

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Karakteristik Responden

Peneliti menyebarkan kuesioner di Gerai Indosat daerah Thamrin Jakarta Pusat dengan jumlah responden 100 yang telah menggunakan kartu *provider* IM3 indosat minimal tiga bulan pemakaian.

Responden dibagi menjadi lima kategori untuk memberikan gambaran secara umum responden yang terlibat dalam penelitian ini. Kategori tersebut adalah berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, usia, pendapatan dan intensitas penggunaan tiga kali atau lebih. Ada pun data mengenai profil tersebut disajikan dalam bentuk tabel berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Data yang dapat peneliti peroleh mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel IV.1

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	55	55%
Laki-laki	45	45%
Total	100	100%

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Tabel IV.1 menjelaskan karakteristik berdasarkan jenis kelamin yang didapat dari penelitian adalah perempuan dengan 55 responden atau 55% dan

laki-laki sebesar 45 responden atau 45%. Dengan kata lain jumlah responden perempuan lebih banyak dari pada jumlah responden laki-laki

Tabel IV.2

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/mahasiswa	48	48%
Karyawan swasta	40	40%
Wiraswasta	5	5%
Pegawai pemerintah	3	3%
Ibu rumah tangga	3	3%
Ojek online	1	1%
Total	100	100%

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Hasil penelitian pada tabel IV.2 menunjukkan karakteristik berdasarkan pekerjaan dengan responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa paling banyak dengan 48%, posisi kedua karyawan swasta 40%, ketiga wiraswasta dengan 5%, keempat pegawai pemerintah 3%, ibu rumah tangga 3%, dan ojek *online* 1%.

Tabel IV.3

Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	persentase
18-24 Tahun	48	48%
25-34 Tahun	43	43%
35-44 Tahun	7	7%
45-54 Tahun	2	2%
55-64 Tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan tabel IV.3 bahwa pengguna Kartu IM3 Indosat rata-rata berusia 18-24 tahun dengan 48%, dan posisi kedua dengan umur sekitar 25-34 tahun sebanyak 40%, untuk usia 35-44 tahun 7%, 45-54 tahun 3% dan untuk usia 55-64 tahun 2%.

Tabel IV.4

Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Jumlah pendapatan	Frekuensi	Persentase
<Rp.1.000.000;	37	37%
Rp.1.000.000;-Rp.2.000.000;	7	7%
Rp.2.100.000;-Rp.3.000.000;	5	5%
Rp.3.100.000;-Rp.4.000.000;	28	28%
>Rp.4.000.000;	23	23%
Total	100	100%

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan tabel IV.4 karakteristik berdasarkan jumlah pendapatannya responden paling banyak berpenghasilan < Rp. 1000.000; dengan persentase sebesar 37%, di posisi kedua responden dengan penghasilan Rp.3.100.000-Rp/4.000.000; sebanyak 28%, ketiga responden dengan penghasilan > Rp.4000.000; sebesar 23%, Rp.1.000.000;-Rp.2.000.000; sebesar 7%, dan untuk responden yang memiliki pendapatan Rp.2.100.000-Rp.3000.000; sebanyak 5%.

Tabel IV.5
Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	10	10%
SMA	38	39%
Diploma	18	18%
Sarjana	34	33%
Total	100	100%

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan tabel IV.5 bahwa pengguna Kartu IM3 Indosat Ooredoo dengan Tingkat pendidikan terakhir rata-rata SMA dengan 38%, dan posisi kedua sarjana sebanyak 34%, untuk Diploma sebanyak 18%, dan SMP sebanyak 10%.

Tabel IV.6
Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Pulsa Perbulan

Pengeluaran Pulsa perbulan	Frekuensi	Persentase
< Rp.25000	10	10%
Rp.25.000-Rp.50.000	27	27%
Rp.50.001-Rp.100.000	43	43%
> Rp.100.000	20	20%
Total	100	100%

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan tabel IV.6 karakteristik berdasarkan pengeluaran pembelian pulsa per bulan responden paling banyak pengeluaran per bulan Rp.50.000-Rp.100.000 dengan persentase sebesar 43%, diposisi kedua responden dengan pengeluaran per bulan Rp.25.000-Rp.50.000 sebanyak 27%, ketiga

responden dengan pengeluaran per bulan >Rp.100.000 sebesar 20% dan responden pengeluaran per bulan <Rp.25.000 sebanyak 10%.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini peneliti melakukan pengujian instrumen atau kuesioner terlebih dahulu dengan jumlah sampel minimum 35 responden dimana syarat *valid* dengan jumlah responden 35 dengan tingkat signifikansi 5% maka *r table* adalah 0,334 jadi hasil validitas harus melebihi 0,334 baru dinyatakan *valid*. Pengujian validitas menggunakan SPSS 24, dengan cara pilih *analyze*, pilih *correlate* dan pilih *bivariate*, selanjutnya semua pernyataan dipindahkan ke kolom variabel, pilih *pearson, two-tailed, flag significant correlation* lalu pilih ok. Hasil yang didapat menunjukkan semua pernyataan *valid* dan dapat digunakan. Berikut adalah hasil yang didapat:

Tabel IV.7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	1	0,334	0,367	Valid
	2	0,334	0,706	Valid
	3	0,334	0,670	Valid
	4	0,334	0,527	Valid
	5	0,334	0,436	Valid
	6	0,334	0,571	Valid
	7	0,334	0,436	Valid

	8	0,334	0634	Valid
	9	0,334	0,625	Valid
	10	0,334	0,456	Valid
Citra Merek (X2)	11	0,334	0,474	Valid
	12	0,334	0,728	Valid
	13	0,334	0,712	Valid
	14	0,334	0,754	Valid
	15	0,334	0,380	Valid
	16	0,334	0,704	Valid
	Kepercayaan merek (X3)	17	0,334	0,699
18		0,334	0,698	Valid
19		0,334	0,912	Valid
20		0,334	0,872	Valid
21		0,334	0,609	Valid
22		0,334	0,658	Valid
23		0,334	0,846	Valid
24		0,334	0,848	Valid
Kepuasan pelanggan (Y)	25	0,334	0,649	Valid
	26	0,334	0,830	Valid
	27	0,334	0,770	Valid
	28	0,334	0,825	Valid
	29	0,334	0,837	Valid
	30	0,334	0,817	Valid
	31	0,334	0,725	Valid
	32	0,334	0,604	Valid
	33	0,334	0,699	Valid

Sumber: data diolah peneliti (2017)

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan melihat *cronbach's alpha*, jika nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,600 maka instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel. Sama dengan uji validitas, peneliti juga melakukan uji reliabilitas untuk jumlah responden 35, pengujian reliabilitas menggunakan SPSS 24, dengan cara memilih *analyze*, pilih *scale*, dan pilih *reliability analysis*.

Selanjutnya masukan semua pernyataan ke kolom item, pilih *model alpha* lalu pilih ok. Hasil yang didapat menunjukkan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat reliabel, berikut hasilnya:

Tabel IV.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
(X1) Kualitas layanan	0,772	Reliabel
(X2) Citra Merek	0,708	Reliabel
(X3) Kepercayaan merek	0,893	Reliabel
(Y) Kepuasan pelanggan	0,904	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai metode pengukuran dan mempermudah penilaian dari jawaban responden, setiap pernyataan mengandung lima alternatif jawaban dan memiliki skor sesuai dengan ketentuan, yaitu¹:

Tabel IV.9

Skala Likert

Pilihan Jawaban Pertanyaan	Bobot atau skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Biasa Saja (BS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sumanto

¹ Sumanto. Teori dan Aplikasi Metode Penelitian (CAPS; Yogyakarta, 2014), p.103

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka digunakan interval untuk menentukan panjang kelas interval dengan menggunakan rumus menurut Albert Kurniawan sebagai berikut²:

$$I = \frac{A-B}{K}$$

Keterangan:

I: Interval kelas

A: Skor tertinggi

B: Skor terendah

K: Jumlah katagori

Berdasarkan rumus di atas, maka panjang kelas interval adalah:

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata adalah sebagai berikut :

Tabel IV.10

Interprestasi Skor

Nilai Rata-Rata	Interpretasi
1,00 – 1,79	Sangat Buruk/Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	Buruk/Tidak Setuju
2,60 – 3,39	Cukup Baik/Cukup Setuju
3,40 – 4,19	Baik/Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Setuju

Sumber: data diolah peneliti (2017)

² Albert Kurniawan, Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis, Jakarta, Alfabeta, 2014, p.117

Nilai indeks atau skor total ini lah yang dimasukan dalam interpretasi skor, cara menghitung nilai indeks atau skor total, menurut Albert Kurniawan adalah³:

$$[(F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)] / n$$

Keterangan:

F = frekuensi responden yang menjawab.

1,2,3,4,5 merupakan bobot

1. Analisa Variabel Kualitas Layanan *Provider Im3 Indosat*

Variabel kualitas layanan terdiri dari lima dimensi yaitu *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (keandalan), daya tanggap, *assurance* (*jaminan*) dan *empathy*. Variabel ini terdiri dari sepuluh item pernyataan, hasil jawaban dan analisis skor terhadap variabel kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut:

³ Albert Kurniawan, *op. cit.*, p.118

Tabel IV.11
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan IM3
Indosat Ooredoo

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Skor	Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	N	S	SS				
(Tangibles) Bukti Langsung										
1	Ruangan yang disediakan di galeri Indosat Ooredoo terlihat rapi	0	1	19	42	38	100	417	4,17	Baik
2	Galeri Indosat Ooredoo menyediakan fasilitas ruang tunggu yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan saai ini.	1	3	24	46	26	100	393	3,93	Baik
Keandalan										
3	<i>Provider</i> IM3 Indosat memberikan sinyal koneksi yang kuat	6	14	13	27	40	100	381	3,81	Baik
4	<i>Provider</i> Im3 Indosat memberikan akses jaringan yang luas	5	9	22	38	26	100	371	3,71	Baik
Daya Tanggap										
5	<i>Provider</i> IM3 Indosat Ooredoo selalu menyampaikan tentang cara cek pulsa secara aktif	2	6	21	43	28	100	389	3,89	Baik
6	<i>Provider</i> IM3 Indosat Ooredoo selalu merespon kebutuhan layanan konsumen	5	5	22	44	24	100	377	3,77	Baik
Jaminan										

7	Informasi yang diberikan dalam <i>provider</i> IM3 Indosat Ooredoo akurat.	2	5	22	46	25	100	387	3,87	Baik
8	Terdapat layanan IndosatCare dalam membantu pelayanan yang diberikan.	1	4	15	54	26	100	400	4,00	Baik
<i>Empathy</i>										
9	<i>Provider</i> IM3 Indosat Ooredoo selalu menginformasikan masa aktif kartu melalui pesan singkat.	7	9	23	32	29	100	367	3,67	Baik
10	<i>Provider</i> IM3 Indosat Ooredoo peduli dalam menginformasikan apabila terjadi kendala sinyal.	9	17	24	34	14	100	321	3,21	Cukup Baik
Nilai Rata-rata Variabel Kualitas layanan									3,48	Baik

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Keterangan:

1. Berdasarkan pertanyaan nomor satu mengenai dimensi bukti langsung *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju adalah 1 responden, netral sebanyak 19 responden, setuju 42 responden dan sangat setuju sebanyak 38 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 417 dan rata-rata 4,17 termasuk dalam kategori baik.
2. Pertanyaan nomor dua mengenai dimensi bukti langsung *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 1

responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 24 responden, setuju 46 responden dan sangat setuju sebanyak 26 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 393 dan rata-rata 3.93 termasuk dalam kategori baik.

3. Pertanyaan nomor tiga mengenai dimensi keandalan *provider* IM3 *Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 6 responden, tidak setuju adalah 14 responden, Netral sebanyak 13 responden, setuju 27 responden dan sangat setuju sebanyak 40 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 381 dan rata-rata 3,81 termasuk dalam kategori baik.
4. Pertanyaan nomor empat mengenai dimensi keandalan *provider* IM3 *Indosat ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 5 responden, tidak setuju adalah 9 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju 38 responden dan sangat setuju sebanyak 26 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 371 dan rata-rata 3,71 termasuk dalam kategori sangat baik.
5. Pertanyaan nomor lima mengenai dimensi daya tanggap *provider* IM3 *Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden, tidak setuju adalah 6 responden, netral sebanyak 21 responden, setuju 43 responden dan sangat setuju sebanyak 28 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 389 dan rata-rata 3,89 termasuk dalam kategori baik.

6. Pertanyaan nomor enam mengenai dimensi daya tanggap *provider* IM3 *Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 5 responden, tidak setuju adalah 5 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju 44 responden dan sangat setuju sebanyak 24 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 377 dan rata-rata 3,77 termasuk dalam kategori baik.
7. Pertanyaan nomor tujuh mengenai dimensi jaminan *provider* IM3 *Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden, tidak setuju adalah 5 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju 46 responden dan sangat setuju sebanyak 25 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 387 dan rata-rata 3,87 termasuk dalam kategori baik.
8. Pertanyaan nomor delapan mengenai jaminan *provider* IM3 *Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden, tidak setuju adalah 4 responden, netral sebanyak 15 responden, setuju 54 responden dan sangat setuju sebanyak 26 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 400 dan rata-rata 4.00 termasuk dalam kategori baik.
9. Pertanyaan nomor sembilan mengenai dimensi empati *provider* IM3 *Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 7 responden, tidak setuju adalah 9 responden, netral sebanyak 23 responden, setuju 32 responden dan sangat setuju sebanyak 29

responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 367 dan rata-rata 3.67 termasuk dalam kategori baik.

10. Pertanyaan nomor sepuluh mengenai dimensi empati *provider* IM3 *Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 9 responden, tidak setuju adalah 17 responden, netral sebanyak 24 responden, setuju 34 responden dan sangat setuju sebanyak 14 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 321 dan rata-rata 3,21 termasuk dalam kategori cukup baik.

Tanggapan responden pada tabel IV.11 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan Setuju (Skor 4) pada sepuluh pernyataan variabel kualitas layanan. Rata-rata skor jawaban variabel kualitas layanan diperoleh sebesar 3.48 dimana berdasarkan interpretasi skor, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan Baik. Kondisi ini memberikan kesan bahwa kualitas layanan IM3 Indosat Ooredoo dipersepsikan secara positif oleh responden. Namun pada pernyataan sepuluh berada pada tingkatan cukup baik dengan nilai rata-rata 3,21. Kondisi ini memberikan kesan bahwa Indosat Ooredoo harus meningkatkan kualitas layanan dalam menangani keluhan pelanggan berupa masalah sinyal dan menyelesaikan masalah sesuai harapan pelanggan.

2. Analisa Variabel Citra Merek *Provider* IM3 Indosat Ooredoo

Variabel citra merek terdiri dari tiga dimensi yaitu Citra Korporasi, Citra Produk, dan Citra pemakai. Variabel ini terdiri dari enam item pernyataan, hasil jawaban dan analisis skor terhadap variabel persepsi harga dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel IV.12

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra merek IM3 Indosat Ooredoo

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Skor	Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	BS	S	SS				
Citra Korporasi										
1	<i>Provider</i> IM3 Indosat ooredoo sudah dikenal banyak orang	0	1	28	45	26	100	397	3,97	Baik
2	Indosat Ooredoo memiliki kartu <i>Provider</i> IM3 yang akses jangkauan koneksinya luas.	4	4	20	42	30	100	390	3,90	Baik
Citra Produk										
3	<i>Provider</i> IM3 Indosat memberikan kesan positif kepada seluruh pelanggannya.	1	3	22	47	28	100	401	4,01	Baik
4	<i>Provider</i> IM3 Indosat memberikan keandalan dalam akses jaringan koneksi yang terjangkau.	4	8	20	42	26	100	378	3,78	Baik
Citra Pemakai										

5	Desain fitur <i>provider</i> IM3 Indosat sesuai dengan ciri khas anak muda.	0	3	20	45	32	100	406	4,06	Baik
6	<i>Provider</i> IM3 Indosat memiliki model fitur yang selalu <i>up to date</i>	0	3	23	48	36	100	447	4,47	Sangat Baik
Nilai Rata-rata Variabel Citra Merek									4,03	Baik

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Keterangan:

1. Berdasarkan pertanyaan nomor satu mengenai dimensi citra korporasi *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju adalah 1 responden, netral sebanyak 28 responden, setuju 45 responden dan sangat setuju sebanyak 26 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 397 dan rata-rata 3.97 termasuk dalam kategori baik.
2. Pertanyaan nomor dua mengenai dimensi citra korporasi *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden, tidak setuju adalah 4 responden, netral sebanyak 20 responden, setuju 42 responden dan sangat setuju sebanyak 30 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 390 dan rata-rata 3,90 termasuk dalam kategori baik.
3. Pertanyaan nomor tiga mengenai dimensi citra produk *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 1

responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju 47 responden dan sangat setuju sebanyak 28 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 401 dan rata-rata 4.01 termasuk dalam kategori baik.

4. Pertanyaan nomor empat mengenai dimensi citra produk *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden, tidak setuju adalah 8 responden, netral sebanyak 20 responden, setuju 42 responden dan sangat setuju sebanyak 26 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 378 dan rata-rata 3,78 termasuk dalam kategori baik.
5. Pertanyaan nomor lima mengenai dimensi citra pemakai *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 20 responden, setuju 45 responden dan sangat setuju sebanyak 32 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 406 dan rata-rata 4.06 termasuk dalam kategori baik.
6. Pertanyaan nomor enam mengenai dimensi citra pemakai *provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 23 responden, setuju 48 responden dan sangat setuju sebanyak 36 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 447 dan rata-rata 4.47 termasuk dalam kategori sangat baik.

Tanggapan responden pada tabel IV.12 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan Setuju (Skor 4) pada enam pernyataan variabel citra merek. Rata-rata skor jawaban variabel citra merek diperoleh sebesar 4.03 dimana berdasarkan interpretasi skor, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan Baik. Kondisi ini memberikan kesan bahwa citra merek IM3 Indosat Ooredoo dipersepsikan secara positif oleh responden.

3. Analisa Variabel Kepercayaan Merek *provider* IM3 Indosat Ooredoo

Variabel kepercayaan merek terdiri dari tiga dimensi yaitu karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik hubungan pelanggan-merek. Variabel ini terdiri dari delapan item pernyataan, hasil jawaban dan analisis skor terhadap variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel IV.13

**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan merek
Provider IM3 Indosat Ooredoo**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Skor	Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	BS	S	SS				
Karakteristik Merek										
1	<i>Provider</i> IM3 Indosat memiliki reputasi yang baik	1	8	25	42	24	100	380	3.80	Baik

2	<i>Provider</i> IM3 Indosat dapat menangani masalah dengan baik.	3	7	27	32	31	100	381	3,81	Baik
3	<i>Provider</i> IM3 Indosat dapat memenuhi harapan pelanggan.	4	8	22	42	24	100	374	3,74	Baik
Karakteristik Perusahaan										
4	Pelanggan percaya terhadap layanan yang diberikan <i>provider</i> IM3 Indosat	2	3	24	36	35	100	399	3,99	Baik
5	<i>Provider</i> IM3 Indosat tidak akan berlaku curang terhadap pelanggannya	4	3	28	43	22	100	376	3,76	Baik
6	<i>Provider</i> IM3 Indosat memiliki layanan internet super hemat.	6	12	15	41	26	100	369	3,69	Baik
Karakteristik Hubungan Pelanggan-merek										
7	Adanya kecocokan/kesamaan kepribadian (<i>self-image</i>) pengguna setelah menggunakan <i>provider</i> IM3 Indosat.	4	5	20	47	24	100	374	3,74	Baik

8	<i>Provider</i> IM3 Indosat memberikan pengalaman yang baik kepada penggunanya.	3	4	22	42	29	100	390	3,90	Baik
Nilai Rata-rata Variabel Kepercayaan Merek									3,80	Baik

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Keterangan:

1. Berdasarkan pertanyaan nomor satu mengenai dimensi Karakteristik merek *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden, tidak setuju adalah 8 responden, netral sebanyak 25 responden, setuju 42 responden dan sangat setuju sebanyak 24 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 380 dan rata-rata 3.80 termasuk dalam kategori baik.
2. Pertanyaan nomor dua mengenai dimensi Karakteristik merek *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden, tidak setuju adalah 7 responden, netral sebanyak 27 responden, setuju 32 responden dan sangat setuju sebanyak 31 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 381 dan rata-rata 3,81 termasuk dalam kategori baik.

3. Pertanyaan nomor tiga mengenai dimensi Karakteristik merek *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden, tidak setuju adalah 8 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju 42 responden dan sangat setuju sebanyak 24 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 374 dan rata-rata 3,74 termasuk dalam kategori baik.
4. Pertanyaan nomor empat mengenai dimensi Karakteristik perusahaan *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 24 responden, setuju 36 responden dan sangat setuju sebanyak 35 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 399 dan rata-rata 3,99 termasuk dalam kategori baik.
5. Pertanyaan nomor lima mengenai dimensi Karakteristik perusahaan *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 28 responden, setuju 43 responden dan sangat setuju sebanyak 22 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 376 dan rata-rata 3,76 termasuk dalam kategori baik.
6. Pertanyaan nomor enam mengenai dimensi Karakteristik perusahaan *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 6 responden, tidak setuju adalah 12 responden, netral sebanyak 15 responden, setuju 41 responden dan sangat setuju

sebanyak 26 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 369 dan rata-rata 3,69 termasuk dalam kategori baik.

7. Pertanyaan nomor tujuh mengenai dimensi Karakteristik hubungan pelanggan-merek *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden, tidak setuju adalah 5 responden, netral sebanyak 20 responden, setuju 47 responden dan sangat setuju sebanyak 24 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 374 dan rata-rata 3,74 termasuk dalam kategori baik.
8. Pertanyaan nomor delapan mengenai dimensi Karakteristik hubungan pelanggan-merek *Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden, tidak setuju adalah 4 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju 42 responden dan sangat setuju sebanyak 29 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 390 dan rata-rata 3,90 termasuk dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada tabel IV.13 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan Setuju (Skor 4) pada delapan pernyataan variabel kepercayaan merek. Rata-rata skor jawaban variabel kualitas produk diperoleh sebesar 4.03 dimana berdasarkan interpretasi skor, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan Baik.

Kondisi ini memberikan kesan bahwa citra merek IM3 Indosat Ooredoo dipersepsikan secara positif oleh responden.

4. Analisa Variabel Kepuasan pelanggan *Provider* IM3 Indosat Ooredoo

Variabel kepuasan pelanggan terdiri dari tiga dimensi yaitu *product related factors*, *service-related factors*, dan *Purchase factors*. Variabel ini terdiri dari sembilan item pernyataan, hasil jawaban dan analisis skor terhadap variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel IV.14

**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan
Provider IM3 Ooredoo**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Skor	Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	BS	S	SS				
<i>Product Related Factors</i>										
1	Keunggulan Desain fitur yang ditawarkan <i>provider</i> IM3 Indosat sesuai yang pelanggan harapkan.	1	4	23	52	20	100	386	3,86	Baik
2	Spesifikasi kartu <i>Provider</i> IM3 Indosat sesuai dengan harapan pelanggan.	3	5	16	56	20	100	385	3,85	Baik

3	Harga yang ditawarkan <i>Provider</i> IM3 Indosat dapat dijangkau oleh pelanggan.	3	7	14	44	32	100	395	3,95	Baik
<i>Service-Related factors</i>										
4	Ketetapan pelayanan yang diberikan oleh <i>provider</i> IM3 Indosat sesuai yang diharapkan pelanggan	2	4	16	44	34	100	404	4,04	Baik
5	<i>Privider</i> IM3 Indosat memberikan pelayanan yang cepat	3	8	22	40	27	100	380	3,80	Baik
6	Pelanggan merasa puas setelah menggunakan <i>provider</i> IM3 Indosat pada perangkat <i>Smartphone</i> nya	2	3	17	52	26	100	397	3,97	Baik
<i>Purchase Factors</i>										
7	Informasi yang diberikan oleh <i>provider</i> IM3 Indosat tentang tata cara penggunaan produk Indosat dapat dimengerti <i>customer</i> .	2	3	20	45	30	100	398	3,98	Baik

8	<i>Provider</i> IM3 Indosat menyediakan informasi tentang sistem pembayaran yang mudah bagi <i>customer</i> .	1	5	14	44	36	100	409	4,09	Baik
9	Instruksi yang diberikan oleh Indosat mengenai penggunaan layanan <i>provider</i> IM3 dapat dipahami.	1	4	14	46	35	100	410	4,10	Sangat Baik
Nilai Rata-rata Variabel Kepuasan pelanggan									4.14	Baik

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Keterangan:

1. Berdasarkan pertanyaan nomor satu mengenai dimensi *Product Related Factors Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden, tidak setuju adalah 4 responden, netral sebanyak 23 responden, setuju 52 responden dan sangat setuju sebanyak 20 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 386 dan rata-rata 3,86 termasuk dalam kategori baik.
2. Pertanyaan nomor dua mengenai dimensi *Product Related Factors Provider* IM3 Indosat Ooredoo, yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden, tidak setuju adalah 5 responden, netral sebanyak 16 responden, setuju 56 responden dan sangat setuju sebanyak 20

responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 385 dan rata-rata 3,85 termasuk dalam kategori baik.

3. Pertanyaan nomor tiga mengenai dimensi *Product Related Factors Provider IM3 Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden, tidak setuju adalah 7 responden, biasa saja sebanyak 14 responden, setuju 44 responden dan sangat setuju sebanyak 32 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 395 dan rata-rata 3,95 termasuk dalam kategori baik.
4. Pertanyaan nomor empat mengenai dimensi *Service Related Factors Provider IM3 Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden, tidak setuju adalah 4 responden, netral sebanyak 16 responden, setuju 44 responden dan sangat setuju sebanyak 34 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 404 dan rata-rata 4.04 termasuk dalam kategori baik.
5. Pertanyaan nomor lima mengenai dimensi *Service Related Factors Provider IM3 Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden, tidak setuju adalah 8 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju 40 responden dan sangat setuju sebanyak 27 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 380 dan rata-rata 3,80 termasuk dalam kategori baik.
6. Pertanyaan nomor enam mengenai dimensi *Service Related Factors Provider IM3 Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju

2 responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 17 responden, setuju 52 responden dan sangat setuju sebanyak 26 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 397 dan rata-rata 3,97 termasuk dalam kategori baik.

7. Pertanyaan nomor tujuh mengenai dimensi *Purchase Factors Provider IM3 Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden, tidak setuju adalah 3 responden, netral sebanyak 20 responden, setuju 45 responden dan sangat setuju sebanyak 30 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 398 dan rata-rata 3,98 termasuk dalam kategori baik.
8. Pertanyaan nomor delapan mengenai dimensi *Purchase Factors Provider IM3 Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden, tidak setuju adalah 5 responden, netral sebanyak 14 responden, setuju 44 responden dan sangat setuju sebanyak 36 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 409 dan rata-rata 4.09 termasuk dalam kategori baik.
9. Pertanyaan nomor sembilan mengenai dimensi *Purchase Factors Provider IM3 Indosat Ooredoo*, yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden, tidak setuju adalah 4 responden, netral sebanyak 14 responden, setuju 46 responden dan sangat setuju sebanyak 35 responden, dengan total jumlah responden 100 dan skor 410 dan rata-rata 4.10 termasuk dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada tabel IV.14 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan Setuju (Skor 4) pada sembilan pernyataan variabel kepuasan pelanggan. Rata-rata skor jawaban variabel kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 4.14 dimana berdasarkan interpretasi skor, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan Baik. Kondisi ini memberikan kesan bahwa kepuasan pelanggan IM3 Indosat Ooredoo dipersepsikan secara positif oleh responden.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Didalam penelitian ini akan digunakan *one-sample Kolmogorovsmirnov test* dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,005. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikannya lebih dari 0,05. Uji normalitas penelitian ini menggunakan SPSS 24, dengan cara pilih *analyze, nonparametric test* dan *1-sampel K-S*.

Tabel IV.15**Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.64550509
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.067
	Positive	.047
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Pada penelitian ini hasil dari pada keempat variabel yaitu: kualitas layanan, citra merek, kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,200, karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka variabel dalam penelitian ini dinyatakan normal.

b. Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel yang akan dikenai prosedur analisis statistik korelasi menunjukkan hubungan yang linier atau tidak. Metode pengambilan keputusan uji linieritas yaitu jika nilai signifikansi pada *linearity* ditabel anova dalam hasil SPSS 24.

lebih dari 0,05 maka hubungan antara dua variabel tidak linier, dan jika singnifikansi kurang dari 0,05 maka hubungan antara dua variabel dinyatakan linier. Penelitian ini melakukan uji linieritas dengan SPSS 24, yakni dengan cara *analyze, compare means*, lalu pilih *meand*. Lalu isi kolom *dependent list* dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) dan kolom *independent list* dengan variabel kualitas layanan (X1), citra merek (X2), dan kepercayaan merek (X3) dikolom option pilih *test for linearity* lalu pilih ok.

Tabel IV.16

Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas layanan (X1) dengan Kepuasan pelanggan (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined) Linearity	1909.447	26	73.440	3.385	.000
		Linearity	1362.519	1	1362.519	62.795	.000
		Deviation from Linearity	546.928	25	21.877	1.008	.469
Within Groups			1583.943	73	21.698		
Total			3493.390	99			

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan hasil di atas bahwa *linearity* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena kurang dari 0,05 maka variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan memiliki hubungan linier.

Tabel IV.17

**Hasil Uji Linieritas Variabel Citra Merek (X2) dengan Variabel
Kepuasan pelanggan (Y)**

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Citra Merek	Between Groups	(Combined)	1613.909	15	107.594	4.809	.000
		Linearity	1111.661	1	1111.661	49.684	.000
		Deviation from Linearity	502.249	14	35.875	1.603	.095
	Within Groups		1879.481	84	22.375		
	Total		3493.390	99			

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan hasil di atas bahwa *linearity* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena kurang dari 0,05 maka variabel citra merek dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan memiliki hubungan linier.

Tabel IV.18

**Hasil Uji Linieritas Variabel Kepercayaan Merek (X3) dengan
Variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan *Kepercayaan Merek	Between Groups	(Combined)	2096.888	20	104.844	5.931	.000
		Linearity	1777.656	1	1777.656	100.562	.000
		Deviation from Linearity	319.232	19	16.802	.950	.526
	Within Groups		1396.502	79	17.677		
	Total		3493.390	99			

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan hasil di atas bahwa *linearity* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena kurang dari 0,05 maka variabel kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan memiliki hubungan linier.

c. Uji Multikolinieritas

Penelitian ini melakukan uji multikolinieritas dengan tujuan melihat keadaan dimana antara dua variabel bebas atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Multikolinieritas dapat melihat adanya VIF atau *value inflation factor* pada model regresi di tabel *coefficients*, jika nilai VIF kurang dari 10 maka variabel tersebut tidak mempunyai masalah multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya, dan jika nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas menggunakan SPSS 24 dengan cara *analyze, regression, regression linier*. Lalu masukan variabel kepuasan pelanggan ke kolom *dependent* dan variabel kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan merek ke kolom *independent*. Selanjutnya klik *statistic* lalu pilih *collinearity diagnostics*.

Tabel IV.19
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	2.559	2.539				1.008
kualitas layanan	.232	.068	.267	3.400	.001	.642	1.557
citra merek	.370	.119	.229	3.103	.003	.727	1.375
kepercayaan merek	.444	.079	.453	5.637	.000	.616	1.625

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan
Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas bahwa hasil dari variabel kualitas layanan sebesar 1,557, variabel citra merek sebesar 1,375 dan kepercayaan merek sebesar 1,625. Hasil tersebut kurang dari 10, maka disimpulkan bahwa model regresi tidak ditemukan adanya masalah multikolinieritas karena nilai VIF kurang dari 10. Melihat nilai *tolerance* lebih dari 0,1 yakni untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,642, citra merek sebesar 0,727 dan kepercayaan merek sebesar 0,616.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedaktisitas digunakan untuk mengetahui ada tau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedaktisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada penelitian ini menggunakan analisis uji *spearman's rho* dengan mengkorelasikan nilai residual dengan masing-masing variabel penelitian. Dengan syarat apabila

signifikannya korelasi lebih besar dari 0,05 maka pada model regresi tidak terjadi heterokedaktisitas. Uji heterokedaktisitas menggunakan SPSS 24 dengan cara *analyze, regression, regression linier* dan milih *save* untuk menyimpan nilai *residual unstandardized* lalu pilih oke, maka akan muncul nilai *residual*, langkah selanjutnya adalah mimilih *analyze, correlate, bivariate*, lalu masukan variabel kualitas layanan,citra merek dan kepercayaan merek kekolom variabel lalu pilih ok.

Tabel IV.20

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Kualitas Layanan	Citra Merek	Kepercayaan Merek	Unstandardized Residual
Spearman's rho	kualitas layanan	Correlation Coefficient	1.000	.386**	.501**	.053
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.603
		N	100	100	97	100
	citra merek	Correlation Coefficient	.386**	1.000	.426**	.013
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.897
		N	100	100	97	100
	kepercayaan merek	Correlation Coefficient	.501**	.426**	1.000	.007
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.948
		N	97	97	97	97
	Unstandardiz ed Residual	Correlation Coefficient	.053	.013	.007	1.000
		Sig. (2-tailed)	.603	.897	.948	.
		N	100	100	97	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,603, variabel citra merek (X2) sebesar 0,897 dan variabel kepercayaan merek (X3) sebesar 0,948. Karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi malah heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Tabel IV.21

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.559	2.539		1.008	.316
	kualitas layanan	.232	.068	.267	3.400	.001
	citra merek	.370	.119	.229	3.103	.003
	kepercayaan merek	.444	.079	.453	5.637	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan tabel IV.20 diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \alpha_4 X_4$$

$$Y = 2.559 + 0,232 X_1 + 0,370 X_2 + 0,444 X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

b = koefisien regresi

X1 = kualitas layanan

X2 = citra merek

X3= Kepercayaan merek

Persamaan di atas dapat dijelaskan konstanta sebesar 2.559 artinya jika variabel kualitas Layanan (X1), citra merek (X2), dan kepercayaan merek (X3) bernilai 0, maka keputusan pembelian (Y) akan bernilai 2.559. koefisien regresi variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,232 artinya jika variabel dimensi kualitas layanan mengalami kenaikan satu kesatuan dan nilai variabel citra merek (X2) dan kepercayaan merek (X3) tetap. Maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,232, koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel kualitas layanan (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien regresi variabel citra merek (X2) sebesar 0,370 artinya jika variabel citra merek (X2) mengalami kenaikan satu kesatuan dan nilai variabel kualitas layanan (X1) dan kepercayaan merek (X3) tetap, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,370. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel citra merek (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien regresi variabel kepercayaan merek (X3) sebesar 0,444 artinya jika variabel kepercayaan merek (X3) mengalami kenaikan satu kesatuan dan nilai variabel kualitas layanan (X1) dan citra merek (X2) tetap, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,444. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel kepercayaan merek (X3) terhadap variabel kepuasan pelanggan *provider* IM3 Indosat Ooredoo (Y).

2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri. Hasil uji t dapat dilihat ditabel Anova, jika hasil uji t nilai signifikannya kurang dari 0,05 maka variabel bebas tersebut dinyatakan mempengaruhi variabel terikat, jika hasilnya lebih dari 0,05 maka variabel bebas tersebut dinyatakan tidak mempengaruhi variabel terikat secara parsial atau sendiri-sendiri, namun juga harus melihat tabel uji t, tabel dapat dilihat pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$. $df = n - k - 1$ atau $100 - 3 - 1 = 96$ (k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah responden), maka didapat nilai t tabel adalah 1.985. nilai t tabel juga dapat dicari dengan menggunakan *Microsoft Excel* dengan formula = TINV(0.05,96).

Tabel IV.22**Hasil Uji t****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.559	2.539		1.008	.316
	kualitas layanan	.232	.068	.267	3.400	.001
	citra merek	.370	.119	.229	3.103	.003
	kepercayaan merek	.444	.079	.453	5.637	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan
 Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 untuk variabel kualitas layanan (X1), 0,003 untuk variabel citra merek (X2) dan 0,000 untuk variabel kepercayaan merek (X3). Jika membandingkan nilai T tabel sebesar 1.98498 dengan nilai T hitung sebesar 3,400 untuk variabel kualitas layanan (X1), 3,103 untuk variabel citra merek (X2) dan 5.637 untuk variabel kepercayaan merek (X3). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan merek mempengaruhi kepuasan pelanggan IM3 Indosat ooredoo.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi diperlukan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Berikut adalah hasil analisis determinasi antara variabel kualitas layanan (X1), citra merek (X2) dan kepercayaan merek (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel IV.23

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.619	.607	3.723

a. Predictors: (Constant), kepercayaan merek, citra merek, kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Nilai yang digunakan dalam penelitian adalah *Adjusted R square*, pada penelitian ini nilai *Adjusted R square* sebesar 0,607, jadi sumbangan variabel kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan merek sebesar 60,7% sedangkan sisanya sebesar 39,3% oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4. Pembahasan

Berdasarkan pada hasil yang telah didapat, penelitian ini memiliki dua tujuan utama yakni melihat adanya pengaruh variabel kualitas layanan (X1), citra merek (X2), dan kepercayaan merek (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Tujuan tersebut dapat dijawab melalui uji t berikut adalah pembahasannya:

Tabel IV.24**Hasil Pengujian Hipotesis**

Variabel	T Tabel	T Hitung	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	1.98498	3.400	Hipotesis diterima
Citra Merek (X2)	1.98498	3.103	Hipotesis diterima
Kepercayaan merek (X3)	1.98498	5.637	Hipotesis diterima

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Nilai T tabel sebesar 1.98498 dan nilai T hitung sebesar 3.400 untuk variabel kualitas layanan (X1), 3.103 untuk variabel citra merek (X2), dan 5.637 untuk variabel kepercayaan merek (X3).

Hipotesis pertama mengenai variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *provider* IM3 Indosat Ooredoo, hasilnya bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan *provider* IM3 Indosat Ooredoo, karena nilai T hitung sebesar 3.400 lebih besar dari T tabel sebesar 1.98498 dan nilai signifikansinya sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Leksmana dan Sofyan (2015), penelitian kedua oleh Novemy Triyandari Nugrogho (2013), dan Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Suhaji dan Haris Sunandar (2010).

Kedua penelitian yang dilakukan Faris jati Leksmana dan Endang Sofyan,Ir.,MBT (2015) dan Novemy Triyandari Nugroho (2013) menjelaskan bahwa variabel Kualias layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *provider* telekomunikasi. Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini memiliki empat dimensi yakni bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Keempat dimensi itu menjadi hal yang penting karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti mendapatkan kepuasan pelanggan sangat penting untuk memastikan supaya perusahaan jasa layanan *provider* dapat mempertahankan standar kualitas layanan yang tinggi.

Hipotesis kedua mengenai cita merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *provider* IM3 Indosat Ooredoo, hasilnya bahwa variabel cita merek mempengaruhi kepuasan pelanggan *provider* IM3 Indosat Ooredoo, karena nilai T hitung sebesar 3.103 lebih besar dari T tabel sebesar 1.98498, dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,003. Hasil ini sesuai dengan penelitian Sarah Basbeth, Wahyu Hidayat, dan Sary Listyorini (2016), penelitian selanjutnya oleh Ramadahna (2013), penelitian tersebut juga mendapatkan hasil yang sama yakni citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut dilakukan di kota malang dengan menggunakan 100 responden dan teknik yang digunakan *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Basbeth, Hidayat, dan Listyorini (2016) dan Ramadahna (2013) menjelaskan bahwa variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *provider* telekomunikasi. Variabel citra merek dalam penelitian ini memiliki tiga dimensi yakni citra korporasi, citra produk dan citra pemakai. Ketiga dimensi itu menjadi hal yang penting karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti mengindikasikan bahwa semakin semakin baik citra merek maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin rendah citra merek semakin rendah pula tingkat kepuasan pelanggan.

Hipotesis ketiga mengenai kepercayaan merek merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *provider* IM3 Indosat Ooredoo, hasilnya bahwa variabel kepercayaan merek mempengaruhi kepuasan pelanggan *provider* IM3 Indosat Ooredoo, karena nilai T hitung sebesar 5.637 lebih besar dari T tabel sebesar 1.98498, dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hasil ini sesuai dengan penelitian Laely (2016) yang salah satu variabelnya adalah kepercayaan merek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menggunakan 100 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling, structural equation modeling (SEM) analysis, and the assistance of software Amos 20*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan akan

mempengaruhi kepuasan pelanggan, sebab semakin tinggi kepercayaan kepada layanan yang di tawarkan kepada pelanggan maka akan memberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.