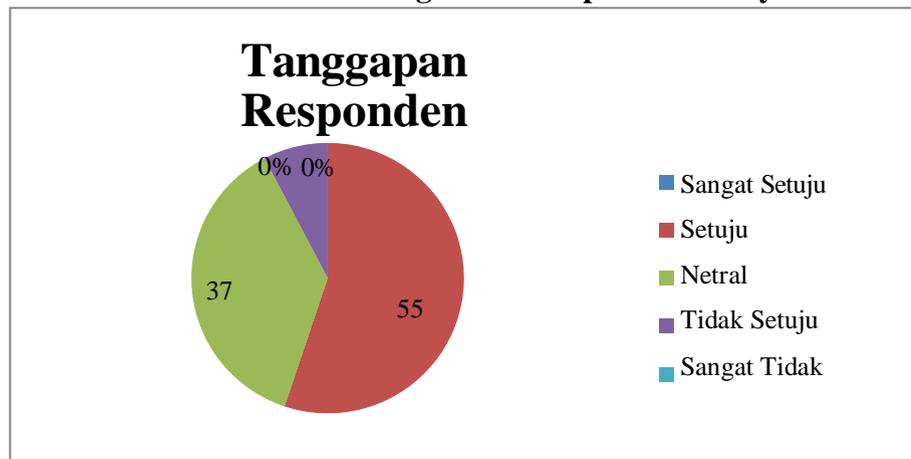


Gambar 4.21

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.21 dapat diketahui bahwa sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 25 responden dengan persentase 37% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban setuju, sebanyak 21 responden dengan persentase 32% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 22 responden dengan persentase 31% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh Telkomsel mampu dibeli oleh seluruh kalangan masyarakat.

**Tanggapan Responden Tentang Harga Yang Ditawarkan
Telkomsel Sesuai Dengan Kemampuan dan Daya Beli**



Gambar 4.22

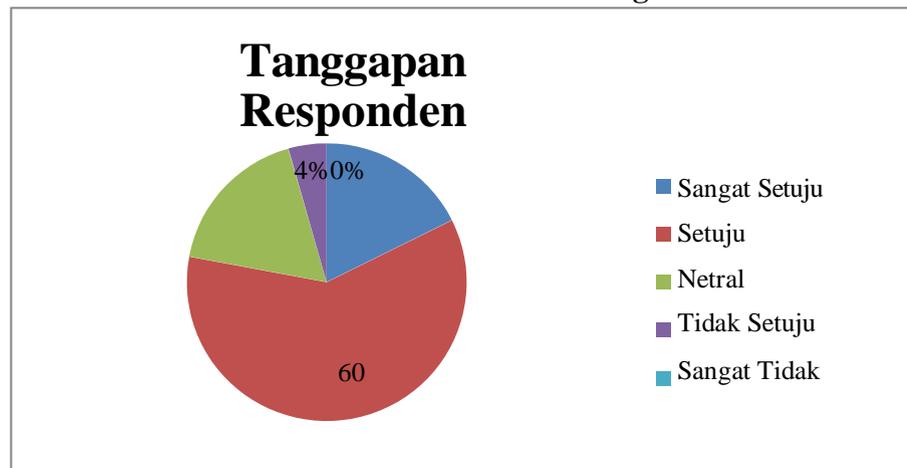
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.22 dapat diketahui bahwa sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 43 responden dengan persentase 55% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban setuju, sebanyak 29 responden dengan persentase 37% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 6 responden dengan persentase 8% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa harga yang ditawarkan Telkomsel sesuai dengan kemampuan dan daya beli.

2) Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator kesesuaian harga dengan produk :

Tanggapan Responden Tentang Harga Yang Ditawarkan Telkomsel Sesuai Dengan Kualitas



Gambar 4.23

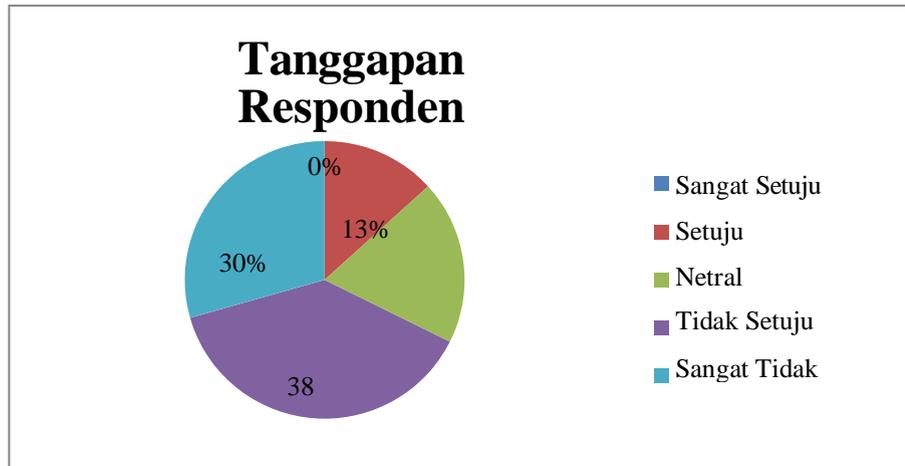
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.23 dapat diketahui bahwa sebanyak 12 responden dengan persentase 18% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 41 responden dengan persentase 60% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban setuju, sebanyak 12 responden dengan persentase 18% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 3 responden dengan persentase 4% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh Telkomsel sesuai dengan kualitas yang diterima.

3) Indikator Daya Saing Harga

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator daya saing harga :

**Tanggapan Responden Tentang Harga Yang
Ditawarkan Telkomsel Lebih Murah Dari Provider Lain**



Gambar 4.24

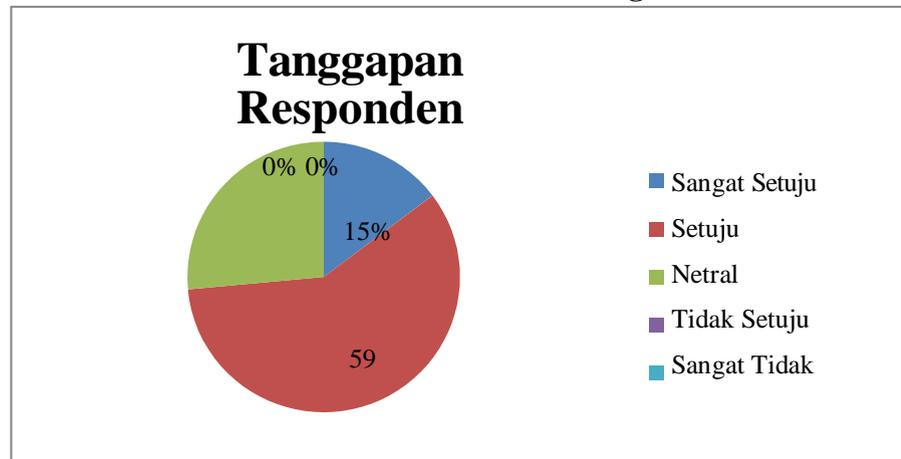
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.24 dapat diketahui bahwa sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 9 responden dengan persentase 13% memilih jawaban setuju, sebanyak 13 responden dengan persentase 19% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 26 responden dengan persentase 38% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 20 responden dengan persentase 30% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih tidak setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh Telkomsel lebih murah dibandingkan dengan provider lain.

4) Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat :

**Tanggapan Responden Tentang Harga Yang
Ditawarkan Telkomsel Sesuai Dengan Manfaat**



Gambar 4.25

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.25 dapat diketahui bahwa sebanyak 10 responden dengan persentase 15% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 40 responden dengan persentase 59% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban setuju, sebanyak 18 responden dengan persentase 26% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 0 responden memilih jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh Telkomsel sesuai dengan manfaat yang diterima.

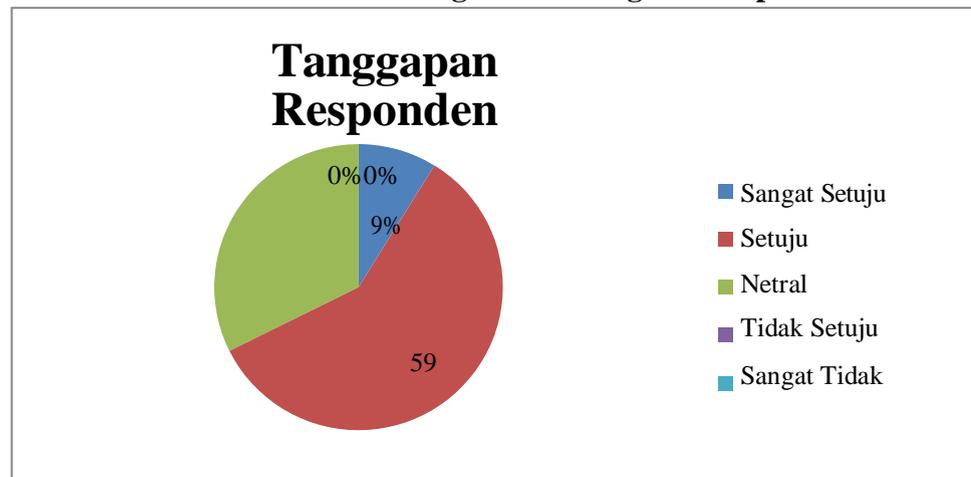
d. Penjelasan jawaban responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan

(Y)

1) Indikator Kualitas Pelayanan

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator kualitas pelayanan :

Tanggapan Responden Tentang Pelayanan Telkomsel Yang Sesuai Dengan Harapan



Gambar 4.26

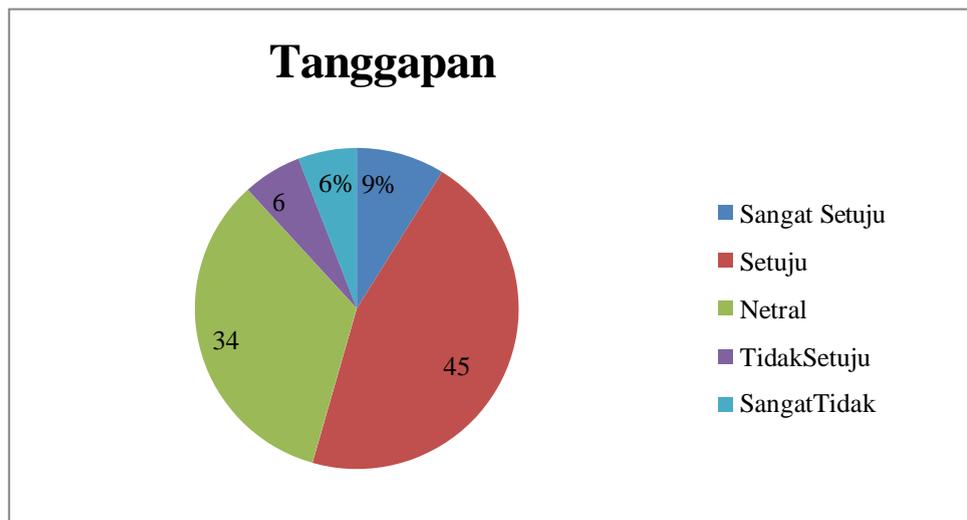
Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Dari gambar 4.26 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 40 responden dengan persentase 59% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban setuju, sebanyak 22 responden dengan persentase 32% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 0 responden memilih jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih jawaban setuju bahwa pelayanan yang diberikan Telkomsel sesuai dengan harapan.

2) Indikator Kualitas Produk

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator kualitas produk:

Tanggapan Responden Tentang Perasaan Puas Dengan Kualitas Yang Diberikan Telkomsel



Gambar 4.27

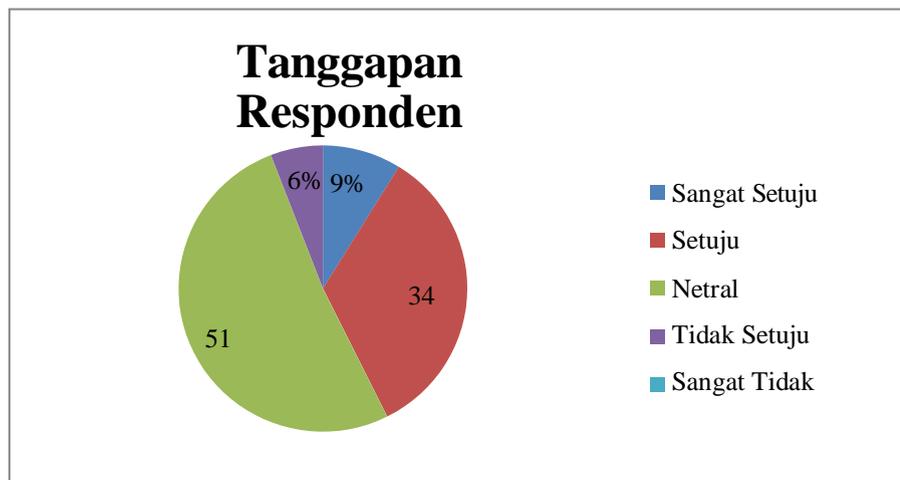
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.27 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 31 responden dengan persentase 45% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban setuju, sebanyak 23 responden dengan persentase 34% memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 4 responden dengan persentase 6% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 4 responden dengan persentase 6% memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas memilih jawaban setuju bahwa merasa puas dengan kualitas yang diberikan Telkomsel.

3) Indikator Emosional

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator emosional :

Tanggapan Responden Tentang Telkomsel Selalu Mengutamakan Kepuasan Pelanggan



Gambar 4.28

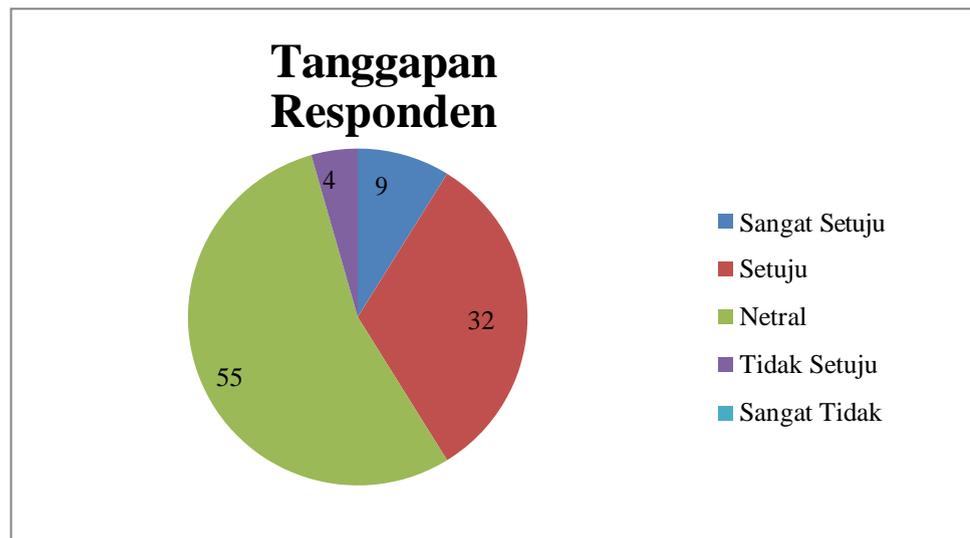
Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Dari gambar 4.28 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 23 dengan persentase 34% memilih jawaban setuju, sebanyak 35 responden dengan persentase 51% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 4 responden dengan persentase 6% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas menganggap setuju bahwa Telkomsel selalu mengutamakan kepuasan pelanggan.

4) Indikator Harga

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator harga :

**Tanggapan Responden Tentang Puas Dengan Harga
Karena Sangat Sesuai Dengan Manfaat Yang Diterima**



Gambar 4.29

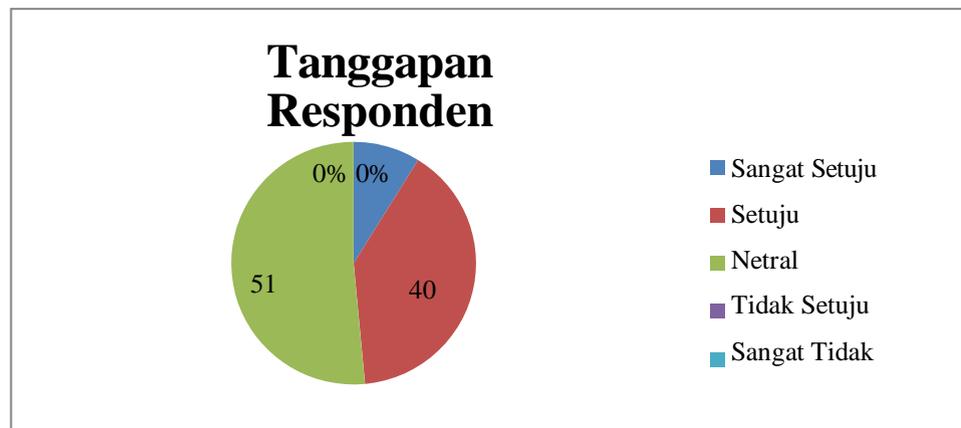
Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar 4.29 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 22 responden dengan persentase 32% memilih jawaban setuju, sebanyak 37 responden dengan persentase 55% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 3 responden dengan persentase 4% memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas setuju puas dengan harga yang ditawarkan Telkomsel karena sangat sesuai dengan manfaat yang diterima.

5) Indikator Biaya

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban-jawaban responden pada indikator biaya :

**Tanggapan Responden Tentang Merasa Puas
Dengan Keseluruhan Jasa Yang Diberikan Telkomsel**



Gambar 4.30

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Dari gambar 4.30 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden dengan persentase 9% memilih jawaban sangat setuju, sebanyak 27 responden dengan persentase 40% memilih jawaban setuju, sebanyak 35 responden dengan persentase 51% dengan jawaban tertinggi memilih jawaban netral, kemudian sebanyak 0 responden memilih jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban-jawaban responden dapat dilihat bahwa mayoritas merasa puas dengan keseluruhan jasa yang diberikan oleh Telkomsel.

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut (Ghazali, 2013:52) uji validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jika pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut maka satu kuesioner dapat dinyatakan valid. Cara mengetahuinya yaitu dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. R hitung merupakan hubungan

dari jawaban-jawaban responden pada pertanyaan-pertanyaan di setiap variabel, lalu dianalisis dengan menggunakan SPSS. Untuk mengetahui r tabel dilakukan dengan menggunakan r tabel *product moment*. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 68 maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui r *product moment* person dengan df (*degree of freedom*) = n-2, jadi df = 68-2 = 66 maka r-tabel = 0,2404 Berikut hasil dari uji validitas menggunakan SPSS:

Tabel IV.I
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
KEPERCAAN MEREK (X1)	X1.1	0,598	0,2404	Valid
	X1.2	0,558	0,2404	Valid
	X1.3	0,793	0,2404	Valid
	X1.4	0,711	0,2404	Valid
	X1.5	0,830	0,2404	Valid
	X1.6	0,822	0,2404	Valid
KUALITAS LAYANAN (X2)	X2.1	0,683	0,2404	Valid
	X2.2	0,639	0,2404	Valid
	X2.3	0,558	0,2404	Valid
	X2.4	0,748	0,2404	Valid
	X2.5	0,414	0,2404	Valid
	X2.6	0,557	0,2404	Valid
	X2.7	0,499	0,2404	Valid
	X2.8	0,720	0,2404	Valid
	X2.9	0,759	0,2404	Valid
	X2.10	0,720	0,2404	Valid
HARGA (X3)	X3.1	0,823	0,2404	Valid
	X3.2	0,784	0,2404	Valid
	X3.3	0,742	0,2404	Valid
	X3.4	0,543	0,2404	Valid
	X3.5	0,837	0,2404	Valid
	X3.6	0,770	0,2404	Valid
KEPUASAN PELANGGAN (Y)	Y.1	0,896	0,2404	Valid
	Y.2	0,785	0,2404	Valid
	Y.3	0,902	0,2404	Valid
	Y.4	0,695	0,2404	Valid
	Y.5	0,785	0,2404	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari tabel hasil uji validitas instrumen di atas dapat dilihat bahwa r -tabel $<$ r -hitung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan guna mengetahui jawaban-jawaban dari responden dapat dipercaya atau tidak. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Berikut hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS :

Tabel IV.II
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kepercayaan Merek	0,817	0,60	Reliable
Kualitas layanan	0,822	0,60	Reliable
Harga	0,773	0,60	Reliable
Kepuasan pelanggan	0,858	0,60	Reliable

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel lebih dari 0,60 maka instrument penelitian dapat dinyatakan *reliable*.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel terikat dan bebas berdistribusi normal atau tidak. Jika data normal atau mendekati normal maka model regresi bisa dikatakan baik. Suatu

data berdistribusi normal apabila sig >0,05 dan apabila sig <0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas :

Tabel Tabel IV.III
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	68
Asymp. Sig. (2-tailed)	,170 ^{c,d}

Sumber : Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Berdasarkan hasil Uji *Kolmogrov Smirnov* pada *Asymp. Sig* di atas adalah 5% atau 0,05 yaitu sebesar 0,170. Yang artinya berdistribusi normal karena berada di atas 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu korelasi yang kuat antar variabel independen. Uji ini dilakukan dengan memperhatikan *Varian Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas:

Tabel IV.IV
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KUALITAS LAYANAN	,959	1,042
HARGA	,934	1,071
KEPERCAYAAN MEREK	,970	1,031

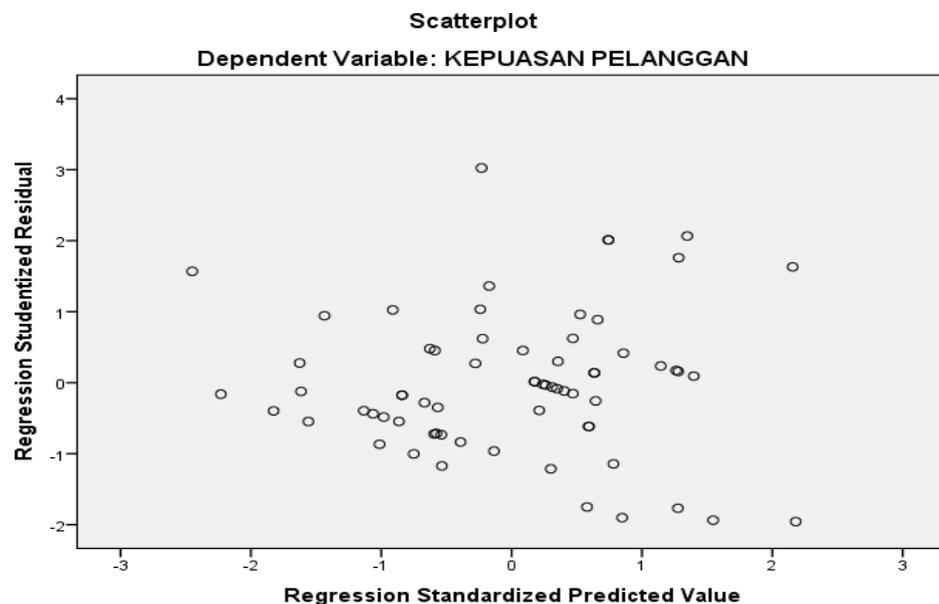
a. Dependent Variable:KepuasanPelanggan

Sumber : Hasil Penelitian 2021(datadiolah)

Berdasarkan uji multikolinieritas dalam tabel di atas, dilihat dari kepercayaan merek 0,970, kualitas layanan 0,959 dan harga 0,934 yang nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikoleneartitas dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada kepercayaan merek 1,031, kualitas layanan 1,042, dan harga 1,071 lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikoleneartitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang dipakai terjadi ketidaksamaan varians dari residual antar suatu pengamatan.Untuk menguji ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat pada pola gambat *scatterplot*.Berikut hasil uji heterokedastisitas :



Sumber :Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang acak pada gambar tersebut tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini.

D. Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (Independen) yaitu Kepercayaan Merek (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Harga (X3) terhadap variabel terikat (Dependen) yaitu Kepuasan Pelanggan Sebagai variabel Y. Bila dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_i$$

Dimana Y_i ε_i adalah nilai kesalahan yang bersangkutan dan β_0 dan β_1 koefisien-koefisien model yang harus diestimasi.

Berikut hasil perhitungan uji regresi linier berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.V
Koefisien Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	,655	3,974
Kepercayaan merek	,234	,107
Kualitas layanan	,199	,085
Harga	,238	,100

Sumber :Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Hasil regresi dalam penelitian ini menggunakan *Standardized Coefficients*. Maka persamaan linier dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,655 + 0,199X_1 + 0,238X_2 + 0,234X_3$$

Penjelasan persamaan di atas sebagai berikut :

- 1) Nilai Konstanta β_0 sebesar 0,655 artinya jika Kepercayaan Merek (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Harga (X3) tidak ada, maka kepuasan pelanggan adalah 0,655.
- 2) Nilai koefisien X1 sebesar 0,234 artinya dari tanda (+) tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan kepercayaan merek satu satuan, maka pelanggan melakukan kepuasan pelanggan, maka akan naik 0,2324 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,199 artinya dari tanda (-) tersebut menunjukkan hubungan searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan kualitas layanan satu satuan, kepuasan pelanggan, maka akan naik 0,199 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.
- 4) Nilai koefisien regresi X3 sebesar 0,238 artinya dari tanda (+) tersebut menunjukkan hubungan searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan harga satu satuan, kepuasan pelanggan, maka akan naik 0,238 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

E. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel IV.VI
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,496 ^a	,246	,210	2,649

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS LAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable:KEPUASANPELANGGAN

Sumber :Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi atau hubungan R antara variabel kepercayaan merek, kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan sebesar 0,496 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi R Square adalah sebesar 0,246 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 24,6%. Sedangkan sisanya ($100 - 24,6\% = 75,4\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R Square sebesar 0,246 (24,6%) yang memiliki arti tingkat pengaruh kepercayaan dari kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Parsial (UjiT)

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel IV.VII
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	T	Sig.
1 (Constant)	,165	,870
KUALITAS LAYANAN	2,337	,023
HARGA	2,377	,021
KEPERCAYAAN MEREK	2,187	,032

Sumber :Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Pada tabel 4.7 menunjukkan hasil uji T yang bertujuan untuk menguji variabel kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga diperoleh nilai $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,99773. Berdasarkan hasil dari uji T maka ditarik kesimpulan :

a. Kepercayaan Merek (X1)

Hasil dari uji T di atas menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Merek (X1) seperti pada tabel diperoleh t sebesar 2,187 dengan probabilitas sebesar 0,032 yang nilainya di bawah 0,05 Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b. Kualitas Layanan (X2)

Hasil dari uji T di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) seperti pada tabel diperoleh t 2,337 dengan probabilitas sebesar 0,023 yang nilainya di bawah 0,05. Dengan

demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y).

c. Harga (X3)

Hasil dari uji T di atas menunjukkan bahwa variabel Harga (X3) seperti pada tabel diperoleh t sebesar 2,377 dengan probabilitas sebesar 0,021 yang nilainya di bawah 0,05. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y).

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga yang dimasukkan dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel IV.VIII
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig
1 Regression Residual Total	6,842	,000 ^b

Sumber :Hasil Penelitian 2021(data diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 di dapat f sebesar 6,842 dengan probabilitas 0,000 yang artinya nilai di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin” maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,187 lebih besar daripada t_{tabel} 1,99714 dengan signifikansi sebesar 0,032 yang nilainya dibawah 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti variabel kepercayaan merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Kepercayaan Merek merupakan salah satu hal yang penting dalam kepuasan pelanggan dalam mengonsumsi suatu produk dan kepercayaan merek juga cara dalam membangun dan memelihara hubungan antara perusahaan atau produsen dengan pelanggannya. Dalam hal ini juga dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan merek yang ditawarkan Telkomsel mampu memenuhi harapan para pelanggannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian oleh Catur Kurniawan yang berjudul “Analisis Pengaruh Trust In Brand, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk IM3 Ooredoo Pada Mahasiswa IAIN Tulungagung” dan hasil ini sejalan pula dengan teori Murthy yang mengatakan bahwa kepercayaan merek bisa memengaruhi kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan(X2) memiliki nilai t -hitung 2,337 yang nilainya lebih besar daripada t -tabel 1,99714 dengan signifikansi sebesar 0,023 yang nilainya dibawah 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini disebabkan karena banyak orang-orang yang menganggap bahwa kualitas layanan adalah hal yang terpenting dalam penggunaan produk kartu seluler untuk kemudahan mereka dalam mengakses internet. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang cukup besar bagi sebuah perusahaan dalam persaingan pasar dan kualitas layanan juga merupakan janji produsen untuk secara konsisten memberikan seluruh manfaat produknya yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Telkomsel mampu memenuhi harapan dan kepuasan pelanggannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Aprilia Nia Fardiani dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery dan Café Pandanaran Semarang” dan hasil ini sejalan pula dengan teori Tjiptono yang mengatakan bahwa kualitas layanan bisa memengaruhi kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki nilai t -hitung sebesar 2,377 yang nilainya lebih tinggi daripada t -tabel 1,99714 dengan signifikansi 0,021 yang nilainya di bawah 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Selain kepercayaan merek dan kualitas layanan, harga juga tidak kalah penting dalam mengukur suatu kepuasan pelanggan. Harga merupakan salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk mengonsumsi suatu produk, harga merupakan faktor yang paling penting dalam persaingan pasar, Harga yang diberikan sebaiknya harus sesuai dengan manfaat dan kualitas yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, akan tetapi tidak sedikit konsumen yang rela membayar sedikit lebih mahal untuk mendapatkan manfaat dan kualitas yang bisa membuat mereka merasa puas. Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa harga yang ditawarkan oleh perusahaan Telkomsel sesuai dengan manfaat yang diterima dan mampu memenuhi harapan pelanggannya. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Dessica Dinar Sari dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen SIM Card GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta) dan hasil ini sejalan pula dengan teori Doyle yang mengatakan bahwa harga bisa memengaruhi kepuasan pelanggan.