

**KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL**

Oleh :

**Nia C. M. Saleleng<sup>1</sup>**  
**Christoffel Kojo<sup>2</sup>**  
**Merlyn Karuntu<sup>3</sup>**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manadoe-mail: [niasaleleng@yahoo.com](mailto:niasaleleng@yahoo.com)  
[christoffelkojo@gmail.com](mailto:christoffelkojo@gmail.com)  
[merlyn.karuntu@yahoo.com](mailto:merlyn.karuntu@yahoo.com)**ABSTRAK**

Bisnis operator seluler dari tahun ke tahun terus meningkat seiring perkembangan zaman. Sebagai usaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan, maka provider seluler harus menyusun strategi yang akurat, diantaranya adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada masyarakat Kelurahan Bahu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dari populasi sebanyak 1993 orang di Kelurahan Bahu, dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berdanda, uji asumsi klasik dan uji *goodness of fit*. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Manajemen PT. Telkomsel sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk, yang menciptakan inovasi-inovasi baru dan memperhatikan peran dari kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang akan berdampak positif bagi peningkatan pendapatan.

**Kata kunci:** *kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.*

**ABSTRACT**

*Mobile operator business from year to year increase over the times. As an effort to create customer satisfaction, cellular provider must have accurate strategies, among them are strategy to increase the product quality and service quality. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on the customer satisfaction of Telkomsel prepaid cards in Kelurahan Bahu. The samples used were 100 respondents from a population of 1993 people in Kelurahan Bahu, using accidental sampling method. This study uses associative research. Analysis using regression, classic assumption test, goodness of fit test. The results showed simultaneous product quality and service quality has positive and significant effect on customer satisfaction. Partially, product quality and service quality effect on customer satisfaction. Management of PT. Telkomsel should further improve the quality of products that create new innovations and attention to the role of service quality in order to increase the number of customers that will positively impact the increase in revenue.*

**Keywords:** *product quality, service quality, customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang tidak lepas dari persaingan saat ini menuntut perusahaan untuk kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin hari semakin ketat. Terdapat banyak sekali tantangan dalam mencapai suatu keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Seiring dengan perkembangan ekonomi di negara ini, industri-industri dan perusahaan-perusahaan baru banyak bermunculan, diantaranya adalah industri dibidang komunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi yang mengiringi pertumbuhan ekonomi Indonesia, berpengaruh terhadap perusahaan jasa telekomunikasi seluler. Perkembangan ini dipicu oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi kapan saja dan dimana saja.

Semakin banyaknya produsen yang menawarkan layanan operator seluler, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar. Hak-hak konsumenpun mulai mendapatkan perhatian besar terutama tarif yang diberikan serta kualitas dari sebuah produk atau pelayanan. Ini semua dilakukan tentunya tidak lain adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapan (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk sesuai ekspektasi, pelanggan tersebut senang (Kotler & Keller, 2009:176). Ada lima faktor utama yang harus diperhatikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan : kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya (Lupiyoadi, 2001:158).

PT. Telkomsel merupakan sebuah operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. Dalam menjalankan usahanya Telkomsel menyediakan jasa telekomunikasi seluler jenis GSM (*Global System for Mobile*) yaitu jenis operator seluler yang global di seluruh dunia. Perusahaan Telkomsel mengumumkan bahwa jumlah penggunanya telah meraih 13,5 juta pelanggan di seluruh Indonesia.

Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang merupakan masyarakat pengguna jasa telepon seluler dan setelah diamati atau dilakukan survey awal, masyarakat pengguna telepon seluler kartu prabayar Telkomsel yang mendominasi di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang. Dimana dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang seringkali terkandung unsur komunikasi di dalamnya baik itu dalam pergaulannya maupun untuk melakukan tugas sehari-hari.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari :

1. Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Produk

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Armstrong, 2008:273). Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (Kotler, 2007:173).

## Kualitas Pelayanan

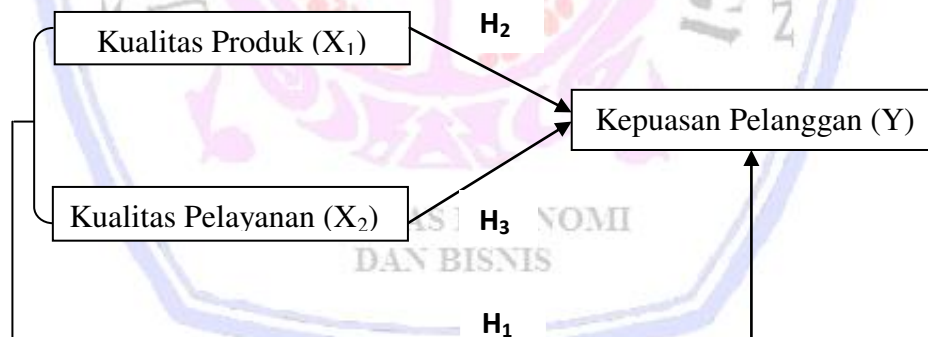
Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Secara sederhana, kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekpektasi pelanggan (Tjiptono, 2012:157). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, dkk, 2004:9).

## Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2009:49). Kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengamatan konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono, 2012:89).

## Penelitian Terdahulu

Wedarini (2012) penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomflexi. Penelitian ini mengungkapkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomflexi. Kepuasan pelanggan Telkomflexi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lasander (2013) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan dan parsial dari citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe. Hasil penelitian menemukan citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Yudhy & Suhendra (2010) penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi untuk memperbaiki citra dan kinerja bank dengan mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPR Arthaguna Sejahtera. Didapat hasil bahwa semua variabel bebas baik secara parsial atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan urutan variabel dari yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah.



**Gambar 1. Model Pemikiran Teoritis**

*Sumber : Kajian Teori, 2014*

## Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>: Kualitas produk dan kualitas pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.
- H<sub>2</sub>: Kualitas produk diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.
- H<sub>3</sub>: Kualitas pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:55). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada masyarakat Kelurahan Bahu.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian yaitu Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang. Waktu penelitian ini memakan waktu 3 bulan yang dilaksanakan dari tanggal 16 Juni 2014 sampai dengan 27 Agustus 2014.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ini adalah angket.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:115). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu yang tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti berinisiatif mengambil data penduduk yang sudah menikah atau yang berumur di atas 17 tahun di Kelurahan Bahu, yang akan dijadikan sebagai populasi yaitu sebanyak 1993 orang, yang di anggap sudah layak menggunakan alat komunikasi seperti handphone. Sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*.

### Definisi dan Pengukuran Variabel

1. Kualitas produk ( $X_1$ ) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Armstrong, 2008:273). Indikatornya yaitu :
  - a. Kinerja
  - b. Keandalan
  - c. Keistimewaan
  - d. Kemampuan pelayanan
  - e. Daya tahan.
2. Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Secara sederhana, kualitas pelayanan bias diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekpektasi pelanggan (Tjiptono, 2012:157). Indikatornya yaitu:
  - a. Tangible
  - b. Reliability
  - c. Responsiveness
  - d. Assurance
  - e. Empathy
3. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2009:49). Indikatornya yaitu:
  - a. Expectations
  - b. Performance
  - c. Comparison
  - d. Confirmation
  - e. Disconfirmation.

## Metode Analisis

### Uji Validitas

Uji Validitas biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrument dengan skor total (Sugiyono, 2012:187). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah :

1. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.
2. Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur andal/reliabel atau tidak, diuji dengan menggunakan metode *cronbach's alpha*. Sebuah instrument dianggap telah memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima, jika nilai koefisien reliabilitas yang terukur adalah lebih besar atau sama dengan 0,60 (Arikunto, 2010:155).

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2012:277). Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta
- $b_1, b_2$  = Koefisien Regresi
- $X_1$  = Kualitas Produk
- $X_2$  = Kualitas Pelayanan
- e = error

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2009:95). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF berada dikisaran 1 serta tidak lebih dari 10.

### Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain (Ghozali, 2009:125). Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan SPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*standardized*.

### Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi, model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2009:147). Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Goodness of Fit

Uji *Goodness of Fit* digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Uji *Goodness of Fit* dapat dilakukan dengan metode statistik, yaitu melalui pengukuran nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t (Ghozali, 2009:107).

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

#### 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Kriteria untuk menguji hipotesis adalah:

- a. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas yaitu :

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$

Artinya : tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

2.  $H_1 = b_1 \neq b_2 > 0$

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

- b. Menentukan F tabel dari F hitung. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% maka :

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

#### 3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan (Y). Hipotesis yang dipakai :

a.  $H_0 : b_i = 0$

Artinya : variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b.  $H_1 : b_i > 0$

Artinya : variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

1.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

2.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Produk					
$X_{1.1}$	0,443	0,195	Valid	0,660	Reliabel
$X_{1.2}$	0,561	0,195	Valid	0,610	Reliabel
$X_{1.3}$	0,457	0,195	Valid	0,657	Reliabel
$X_{1.4}$	0,345	0,195	Valid	0,707	Reliabel
$X_{1.5}$	0,514	0,195	Valid	0,629	Reliabel

Kualitas Pelayanan					
X <sub>2.1</sub>	0,475	0,195	Valid	0,648	Reliabel
X <sub>2.2</sub>	0,565	0,195	Valid	0,608	Reliabel
X <sub>2.3</sub>	0,425	0,195	Valid	0,668	Reliabel
X <sub>2.4</sub>	0,336	0,195	Valid	0,711	Reliabel
X <sub>2.5</sub>	0,519	0,195	Valid	0,627	Reliabel
Kepuasan Pelanggan					
Y.1	0,390	0,195	Valid	0,688	Reliabel
Y.2	0,601	0,195	Valid	0,601	Reliabel
Y.3	0,500	0,195	Valid	0,649	Reliabel
Y.4	0,340	0,195	Valid	0,717	Reliabel
Y.5	0,522	0,195	Valid	0,635	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,195$ . Hasil pengujian reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien keandalan dari instrumen-instrumen yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam dan menghasilkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.564	1.602		2.224	.028
	Total_X <sub>1</sub>	.531	.087	.529	6.080	.000
	Total_X <sub>2</sub>	.269	.087	.268	3.081	.003

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 3,564 + 0,531X_1 + 0,269X_2$$

Persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 3,564; artinya jika kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan ( $Y$ ) nilainya adalah 3,564.
- Koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,531; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,531.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,269; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,269.

### Uji Multikolinearitas

Model regresi linier mengasumsikan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara dua variabel bebasnya. Jika terdapat multikolinearitas berarti antar variabel bebas memiliki hubungan atau korelasi yang sangat kuat. Apabila ini terjadi, maka model regresi yang dihasilkan akan bias kalau digunakan untuk peramalan (estimasi) atau akan bias jika digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

**Tabel 3. Uji Multikolinearitas**

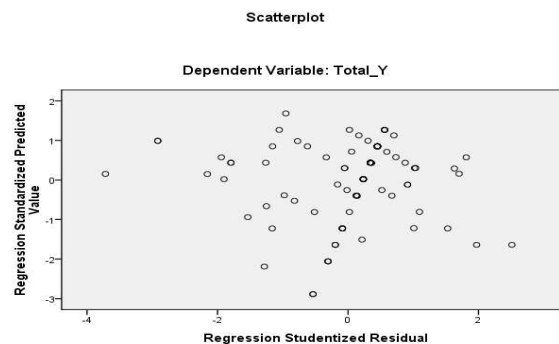
Variabel	VIF	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	1,514	0,000	Non Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	1,514	0,003	Non Multikolinearitas

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

Tabel 3 terlihat bahwa nilai VIF (*variance inflation factor*) untuk seluruh variabel X (X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>) kurang dari 10 (<10) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model ini.

### Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dimaksudkan untuk memastikan tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dengan gangguan (residual), karena bila terjadi korelasi antar variabel bebas dengan residualnya maka model menjadi tidak baik bila akan digunakan untuk peramalan (estimasi). Menurut asumsi heterokedastisitas tidak boleh terjadi korelasi yang cukup kuat antara variabel bebas dengan residualnya.

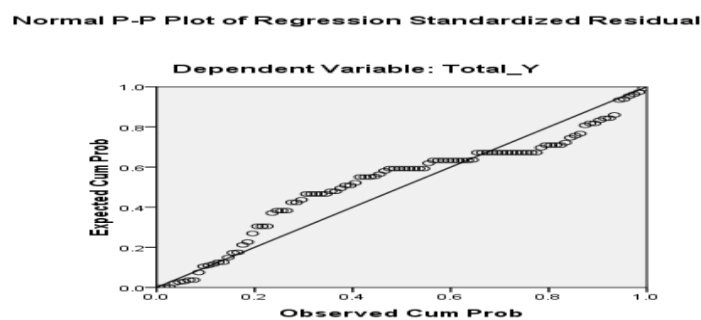
**Gambar 2. Uji Heterokedastisitas**

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

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

### Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji asumsi normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka memenuhi persyaratan asumsi normalitas.

**Gambar 3. Uji Normalitas**

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014



Gambar 3 hasil pengolahan data menunjukkan bahwa data ini terdistribusi dengan normal. Hal ini dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis Determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y).

**Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 <sup>a</sup>	.516	.506	1.88340

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

Tabel 4 diperoleh angka  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,516 atau (51,6%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 51,6%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (kualitas produk dan kualitas pelayanan) mampu menjelaskan sebesar 51,6% variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji F

**Tabel 5. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	366.883	2	183.442	51.715	.000 <sup>a</sup>
	Residual	344.077	97	3.547		
	Total	710.960	99			

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

Tabel 5 menunjukkan dimana  $F_{hitung} 51,715 > F_{tabel} 3,09$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian secara bersama-sama kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu diterima.

### Uji t

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.564	1.602		2.224	.028
	Total_X <sub>1</sub>	.531	.087	.529	6.080	.000
	Total_X <sub>2</sub>	.269	.087	.268	3.081	.003

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

Diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 6,080 dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,664. Jadi nilai  $6,080 > 1,664$ , artinya ada pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu, atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak. Pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig 0,000. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, jadi nilai  $0,000 < 0,05$ , Artinya ada pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 3,081 dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,664. Jadi nilai  $3,081 > 1,664$ , artinya ada pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu, atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak. Pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig 0,003. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, jadi nilai  $0,003 < 0,05$ , Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu, dan pengaruhnya adalah positif.

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis pertama menunjukkan nilai koefisien yang positif dan signifikan. Jadi dapat dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wedarini (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk kartu Telkomflexi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian Lasander (2013) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis kedua menunjukkan nilai koefisien yang positif dan signifikan. Jadi dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudhy & Suhendra (2010) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah kredit (Studi kasus BPR Arthaguna Sejahtera).

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.
3. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.

### Saran

Saran yang diajukan penulis, antara lain :

1. Mengingat persaingan dalam bidang telekomunikasi semakin ketat, manajemen perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk, yang menciptakan inovasi terutama pengembangan fitur-fitur layanan. Hal ini sangat penting mengingat produk lain yang sejenis terus melakukan inovasi-inovasi dalam rangka untuk mendapatkan pangsa pasar.
2. Manajemen PT. Telkomsel sebaiknya menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggannya dengan memperhatikan peran dari kualitas pelayanan dan memperbaiki kualitas produk agar selalu lebih unggul dari pesaing. Di samping itu manajemen PT. Telkomsel mengupayakan beberapa strategi agar nantinya pelanggan mau merekomendasikan produk kartu prabayar Telkomsel kepada orang lain, sebab pelanggan lama bisa menjadi alternatif untuk mendatangkan pelanggan baru, hal ini sangat penting untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang akan berdampak positif pada peningkatan pendapatan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP UNDIP, Semarang.
- Kotler, Philip. 2007. *Marketing Management* (Millenium Edition ed.). Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.
- Lasander, Christian. 2013. Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional (survey pada industri rumah tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe). *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3. September 2013. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/search/authors/view?firstName=Christian&middleName=lasander&affiliation=Universitas%20Sam%20Ratulangi%20Manado&country=ID>. Diakses tanggal 15 April 2014. Hal. 284-293.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. Chandra Y. & Diana, A. 2004. *Marketing Scales*. Andi, Yogyakarta.
- Wedarini, Ni Made Shinta. 2012. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomflexi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.7 No.1. <http://administrasibisnis.studentjournal.unud.ac.id>. Diakses tanggal 15 April 2014. Hal. 495-512.
- Yudhy, Ferry I. SE. & Dr. Susy Suhendra. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit (Studi kasus BPR Arthaguna Sejahtera). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.14 No.1. Februari 2013. <http://jurnal.ekonomidanbisnis.ac.id/index.php/jmim/article/view/2290>. Diakses tanggal 15 April 2014. Hal. 357-364.