

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Telkom yang berada di No.32, Kode Pos 22112, Jl Mariam Ginting, Gung Leto, Kec Kabanjahe, Kabupaten Karo, Sumatera Utara 22111.

3.1.2 Waktu penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan mulai dari persiapan prosedur penelitian sampai sidang hasil penelitian, direncanakan mulai bulan Desember 2022 sampai dengan bulan Mei 2023. Adapun rincian waktu kegiatan yang telah peneliti rancang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Waktu Penelitian/Minggu												
		Maret			April			Mei			Juni			Juli
1	Penyusunan Proposal Penelitian	■												
2	Pendataan Calon Responden		■											
3	Penelitian Lapangan			■	■									
4	Pengumpulan Hasil Penelitian					■								
5	Pengolahan Data Hasil Penelitian						■	■						
6	Penyajian Hasil Data Penelitian								■	■				
7	Bimbingan Hasil Penelitian										■	■	■	
8	Sidang Hasil Penelitian													■
9	Sidang Meja Hijau													■

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Objek atau individu penelitian yang digunakan peneliti yaitu jumlah pelanggan pada PT.Telkom Kabanjahe pada tahun 2021 sebanyak 1.560 pelanggan.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh suatu populasi. Menurut Sugiyono (2017:81) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana, tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu.

Melihat populasi penelitian ini cukup banyak, maka peneliti menggunakan rumus slovin atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Adapun rumus slovin ialah :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.560 orang

e (10%) = Presentase kelongaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir.

Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.560}{1 + 1.560 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.560}{1 + 1.560 \times 0.01}$$

$$n = \frac{1.560}{1 + 15.6}$$

$$n = \frac{1.560}{16.6}$$

$n = 93.9$ dibulatkan menjadi 94 orang

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif dengan analisa kuantitatif, yaitu dengan maksud untuk mencari pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Kabanjahe.

3.4 Intrumen Penelitian

Menyusun instrumen penelitian merupakan langkah penting dalam pola prosedur penelitian. Instrumen berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Menurut Siyoto (2017:78) Bentuk instrumen berkaitan dengan metode pengumpulan data antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik memperoleh informasi secara langsung melalui permintaan keterangan-keterangan kepada responden dengan melakukan tanya jawab.

2. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

3. Angket (kuesioner)

Angket adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pernyataan dan pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti untuk memperoleh informasi mengenai suatu masalah. Instrumen penelitian yang berupa angket atau kuisisioner ini dibuat dalam bentuk pernyataan yang akan dijawab oleh responden dan terdapat beberapa alternatif jawaban yang dibuat dengan model *skala likert*. Dalam setiap butir pertanyaan, disediakan lima pilihan jawaban yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2 Isntrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono dalam Agustian, *et.al* (2019)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Metode Angket atau Kuisisioner

Angket atau kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan

Menurut Siyoto (2017:79) menyatakan bahwa “angket atau kuisisioner adalah metode pengumpulan data, instrumennya disebut sesuai dengan nama metodenya. Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis, tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang ia alami dan ketahuinya”.

3.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Menurut Siyoto (2017:83) menyatakan bahwa “instrumen dokumentasi terdiri atas dua macam yaitu pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya, dan *check-list* yang memuat daftar variabel yang akan dikumpulkan datanya”. Perbedaan antara kedua bentuk instrumen ini terletak pada intensitas gejala yang diteliti. Pada pedoman dokumentasi, penulis cukup menuliskan tanda centang dalam kolom gejala, sedangkan pada *check-list*, penulis memberikan tally pada setiap pemunculan gejala.

3.6 Analisa Data

3.6.1 Uji Kualitas Data

3.6.1.1 Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu, mengukur apa yang ingin diukur. Setiap instrument yang dinyatakan valid atau tidaknya diukur melalui nilai r hitung dan r tabel dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid pada α 5%
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut tidak valid pada α 5%

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui data yang sah tersebut terus-menerus atau ada kejanggalan (ada yang tidak sah) sehingga tidak bisa dikatakan data tersebut reliabel. Pengujian ini harus ada untuk meyakinkan bahwa data tersebut layak untuk digunakan. Hal ini digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,60. kuesioner dinyatakan handal bila memiliki nilai *cronbach's alpha* > dari 0,60.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi, sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data, masalah ini sering disebut dengan masalah pengujian asumsi klasik.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas atau tidak. Priyatno (2017:90) mengemukakan bahwa “uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal”.

Dalam pengujian ini menggunakan uji *Kolomogorof-Smirnov* yang merupakan salah satu pengujian normalitas dengan melihat seluruh data yang akan diolah satu persatu apakah berdistribusi normal atau tidak dengan kriteria $\alpha = 0,05$. Dalam pengujian normalitas seluruh tahap pengujian akan dipermudah dengan penggunaan aplikasi SPSS versi 22.

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dalam residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Priyatno (2017:108), mengatakan bahwa heteroskedestisitas adalah varian residul yang tidak

sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dibantu dengan program aplikasi SPSS versi 22.00

3.7.3 Uji Multikolenaritas

Multikolinearitas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS. Machali (2017:107) menyatakan bahwa uji multikolinearitas dilakukan dengan SPSS version 22 dilakukan dengan uji regresi, patokan nilai dengan VIF (*Variance Infaltion Factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai $VIF < 10$ atau memiliki *tolerance* $> 0,1$ maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi.
- b. Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak terdapat masalah pada multikolinearitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat, pada penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi ganda adapun persamaan regresi ganda dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Koefisien regresi kualitas produk

b = Koefisien regresi pelayanan

X₁ = Kualitas produk

X₂ = Pelayanan

e = *Error of term*

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Kabanjahe secara parsial dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Secara parsial variabel kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan kriteria pengambilan keputusan $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$.

H_a : Secara parsial variabel kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan kriteria pengambilan keputusan $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$.

3.9.2 Uji f

Pengujian serempak dengan melakukan uji f hitung, dengan mencari besarnya f hitung yang akan dibandingkan dengan f table. Pengujian f hitung digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variable bebas (X) secara serempak/bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variable terikat (Y). Pengujian hipotesis secara serempak dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_0 : Secara serempak kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan kriteria pengambilan keputusan $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$.

H_a : Secara serempak kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan kriteria pengambilan keputusan $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$.

3.10 Uji Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati 0), maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak terlalu berpengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak cukup kuat untuk menerangkan bagaimana pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikatnya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum PT.Telkom Kabanjahe

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT. Telkom) adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Pada tanggal 23 Oktober 1856, Pemerintahan Belanda untuk pertama kalinya di Indonesia menyediakan layanan telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Batavia (Jakarta) dan Bogor. Tanggal 23 Oktober kemudian diperingati sebagai tanggal berdirinya Telkom. Sebelum memasuki masa kemerdekaan, Pemerintah Belanda mendirikan "*Post en Telegraafdienst*" yang beroperasi menyediakan layanan pos dan telegraf, serta membentuk Jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (*Post, Telegraph en Telephone Dienst*) yang mengatur tata layanan pos dan telekomunikasi. Setelah merdeka, Pemerintah Indonesia mengubah status jawatan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi ("PN Postel") pada tahun 1961.

Pada tahun 1965, Pemerintah melakukan *spin-off* jasa telekomunikasi dengan membentuk badan baru Perusahaan Negara Telekomunikasi ("PN Telekomunikasi"). PN Telekomunikasi menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi Indonesia (Perumtel) pada tahun 1974 dan kemudian menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No.25 Tahun 1991 hingga sekarang.

Memasuki awal dekade kedua abad milenium, pada tahun 2012 Telkom mengukuhkan diri menjadi penyelenggara *times* (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Services*) untuk meningkatkan *business value creation*. Selain itu, Telkom juga membangun *image* baru dengan menampilkan logo dan *tagline* Perseroan yang baru "*the world in your hand*". Setahun kemudian, telkom merambah ke mancanegara di kawasan benua Asia dan Amerika. Paradigma baru mendorong Telkom mengembangkan produk berbasis digital dan melakukan investasi pada infrastruktur telekomunikasi dan informasi. Telkom menyelesaikan proyek kabel serat optik bawah laut jakaladema pada April 2010 yang menghubungkan Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Denpasar, dan Mataram.

Kabel bawah laut Telkom juga terbentang dari benua Asia ke benua Eropa dan Amerika. Kemudian Telkom juga menggelar Telkom Nusantara *Super Highway* dan *True Broadband Access* yang menyediakan akses internet berkapasitas 20 Mbps - 100 Mbps bagi masyarakat di seluruh Indonesia. Pada Desember 2014, Telkom melalui entitas anak Telkomsel meluncurkan layanan 4G secara komersial. Tahun berikutnya, Telkom melahirkan IndiHome yang menyediakan akses internet, telepon rumah, dan TV interaktif (TV kabel UseeTV) bagi pelanggannya.

Untuk meningkatkan Produk dan jasa layanannya serta untuk mempermudah masyarakat agar dapat mencapai keinginannya, PT Telkom membuka berbagai kantor cabang yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia yang meliputi :

- 
- a. Telkom Regional I : Sumatra,
 - b. Telkom Regional II : Jakarta dan sekitarnya,
 - c. Telkom Regional III : Jawa Barat,
 - d. Telkom Regional IV : Jawa Tengah dan Yogyakarta,
 - e. Telkom Regional V : Jawa Timur,
 - f. Telkom Regional VI : Kalimantan,
 - g. Telkom Regional VII : Kawasan Timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua).

4.1.2 Visi dan Misi PT.Telkom Kabanjahe

- a. Visi

To become a leading Telecommunication, Information, Media & Edutainment (TIME) Player in the Region”

Penjelasan :

Telkom berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *Telecominication, Information, Media & Edutainment (TIME)* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik

- b. Misi

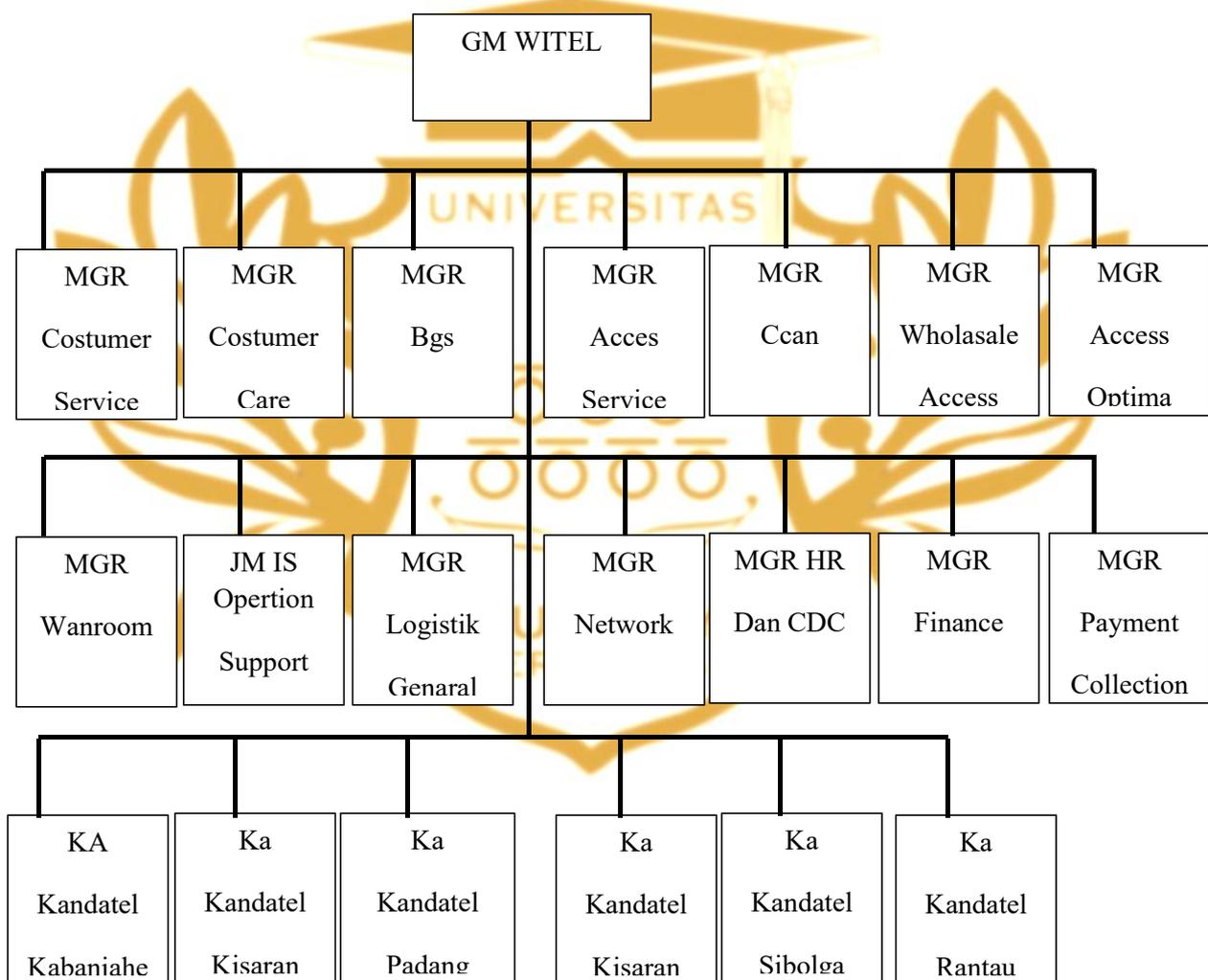
“TIME Service with Exellent Quality & Competitive Price”” and *“To Be the Role Model as the Best Meneged Indinesian Corporation”*”

Penjelasan :

Telkom berkomitmen memberikan layanan dengan jaminan, bahwa pelanggan akan mendapatkan kualitas layanan terbaik, berupa kemudahan produk dan jaringan berkualitas dengan harga yang competitive.

4.1.3 Struktur Organisasi PT.Telkom Kabanjahe

Ada pun struktur organisasi dari PT.Telkom Kabanjahe yakni seperti pada gambar di bawah ini.



**Gambar 4.1 : Struktur Organisasi PT. Telkom
Sumber : PT. Telkom Kabanjahe**

4.1.4 Uraian Tugas Pada PT.Telkom Kabanjahe

Berikut ini adalah uraian tugas setiap bagian struktur organisasi pada PT. Telkom Kabanjahe adalah sebagai berikut :

1. GM WITEL

Bertanggung jawab langsung terhadap kegiatan operasional Kandatel secara umum dan bertanggung jawab terhadap kepala divisi Regional Kadivre.

2. MGR *Customer Service*

Bertanggung jawab untuk membina *relationship* dengan *customer* dan menyampaikan keinginan *customer* ke bagian lain di dalam perusahaan.

3. MGR *Customer Care*

Bertanggung jawab mengurus pelanggan, menampung keluhan dan aspirasinya, menjawab keluhan konsumen.

4. MGR BGES (*Business Government Enterprise Service*)

Bertanggung jawab untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi oleh AM (*Account Manager*) dengan pelanggan.

5. MGR *Access Service*

Bertanggung jawab dalam hal pemeliharaan perangkat-perangkat Telkom baik perangkat aktif maupun pasif serta penanganan gangguan atau *trouble shooting* yang dialami oleh pelanggan *retail, business, dan corporate*.

6. MGR CCAN (*Corporate Customer Access Network*)

Bertanggung jawab dalam pemeliharaan saluran data dan Internet, perbaikan saluran pelanggan cluster, pemeliharaan saluran LC (Led Cenal).

7. MGR *Wholesale Acces*

Bertanggung jawab untuk menjalankan pengelolaan jalur pengiriman dan layanan pelanggan untuk bisnis korporasi dan *wholesale* termasuk berbagai unit seperti Divisi *Enterprise Service* ("ESC") dan Divisi *Carrier and Interconnection Service* ("CISC").

8. MGR *Access Optima*

- a) Mengevaluasi kinerja sistem Copper & DSLI *Access Network* dan memberikan solusi optimalisasi system
- b) Mengevaluasi kinerja system CPE dan memberikan solusi optimalisasi system
- c) Mengevaluasi kinerja system *Optical Access Network* (OAN) dan memberikan solusi optimalisasi system

- d) Mengalokasikan sumber daya dan memprediksi utilitas masing-masing sumber daya untuk mencapai sasaran secara optimal.
9. MGR Warroom
Bertanggung jawab memenuhi kebutuhan perusahaan dalam rangka upaya strategi bisnis untuk peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan.
 10. JM IS *Operation Support*
Bertugas untuk merencanakan sasaran dan ruang lingkup project serta merinci aktivitas project dan penjadwalannya. Mampu melakukan monitoring dan reporting pelaksanaan project.
 11. MGR Logistik & General
Mengelola non CAPEX (*Capital Expenditure*) dan pergudangan
 12. MGR *Network*
Bertugas mengintegrasikan penyelenggaraan pengelolaan infrastruktur dan jasa, yang dikelola dalam satu manajemen secara focus dan terintegrasi.
 13. MGR HR & CDC
Bertugas untuk membina program usaha kecil dan bina lingkungan.
 14. MGR *Finance*
Bertugas untuk mengelola dan mengendalikan keuangan perusahaan.
 15. MGR *Payment Collection*
Bertanggung jawab dalam mengcollect seluruh pembayaran pelanggan telkom, termasuk pembiayaan proyek.

4.1.5 Analisis Deskriptif Responden Pada PT.Telkom Kabanjahe

Analisis deskriptif dalam penelitian ini merupakan uraian atau penjelasan dari hasil pengumpulan data primer berupa kuisioner yang telah di isi oleh responden penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 orang responden. Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin, usia dan pendidikan dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	57	60.64

Perempuan	37	39.36
Jumlah	94	100

Sumber : Hasil penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui jenis kelamin PT. Telkom Kabanjahe yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin laki – laki berjumlah 57 responden (60.64%) dan sisanya berjumlah 37 responden (39.36%) berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 20 tahun	18	19.15
20-29 tahun	28	29.79
30-39 tahun	32	34.04
40-49 tahun	12	12.77
> 50 tahun	4	4.26
Jumlah	94	100

Sumber : Hasil penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa rata-rata responden tergolong pada usia produktif. Jumlah responden yang paling banyak adalah pada kelompok 30-39 tahun sebanyak 32 orang atau sebesar 34.04% kemudian umur 20-29 tahun sebanyak 28 orang atau 29.79%, responden yang berumur < 20 tahun sebanyak 18 orang atau 19.15%, kemudian 40-49 tahun sebanyak 12 orang atau 12.77% dan kelompok umur > 50 tahun sebanyak 4 orang atau 4.26%

3. Pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD	9	9.57
SMP	18	19.15
SMA	29	30.85
Sarjana	38	40.43
Jumlah	94	100

Sumber : Hasil penelitian data diolah, 2023

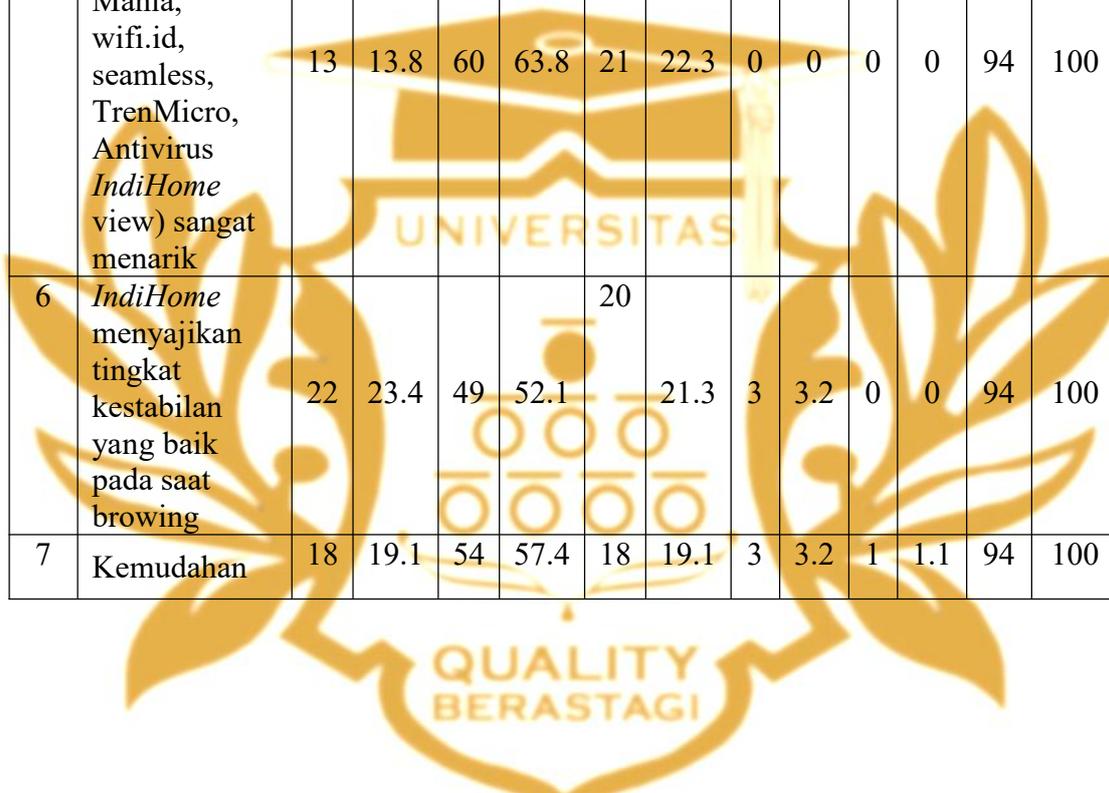
Berdasarkan tabel di 4.3 atas dapat diketahui bahwa dari 94 responden yang berpendidikan SD sebanyak 9 orang atau 9.57%, tingkat pendidikan SMP sebanyak 18 orang atau 19.15%, tingkat pendidikan SMA sebanyak 29 orang atau 30.85%, dan tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 38 orang atau 40.43%.

1.1.6 Analisis Deskriptif Variabel

1. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Jaringan internet <i>IndiHome</i> bagus	17	18.1	54	57.4	22	23.4	1	1.1	0	0	94	100
2	Kualitas jaringan tidak mengalami penurunan dari waktu ke waktu	13	13.8	53	56.4	25	26.6	3	3.2	0	0	94	100
3	Siaran UseeTV tahan terhadap segala cuaca	19	20.2	47	50.0	23	24.5	5	5.3	0	0	94	100
4	Fitur <i>IndiHome</i> (Telpon Mania, wifi.id, seamless, TrenMicro, Antivirus, <i>IndiHome</i> view) sangat lengkap	19	20.2	54	57.4	20	21.3	0	0	1	1.1	94	100
5	Tawaran bonus pada fitur (Telepon Mania, wifi.id, seamless, TrenMicro, Antivirus <i>IndiHome</i> view) sangat menarik	13	13.8	60	63.8	21	22.3	0	0	0	0	94	100
6	<i>IndiHome</i> menyajikan tingkat kestabilan yang baik pada saat browsing	22	23.4	49	52.1	20	21.3	3	3.2	0	0	94	100
7	Kemudahan	18	19.1	54	57.4	18	19.1	3	3.2	1	1.1	94	100



	pada jaringan koneksi <i>IndiHome</i> dibandingkan jaringan lainnya												
8	<i>IndiHome</i> memiliki pilihan aplikasi yang menarik	17	18.1	51	54.3	22	23.4	4	4.3	0	0	94	100
9	Kecepatan internet berkecepatan tinggi	19	20.2	50	53.2	23	24.5	2	2.1	0	0	94	100
10	Kecepatan ineternet dari waktu ke waktu tidak berubah	17	18.1	53	56.4	21	22.3	2	2.1	1	1.1	94	100

Sumber : Hasil penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas untuk setiap item pernyataan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama, dari 94 responden sebanyak 17 responden atau sebesar 18.1% sangat setuju, sebanyak 54 responden atau sebesar 57.4% menyatakan setuju, 22 responden atau sebesar 23.4% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju jaringan internet *IndiHome* bagus
2. Pada pernyataan ke dua, dari 94 responden sebanyak 13 responden atau sebesar 13.8% sangat setuju, sebanyak 53 responden atau sebesar 56.4% menyatakan setuju, 25 responden atau sebesar 26.6% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 3 responden atau sebesar 3.2% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kualitas jaringan tidak mengalami penurunan dari waktu ke waktu
3. Pada pernyataan ke tiga, dari 94 responden sebanyak 19 responden atau sebesar 20.2% sangat setuju, sebanyak 47 responden atau sebesar 50.0% menyatakan setuju, 23 responden atau sebesar 24.5% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 5 responden atau sebesar 5.3% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju siaran UseeTV tahan terhadap segala cuaca
4. Pada pernyataan ke empat, dari 94 responden sebanyak 19 responden atau sebesar 20.2% sangat setuju, sebanyak 54 responden atau sebesar 57.4% menyatakan setuju, 20

responden atau sebesar 21.3% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju fitur *IndiHome* (Telpon Mania, wifi.id, seamless, TrenMicro, Antivirus, *IndiHome* view) sangat lengkap

5. Pada pernyataan ke lima, dari 94 responden sebanyak 13 responden atau sebesar 13.8% sangat setuju, sebanyak 60 responden atau sebesar 63.8% menyatakan setuju dan 21 responden atau sebesar 22.3% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju tawaran bonus pada fitur (Telepon Mania, wifi.id, seamless, TrenMicro, Antivirus *IndiHome* view) sangat menarik
6. Pada pernyataan ke enam, dari 94 responden sebanyak 22 responden atau sebesar 23.4% sangat setuju, sebanyak 49 responden atau sebesar 52.1% menyatakan setuju, 20 responden atau sebesar 21.3% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 3 responden atau sebesar 3.2% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju *indiHome* menyajikan tingkat kestabilan yang baik pada saat browsing
7. Pada pernyataan ke tujuh, dari 94 responden sebanyak 18 responden atau sebesar 19.1% sangat setuju, sebanyak 54 responden atau sebesar 57.4% menyatakan setuju, 18 responden atau sebesar 19.1% menyatakan kurang setuju, sebanyak 3 responden atau sebesar 3.2% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kemudahan pada jaringan koneksi *IndiHome* dibandingkan jaringan lainnya
8. Pada pernyataan ke delapan, dari 94 responden sebanyak 17 responden atau sebesar 18.1% sangat setuju, sebanyak 51 responden atau sebesar 54.3% menyatakan setuju, 22 responden atau sebesar 23.4% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 4 responden atau sebesar 4.3% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju *indiHome* memiliki pilihan aplikasi yang menarik
9. Pada pernyataan ke sembilan, dari 94 responden sebanyak 19 responden atau sebesar 20.2% sangat setuju, sebanyak 50 responden atau sebesar 53.2% menyatakan setuju, 23 responden atau sebesar 24.5% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kecepatan internet berkecepatan tinggi
10. Pada pernyataan ke sepuluh, dari 94 responden sebanyak 17 responden atau sebesar 18.1% sangat setuju, sebanyak 53 responden atau sebesar 56.4% menyatakan setuju, 21 responden atau sebesar 22.3% menyatakan kurang setuju, sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1%

menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kecepatan ineternet dari waktu ke waktu tidak berubah

2. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X2)

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan

No	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Lingkungan PT.Telkom bersih dan nyaman	19	20.2	51	54.3	22	23.4	2	2.1	0	0	94	100
2	Karyawan pada PT. Telkom berpenampilan rapi dan bersih	15	16.0	55	58.5	20	21.3	4	4.3	0	0	94	100
3	PT. Telkom menangani keluhan pelanggan dengan tepat waktu	12	12.8	64	68.1	18	19.1	0	0	0	0	94	100
4	Kesesuaian tarif layanan sesuai dengan fasilitas yang diterima	8	8.5	60	63.8	24	25.5	2	2.1	0	0	94	100
5	Kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	11	11.7	52	55.3	28	29.8	3	3.2	0	0	94	100
6	Karyawan menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap PT. Telkom untuk menggunakan produk yang ditawarkan	8	8.5	52	55.3	34	36.2	0	0	0	0	94	100
7	Karyawan mengutamakan kepentingan	12	12.8	47	50.0	33	35.1	2	2.1	0	0	94	100

	dan kebutuhan pelanggan												
8	Karyawan memahami setiap kebutuhan dan keluhan dari pelanggan	16	17.0	43	45.7	34	36.2	0	0	1	1.1	94	100
9	Kesediaan karyawan dalam memahami kesulitan informasi yang dihadapi pelanggan	14	14.9	38	40.4	40	42.6	2	2.1	0	0	94	100
10	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dan tepat dalam menangani keluhan pelanggan	13	13.8	44	46.8	34	36.2	2	2.1	1	1.1	94	100

Sumber : Hasil penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas untuk setiap item pernyataan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama, dari 94 responden sebanyak 19 responden atau sebesar 20.2% sangat setuju, sebanyak 51 responden atau sebesar 54.3% menyatakan setuju, 22 responden atau sebesar 23.4% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju lingkungan PT. Telkom bersih dan nyaman
2. Pada pernyataan ke dua, dari 94 responden sebanyak 15 responden atau sebesar 16.0% sangat setuju, sebanyak 55 responden atau sebesar 58.5% menyatakan setuju, 20 responden atau sebesar 21.3% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 4 responden atau sebesar 4.3% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju karyawan pada PT. Telkom berpenampilan rapi dan bersih
3. Pada pernyataan ke tiga, dari 94 responden sebanyak 12 responden atau sebesar 12.8% sangat setuju, sebanyak 64 responden atau sebesar 68.1% menyatakan setuju dan 18 responden atau sebesar 19.1% menyatakan kurang. Hal ini menunjukkan bahwa

responden pada umumnya setuju PT. Telkom menangani keluhan pelanggan dengan tepat waktu

4. Pada pernyataan ke empat, dari 94 responden sebanyak 8 responden atau sebesar 8.5% sangat setuju, sebanyak 60 responden atau sebesar 63.8% menyatakan setuju, 24 responden atau sebesar 25.5% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kesesuaian tarif layanan sesuai dengan fasilitas yang diterima
5. Pada pernyataan ke lima, dari 94 responden sebanyak 11 responden atau sebesar 11.7% sangat setuju, sebanyak 52 responden atau sebesar 55.3% menyatakan setuju, 28 responden atau sebesar 29.8% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 3 responden atau sebesar 3.2% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani pelanggan
6. Pada pernyataan ke enam, dari 94 responden sebanyak 8 responden atau sebesar 8.5% sangat setuju, sebanyak 52 responden atau sebesar 55.3% menyatakan setuju dan 34 responden atau sebesar 36.2% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju karyawan menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap PT. Telkom untuk menggunakan produk yang ditawarkan
7. Pada pernyataan ke tujuh, dari 94 responden sebanyak 12 responden atau sebesar 12.8% sangat setuju, sebanyak 47 responden atau sebesar 50.0% menyatakan setuju, 33 responden atau sebesar 35.1% menyatakan kurang setuju dan 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju karyawan mengutamakan kepentingan dan kebutuhan pelanggan
8. Pada pernyataan ke delapan, dari 94 responden sebanyak 16 responden atau sebesar 17.0% sangat setuju, sebanyak 43 responden atau sebesar 45.7% menyatakan setuju, 34 responden atau sebesar 36.2% menyatakan kurang setuju dan 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju karyawan memahami setiap kebutuhan dan keluhan dari pelanggan
9. Pada pernyataan ke sembilan, dari 94 responden sebanyak 14 responden atau sebesar 14.9% sangat setuju, sebanyak 38 responden atau sebesar 40.4% menyatakan setuju, 40 responden atau sebesar 42.6% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kesediaan karyawan dalam memahami kesulitan informasi yang dihadapi pelanggan

10. Pada pernyataan ke sepuluh, dari 94 responden sebanyak 13 responden atau sebesar 13.8% sangat setuju, sebanyak 44 responden atau sebesar 46.8% menyatakan setuju, 34 responden atau sebesar 36.2% menyatakan kurang setuju, sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1 meyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dan tepat dalam menangani keluhan pelanggan
3. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki PT.Telkom menunjukkan bahwa PT. Telkom adalah perusahaan yang dapat dipercaya	22	23.4	59	62.8	11	11.7	2	2.1	0	0	94	100
2	Apakah PT. Telkom merespon tiap keluhan pelanggan dengan baik	17	18.1	65	69.1	8	8.5	4	4.3	0	0	94	100
3	Apakah jaringan <i>IndiHome</i> stabil sehingga dapat memenuhi kebutuhan anda	16	17.0	71	75.5	7	7.4	0	0	0	0	94	100
4	Harga produk <i>IndiHome</i> yang ditawarkan PT. Telkom terjangkau	13	13.8	63	67.0	16	17.0	2	2.1	0	0	94	100
5	Harga paket <i>IndiHome</i> sesuai dengan kualitas layanan yang	12	12.8	65	69.1	16	17.0	1	1.1	0	0	94	100

	didapatkan												
6	Harga yang ditawarkan oleh <i>IndiHome</i> lebih murah dibanding dari produk yang lain	15	16.0	51	54.3	27	28.7	1	1.1	0	0	94	100
7	Perilaku karyawan PT. Telkom sesuai dengan harapan Anda ketika Anda membutuhkan bantuan	13	13.8	55	58.5	26	27.7	0	0	0	0	94	100
8	Kualitas pelayanan karyawan PT. Telkom yang membuat Anda yakin dan percaya untuk menjadi pelanggan	18	19.1	41	43.6	32	34.0	2	2.1	1	1.1	94	100
9	Anda merasa puas terhadap layanan paket <i>IndiHome</i> sehingga menjadi alasan Anda untuk memperpanjang masa berlangganan	17	18.1	49	52.1	27	28.7	1	1.1	0	0	94	100
10	Kualitas jaringan <i>IndiHome</i> sesuai dengan yang Anda harapkan	16	17.0	45	47.9	31	33.0	1	1.1	1	1.1	94	100

Sumber : Hasil penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas untuk setiap item pernyataan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama, dari 94 responden sebanyak 22 responden atau sebesar 22.4% sangat setuju, sebanyak 59 responden atau sebesar 62.8% menyatakan setuju, 11 responden atau sebesar 11.7% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 2 responden atau

sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju sarana dan prasarana yang dimiliki PT.Telkom menunjukkan bahwa PT. Telkom adalah perusahaan yang dapat dipercaya

2. Pada pernyataan ke dua, dari 94 responden sebanyak 17 responden atau sebesar 18.1% sangat setuju, sebanyak 65 responden atau sebesar 69.1% menyatakan setuju, 8 responden atau sebesar 8.5% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 4 responden atau sebesar 4.3% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju PT. Telkom merespon tiap keluhan pelanggan dengan baik
3. Pada pernyataan ke tiga, dari 94 responden sebanyak 16 responden atau sebesar 17.0% sangat setuju, sebanyak 71 responden atau sebesar 75.5% menyatakan setuju dan 7 responden atau sebesar 7.4% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju jaringan *IndiHome* stabil sehingga dapat memenuhi kebutuhan
4. Pada pernyataan ke empat, dari 94 responden sebanyak 13 responden atau sebesar 13.8% sangat setuju, sebanyak 63 responden atau sebesar 67.0% menyatakan setuju, 16 responden atau sebesar 17.0% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju harga produk *IndiHome* yang ditawarkan PT. Telkom terjangkau
5. Pada pernyataan ke lima, dari 94 responden sebanyak 12 responden atau sebesar 12.8% sangat setuju, sebanyak 65 responden atau sebesar 69.1% menyatakan setuju, 16 responden atau sebesar 17.0% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju harga paket *IndiHome* sesuai dengan kualitas layanan yang didapatkan
6. Pada pernyataan ke enam, dari 94 responden sebanyak 15 responden atau sebesar 16.0% sangat setuju, sebanyak 51 responden atau sebesar 54.3% menyatakan setuju, 27 responden atau sebesar 28.7% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju harga yang ditawarkan oleh *IndiHome* lebih murah dibanding dari produk yang lain
7. Pada pernyataan ke tujuh, dari 94 responden sebanyak 13 responden atau sebesar 13.8% sangat setuju, sebanyak 55 responden atau sebesar 58.5% menyatakan setuju dan 26 responden atau sebesar 27.7% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju perilaku karyawan PT.Telkom sesuai dengan harapan Anda ketika Anda membutuhkan bantuan

8. Pada pernyataan ke delapan, dari 94 responden sebanyak 18 responden atau sebesar 19.1% sangat setuju, sebanyak 41 responden atau sebesar 43.6% menyatakan setuju, 32 responden atau sebesar 34.0% menyatakan kurang setuju, sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1% menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kualitas pelayanan karyawan PT. Telkom yang membuat Anda yakin dan percaya untuk menjadi pelanggan
9. Pada pernyataan ke sembilan, dari 94 responden sebanyak 17 responden atau sebesar 18.1% sangat setuju, sebanyak 49 responden atau sebesar 52.1% menyatakan setuju, 27 responden atau sebesar 28.7% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju merasa puas terhadap layanan paket *IndiHome* sehingga menjadi alasan Anda untuk memperpanjang masa berlangganan
10. Pada pernyataan ke sepuluh, dari 94 responden sebanyak 16 responden atau sebesar 17.0% sangat setuju, sebanyak 45 responden atau sebesar 47.9% menyatakan setuju, 31 responden atau sebesar 33.0% menyatakan kurang setuju, sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau sebesar 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju kualitas jaringan *IndiHome* sesuai dengan yang Anda harapkan

4.1.6 Uji Kualitas Data

4.1.6.1 Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu, mengukur apa yang ingin diukur. Setiap instrument yang dinyatakan valid atau tidaknya diukur melalui nilai r hitung dan r tabel dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid pada α 5%

b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut tidak valid pada α 5%

Uji validitas ini dilakukan pada 94 orang responden, dengan ketentuan apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti data empirik dari variabel penelitian adalah valid. Hasil r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%, maka $df = 94 - 2 = 92$ sehingga r_{tabel} dengan $df = 92$ adalah 0.202. Maka di dapat hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini.

Tabel 4.7 Uji Validitas Instrumen Variabel Independen

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas produk (X1)			
Pertanyaan 1	0.698	0.202	Valid
Pertanyaan 2	0.753	0.202	Valid
Pertanyaan 3	0.797	0.202	Valid
Pertanyaan 4	0.673	0.202	Valid
Pertanyaan 5	0.760	0.202	Valid
Pertanyaan 6	0.866	0.202	Valid
Pertanyaan 7	0.840	0.202	Valid
Pertanyaan 8	0.794	0.202	Valid
Pertanyaan 9	0.907	0.202	Valid
Pertanyaan 10	0.775	0.202	Valid
Pelayanan (X2)			
Pertanyaan 1	0.637	0.202	Valid
Pertanyaan 2	0.636	0.202	Valid
Pertanyaan 3	0.696	0.202	Valid
Pertanyaan 4	0.469	0.202	Valid
Pertanyaan 5	0.787	0.202	Valid
Pertanyaan 6	0.773	0.202	Valid
Pertanyaan 7	0.765	0.202	Valid
Pertanyaan 8	0.641	0.202	Valid
Pertanyaan 9	0.799	0.202	Valid
Pertanyaan 10	0.695	0.202	Valid
Kepuasan konsumen (Y)			
Pertanyaan 1	0.406	0.202	Valid
Pertanyaan 2	0.471	0.202	Valid
Pertanyaan 3	0.426	0.202	Valid
Pertanyaan 4	0.441	0.202	Valid
Pertanyaan 5	0.432	0.202	Valid
Pertanyaan 6	0.670	0.202	Valid
Pertanyaan 7	0.674	0.202	Valid
Pertanyaan 8	0.690	0.202	Valid
Pertanyaan 9	0.524	0.202	Valid
Pertanyaan 10	0.668	0.202	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Dari hasil uji validitas seperti yang disajikan pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan valid karena $r_{hitung} > r_{table}$. Dikarenakan seluruh item pernyataan valid, hal ini menunjukkan bahwa data penelitian dinyatakan baik.

4.1.6.2 Uji Reliabilitas

Selain alat ukur dinyatakan valid, maka selanjutnya daftar yang disebar kepada responden dilakukan uji reliabilitas data yaitu dengan melihat nilai *cronbach alpha*, jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.60 maka kuesioner penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk (X1)	0.931	>0.60	Reliabel
Pelayanan (X2)	0.876	>0.60	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0.734	>0.60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.931 dan lebih besar dari 0.60 sehingga data reliabel dan dapat diterapkan, artinya sebesar 93.1% data kuesioner dikatakan reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel pelayanan (X2) sebesar 0.876 dan lebih besar dari 0.60 sehingga data reliabel dan dapat diterapkan, artinya sebesar 87.6% data kuesioner dikatakan reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.734 dan lebih besar dari 0.60 sehingga data reliabel dan dapat diterapkan, artinya sebesar 73.4% data kuesioner dikatakan reliabel.

4.1.7 Pengujian Asumsi Klasik

4.1.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai pengujian untuk mengetahui data instrument variable kualitas produk (X1), pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y) berdistribusi normal atau tidak. Dalam pengujian ini menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov* yang merupakan salah satu pengujian normalitas dengan melihat seluruh data yang akan diolah satu persatu apakah berdistribusi normal atau tidak dengan kriteria $\alpha = 0,05$. Dalam pengujian normalitas seluruh tahap pengujian akan dipermudah dengan penggunaan aplikasi SPSS versi 22.00. Berikut disajikan hasil pengujian normalitas data dengan rumus perhitungan *Kolmogorov –Smirnov* yang diolah menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics* 22.00.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99155592
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.078
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.110 ^c

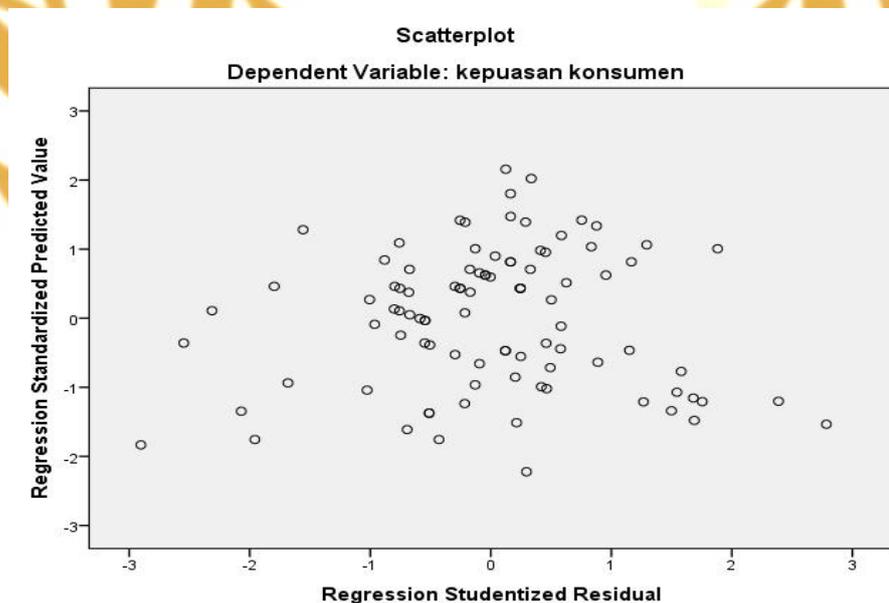
- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.9, menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0.110 berada diatas nilai signifikan $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti variabel residual berdistribusi normal.

4.1.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas, pengujian ini dilakukan dengan uji *Scatterplot*, yaitu jika titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

Berdasarkan gambar 4.2 grafik *scatterplot* dapat dilihat titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk kualitas produk dan pelayanan yang mempengaruhi oleh kepuasan konsumen.

4.1.7.3 Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* melalui program *SPSS*. Machali (2017:107) menyatakan bahwa uji multikolinearitas dilakukan dengan *SPSS version 22* dilakukan dengan uji regresi, patokan nilai dengan *VIF (Variance Inflation Factor)* dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai $VIF < 10$ atau memiliki *tolerance* $> 0,1$ maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi.
- b. Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak terdapat masalah pada multikolinearitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.847	1.822		7.598	.000		
	kualitas produk	.084	.041	.133	2.069	.041	.793	1.262
	pelayanan	.582	.049	.768	11.907	.000	.793	1.262

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan bahwa nilai tolerance dari setiap variabel independen pada tabel di atas $> 0,1$ dan nilai VIF dari setiap variabel independen < 5 artinya tidak terdapat multikolinearitas.

4.1.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi liner berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar variabel bebas yang bisa disebut X_1, X_2 dengan variabel terikat yang bisa disebut Y . persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Koefisien regresi kualitas produk

b = Koefisien regresi pelayanan

X₁ = Kualitas produk

X₂ = Pelayanan

e = *Error of term*

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS* yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.847	1.822		7.598	.000
	kualitas produk	.084	.041	.133	2.069	.041
	pelayanan	.582	.049	.768	11.907	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengolahan regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel 4.11, maka di peroleh hasil regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 13.847 + 0.084X_1 + 0.582X_2 + e$$

1. Konstanta (a) = 13.847 ini menunjukkan harga konstan, dimana variabel kualitas produk (X₁), pelayanan (X₂) = 0, maka kepuasan konsumen tetap sebesar 13.847.
2. Koefisien X₁ = 0.084, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain jika variabel kualitas produk semakin diperbaiki dan ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0.084.
3. Koefisien X₂ = 0.582, hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain apabila variabel pelayanan semakin diperbaiki dan ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0.582

4.1.9 Uji Hipotesis

4.1.9.1 Uji t

Nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} pada tingkat kesalahan (α) = 5% dengan derajat kebebasan (df) = $(n - 2)$. Jumlah sampel (n) adalah sebanyak 94 orang, jadi $df = (94 - 2) = 92$. Dengan demikian t_{tabel} sebesar 1.661. Variabel bebas dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat bisa dilihat dari probabilitas variabel bebas dibandingkan dengan tingkat kesalahannya (α). Jika probabilitas variabel bebas lebih besar dari tingkat kesalahannya (α) maka variabel bebas tidak berpengaruh, tetapi jika probabilitas variabel bebas lebih kecil dari tingkat kesalahannya (α) maka variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji – t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.847	1.822		7.598	.000
	kualitas produk	.084	.041	.133	2.069	.041
	pelayanan	.582	.049	.768	11.907	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel nilai kualitas produk (X_1) adalah 2.069, untuk variabel pelayanan (X_2) adalah 11.907. berdasarkan kriteria uji hipotesis, maka dapat disimpulkan :

1. Nilai t_{hitung} kualitas produk 2.069 dan nilai t_{tabel} 1.661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.069 > 1.661) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nilai kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan ($0.041 < 0.05$) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
2. Nilai t_{hitung} pelayanan 11.907 dan nilai t_{tabel} 1.661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (11.907 > 1.661) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan ($0.000 < 0.50$) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

4.1.9.2 Uji f

Tabel 4.13 Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	861.688	2	430.844	106.290	.000 ^b
	Residual	368.865	91	4.053		
	Total	1230.553	93			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), pelayanan , kualitas produk

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan 4.13 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah 106.290 dengan tingkat signifikansi 0.000, sedangkan F_{tabel} adalah 2.70 dan $\alpha = 5\%$. Oleh karena F_{hitung} 106.290 >

$F_{\text{tabel}} 2.70$ dan tingkat signifikansinya $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara serentak atau simultan terhadap variabel kepuasan konsumen.

4.1.9.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati 0), maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak terlalu berpengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak cukup kuat untuk menerangkan bagaimana pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.700	.694	2.013

a. Predictors: (Constant), pelayanan , kualitas produk

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) mampu diterangkan oleh variabel bebas yaitu variabel kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0.700. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X1 dan X2) yaitu sebesar 70% mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan sisanya 30% dapat dijelaskan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

4.2 Pembahasan

4.2.1....Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. Menurut Yunita (2021:60) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk”.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari analisis regresi linear berganda nilai variabel kualitas produk sebesar 0.084 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk

berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain jika variabel kualitas produk semakin diperbaiki dan ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0.084. Menurut Harjadi (2021:35) dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi suatu produk

Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

2. Wujud luar

Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.

3. Biaya produk bersangkutan

Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana terlihat nilai dari r_{hitung} pada pertanyaan 1 sebesar 0.698, pertanyaan 2 sebesar 0.753, pertanyaan 3 sebesar 0.797, pernyataan 4 sebesar 0.673, pernyataan 5 sebesar 0.760, pertanyaan 6 sebesar 0.866, pertanyaan 7 sebesar 0.840, pertanyaan 8 sebesar 0.794, pertanyaan 9 sebesar 0.907 dan pertanyaan 10 sebesar 0.775. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing – masing dari butir pertanyaan untuk variabel kualitas produk (X1) adalah valid. Hasil uji reabilitas diperoleh nilai variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.931 dan lebih besar dari 0.60 sehingga data reliabel dan dapat diterapkan dan nilai koefisien analisis linear berganda $X1 = 0.084$, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain jika variabel kualitas produk semakin diperbaiki dan ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0.084.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} kualitas produk 2.069 dan nilai t_{tabel} 1.661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.069 > 1.661$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nilai kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan ($0.041 < 0.05$) secara parsial terhadap kepuasan konsumen, ini berarti variabel kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis penulis yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan oleh penulis dalam penelitian ini dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta)”. Oleh Agus Dwi Cahya (2021) di mana hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh

signifikan positif Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta

4.2.2....Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk jasa, sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Maulana (2017) menyatakan bahwa “pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan sekarang ini banyak konsumen semakin kritis sebelum dan sesudah membeli produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik”.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari analisis regresi linear berganda nilai variabel pelayanan sebesar 0.582, hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain apabila variabel pelayanan semakin diperbaiki dan ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0.582. Menurut Moenir (2017-88) menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi pelaksanaan pelayanan yaitu:

1. Faktor Kesadaran
2. Faktor Aturan
3. Faktor Organisasi
4. Faktor Pendapatan
5. Faktor Keterampilan dan Kemampuan
6. Faktor Sarana Pelayanan

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} pelayanan 11.907 dan nilai t_{tabel} 1.661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11.907 > 1.661$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan ($0.000 < 0.50$) secara parsial terhadap kepuasan konsumen, ini berarti variabel pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis penulis yang menyatakan bahwa variabel pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan oleh penulis dalam penelitian ini dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa”. Oleh Rosa Lesmana (2019) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 15,009 + 0,294X_1 + 0,422X_2$. Kontribusi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan adalah sebesar 44,8%, nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau ($39,285 > 2,700$), dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

4.2.3....Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Kabanjahe. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F_{hitung} adalah 106.290 dengan tingkat signifikansi 0.000, sedangkan F_{tabel} adalah 2.70 dan $\alpha = 5\%$. Oleh karena $F_{hitung} 106.290 > F_{tabel} 2.70$ dan tingkat signifikansinya $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara serentak atau simultan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Kabanjahe. Dimana pada hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) mampu diterangkan oleh variabel bebas yaitu variabel kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) ditunjukkan dengan nilai $R Square$ sebesar 0.700. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X1 dan X2) yaitu sebesar 70% mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan sisanya 30% dapat dijelaskan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan oleh penulis dalam penelitian ini yang dilakukan oleh Abil Fauzan Arifki (2018) dengan judul penelitian : “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfabeth Store Pasuruan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial kualitas produk maupun kualitas pelayanan juga berpengaruh secara signifikan.

Besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Alfabeth Store Pasuruan (Adjusted R Square) Sebesar 59%.

Dengan demikian hipotesis penulis yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Kabanjahe dan variabel kualitas produk dan pelayanan secara serempak mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Kabanjahe.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka kesimpulan dalam dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan regresi linear berganda nilai variabel kualitas produk sebesar 0.084 menunjukkan bahwa jika kualitas produk (X_1) naik 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) meningkat 0.084 dan nilai variabel pelayanan sebesar 0.582 menunjukkan bahwa jika pelayanan (X_2) naik 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat 0.582
2. Kualitas produk dan pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Telkom Kabanjahe dimana nilai dari t_{hitung} kualitas produk sebesar $2.069 > 1.661$ dan nilai t_{hitung} pelayanan sebesar $11.907 > 1.661$.

3. Kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Kabanjahe dimana hasil dari uji F_{hitung} diperoleh sebesar $106.290 > 2.70$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$
4. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) mampu diterangkan oleh variabel bebas yaitu variabel kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0.700. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X1 dan X2) yaitu sebesar 70% mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan sisanya 30% dapat dijelaskan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini 74 penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Pihak PT. Telkom Kabanjahe untuk kedepannya agar kualitas produk dan kualitas pelayanan lebih baik lagi, sebaiknya pelaksanaan kualitas produk dan kualitas pelayanan lebih di tingkatkan terutama dalam hal empati dan terpercaya sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Pihak PT. Telkom Kabanjahe untuk kedepannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen lebih baik lagi, sebaiknya ketanggapan karyawan dan ketepatan waktu pelayanan ditingkatkan sehingga kepuasan konsumen dapat lebih baik lagi.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini bahwa pelaksanaan pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan. Untuk kedepannya ada baiknya jika PT. Telkom Kabanjahe dapat meningkatkan lagi kepuasan konsumen, misalnya dengan memperbaiki permasalahan yang dihadapi PT. Telkom Kabanjahe dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang memadai dan dibutuhkan konsumen.