

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1. PENGUMPULAN DATA

4.1.1. Pra Survei

4.1.1.1. Pengambilan Sampel

Sampel diambil melalui Database pelanggan *prime* di PCIS (Personal Customer Information System khusus Kandatel Bandung. Berdasarkan hasil sorting data base diperoleh jumlah sebagai berikut :

- CC 4A : 59 pelanggan
- CC 4B : 1.647 pelanggan
- PC A : 18 pelanggan
- PC B : 191 pelanggan

Menggunakan teknik sampling *disproportionate stratified random sampling* maka diperoleh data pelanggan yang akan disurvei adalah sebagai berikut :

- CC 4A : 18 pelanggan
- CC 4B : 30 pelanggan
- PC A : 18 pelanggan
- PC B : 30 pelanggan

4.1.1.2. Pencarian Petugas Survei

Pada awal survei dilakukan penulis menunjuk satu orang sebagai petugas survei. Jumlah responden yang diberikan 10 responden yang berlokasi di daerah Bandung Pusat, Bandung Utara dan Bandung Timur.

4.1.1.3. Pelatihan *Product Knowledge*

Pelatihan product knowledge dilaksanakan pada tanggal 24 - 25 Pebruari 2007 dengan instruktur adalah penulis. Pelatihan dilaksanakan di rumah penulis dengan materi yang diberikan adalah pengetahuan tentang produk Telkom, Plasa Telkom, *Call Center*, prosedur dan proses pasang baru telepon, pengaduan keluhan, diskon produk yang sudah dan sedang berjalan serta informasi yang dapat diakses oleh pelanggan. Penulis mengarahkan untuk memperoleh responden yang pernah berhubungan dengan *contact point* PT Telkom dan yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan pemakaian produk Telkom. Penulis menekankan untuk daftar pertanyaan yang ada tidak ada yang terlewat, nama, nomor telepon responden dicatat sebagai tindakan preventif bila ada pertanyaan yang perlu diklarifikasikan kembali.

4.1.1.4. Pelaksanaan Pra Survei

Survei awal dilaksanakan pada tanggal 27 Pebruari 2007 oleh satu orang petugas surveyor. Hasil yang diperoleh perlu adanya penambahan personal mengingat waktu yang dibutuhkan untuk satu orang responden adalah 30-60 menit untuk menjawab kuestioner dan waktu untuk mencari alamat 1-2 jam. Sehingga penulis menambah jumlah surveyor sebanyak 2 orang.

4.1.1.5. Biaya Survei

Komponen biaya survei adalah sebagai berikut :

No	Uraian	Satuan	Keterangan	Jumlah	Biaya	Total
1	Surveyor	kuestioner	Kodya Bandung	93	15.000	1.395.000
			Kab Bandung	2	25.000	50.000
			Sumedang	1	30.000	30.000
2	Perbanyak kuestioner	lembar	-	768	125	96.000
3	Biaya tambahan koordinator surveyor	orang	-	1	50.000	50.000
4	Souvenir	buah		100	4.000	400.000
Biaya survei keseluruhan						2.021.000

Biaya survei ditanggung oleh penulis seluruhnya.

4.1.1.6. Proses Perbaikan Pelaksanaan Survei

Hasil pra survei menjadi masukan untuk proses perbaikan. Proses perbaikan dilakukan sebagai berikut :

1. Dimulai dengan melakukan pengelompokan alamat terdekat sehingga akan memudahkan pencarian alamat, waktu dan biaya.
2. Menelepon terlebih dahulu untuk membuat janji bertemu dan menanyakan alamat terkait detail sehingga mudah dicari.
3. Penambahan personal surveyor sebanyak 2 orang.
4. Pelatihan product knowledge ulang kepada tiga orang surveyor mengingat hasil pra survei beberapa hal terkait produk, prosedur dan kebijakan PT Telkom masih kurang selama 2 hari pada tanggal 17-18 Maret 2007.
5. Penunjukan koordinator surveyor untuk mengatur pelaksanaan survei.

6. Menentukan alat kontrol terhadap responden yang ditemui yaitu tanda tangan responden, cap perusahaan, atau kartu nama perusahaan tersebut.
7. Call back ke responden hasil kuestioner yang diperoleh melalui outbound call oleh penulis sebanyak 20 responden yang dipilih secara acak.

4.1.1.7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mentah hasil survei dilakukan uji validitas dan reliabilitas, hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada lampiran 1. Hasil pengujian diperoleh bahwa kuestioner sudah layak dan dapat dilaksanakan untuk seluruh responden.

4.1.2. Pelaksanaan Survei Lanjutan

Survei dilaksanakan untuk sisa responden yang belum sejumlah 86 responden dari tanggal 20 Maret – 6 April 2007. Dari sisa 86 responden yang dipilih terdapat 2 orang responden yang didiskualifikasi karena satu orang menolak untuk klarifikasi ulang dan satu orang yang lainnya tidak mengetahui tentang layanan Telkom sama sekali sehingga tidak layak. Sebagai gantinya responden tersebut digantikan oleh personal yang lain dengan lokasi yang berbeda sebanyak dua responden agar jumlah kecukupan sampling memenuhi syarat.

4.2. PENGOLAHAN DATA

4.2.1. Profil Responden

Profil responden yang diambil dari 14 item pertanyaan bagian I kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1. Profil Responden

No	Pertanyaan	Jumlah	%
1	Jenis Kelamin		
	Lak-laki	57	59,4
	Perempuan	39	40,6
2	Positioning/jabatan		
	Pengambil keputusan	24	25
	Staf	67	69,8
	Lainnya	5	5,2
3	Pendidikan		
	SMA	32	33,3
	D3	29	30,2
	S1	31	32,3
	S2	4	4,2
4	Pekerjaan		
	Pegawai negeri	8	8,3
	Swasta	71	74
	Wiraswasta	10	10,4
	Lainnya	7	7,3
5	Penghasilan		
	< 1 juta	22	22,9
	1-3 juta	60	62,5
	3-5 juta	12	12,5
	> 5 juta	2	2,1
6	Status		
	Nikah	65	67,7
	Belum	31	23,7
7	Jumlah anggota keluarga		
	0	13	13,5
	1	2	2,1
	2	4	4,2
	3	29	30,2
	4	19	19,8
	>4	29	30,2
8	Pengeluaran Hp bulanan		
	< 100 ribu	35	36,5
	100-250 ribu	48	50
	250-500 ribu	8	8,3
	> 1 juta	5	5,3
9	Jumlah Hp yang dimiliki dalam keluarga		
	1	28	18,8
	2	35	36,5

	3	29	19,8
	> 3	24	24,9
10	Lokasi		
	Rumah tinggal	31	32,3
	Usaha	39	40,6
	Rumah + kantor	26	27,1
11	Status kepemilikan tempat tinggal		
	Milik sendiri	46	48
	Kontrak	25	26
	Milik orang tua	20	20,8
	Lainnya	5	5,2
12	Status perusahaan		
	Perorangan	24	25,3
	PT	30	31,6
	CV	14	14,7
	Lainnya	27	28,4
13	Kedudukan Perusahaan		
	Kantor utama	45	47,4
	Kantor cabang	28	29,5
	Tidak keduanya	22	23,1
14	Intensitas komunikasi dengan mitra		
	Lokal	78	39,2
	Interlokal	82	41,2
	Email	29	14,6
	Internasional	7	3,5
	Lainnya	3	1,5

4.2.2. Uji Reliabilitas dan Validitas

Hasil akhir dari data yang diperoleh sebanyak 96 responden dilakukan uji reliabilitas dan validitas menggunakan software SPSS 12. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada lampiran 2.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dan validitas diperoleh sebagai berikut :

1. Variabel X_1

Diperoleh nilai Cronbach Alpha 0,851. Untuk masing-masing sub variabel X_{11} , X_{12} , X_{13} , dan X_{14} diperoleh hasil *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan variable X_{11} , X_{12} , X_{13} , dan X_{14} *reliabel* dan valid.

2. Variabel X₂

Diperoleh nilai Cronbach Alpha 0,855. Untuk masing-masing sub variabel X₂₁, X₂₂, X₂₃, X₂₄ dan X₂₅ diperoleh hasil *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan variable X₁₁, X₁₂, X₁₃, X₁₄ dan X₂₅ *reliabel* dan valid.

3. Variabel X₃

Diperoleh nilai Cronbach Alpha 0,760. Untuk masing-masing sub variabel X₃₁, X₃₂, X₃₃ dan X₃₄ diperoleh hasil *Corrected Item-Total Correlation* hanya X₃₂ dan X₃₃ diatas 0,6, sedangkan X₃₁ dan X₃₄ gugur karena *Corrected Item-Total Correlation* dibawah 0,6. Selanjutnya sub variabel X₃₂ dan X₃₃ diuji lagi tingkat reliabilitas dan validitasnya, diperoleh hasil Cronbach Alpha 0,754 dan *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,6 maka dapat disimpulkan X₃₂ dan X₃₃ *reliabel* dan valid.

4. Variabel X₄

Untuk variabel X₄ uji reliabilitas dan validitas terbagi atas pengukuran variabel akurasi informasi dan penyampaian informasi di *Call Center*, Info Billing 109 dan Plasa Telkom. Untuk pengukuran variabel akurasi informasi dan penyampaian informasi di *Call Center* direpresentasikan oleh sub variabel X₄₀₁, X₄₀₂, X₄₀₃, X₄₀₄, X₄₀₅, X₄₀₆, X₄₀₇, X₄₀₈, X₄₀₉, X₄₁₀, X₄₁₁, X₄₁₂, X₄₁₃, X₄₁₄, dan X₄₁₅. Untuk pengukuran variabel akurasi informasi dan penyampaian informasi di Info Billing 109 direpresentasikan oleh sub variabel X₄₁₆, X₄₁₇, dan X₄₁₈. Sedangkan untuk pengukuran variabel akurasi informasi dan penyampaian informasi di Plasa Telkom direpresentasikan oleh sub variabel X₄₁₉, X₄₂₀, X₄₂₁, X₄₂₂, X₄₂₃, X₄₂₄, X₄₂₅, X₄₂₆, X₄₂₇, X₄₂₈, X₄₂₉, X₄₃₀, X₄₃₁, X₄₃₂ dan X₄₃₃. Hasil uji reliabilitas dan validitas tahap 1 sub-sub variabel yang memenuhi syarat (Cronbach Alpha 0,894 dan nilai

Corrected Item – Total Corelation diatas 0,6) adalah X_{401} , X_{410} , X_{411} , X_{412} , X_{413} , , X_{414} , dan X_{415} untuk *Call Center* ; X_{416} , X_{417} , dan X_{418} untuk Layanan Info Billing 109 dan X_{425} , X_{426} , X_{427} , X_{429} , X_{431} , X_{432} dan X_{433} . Hasil pengujian tahap 1 untuk sub variabel X_{416} , X_{417} , dan X_{418} dinyatakan sudah *reliabel* dan valid sebagai variabel X_{4B} ; sedangkan untuk sub variabel X_{401} , X_{410} , X_{411} , X_{412} , X_{413} , , X_{414} , X_{415} , X_{425} , X_{426} , X_{427} , X_{429} , X_{431} , X_{432} dan X_{433} perlu dilakukan pengujian tahap 2. Pada pengujian tahap 2 diperoleh hasil sub variabel X_{401} dan X_{429} gugur. Sehingga dapat disimpulkan sub variabel X_{4A} dengan nilai Cronbach Alpha 0,931 dan Corrected Item – Total Corelation $> 0,6$ adalah X_{410} , X_{411} , X_{412} , X_{413} , , X_{414} , dan X_{415} *reliabel* dan valid dan X_{425} , X_{426} , X_{427} , X_{431} , X_{432} dan X_{433} *reliabel* dan valid untuk sub variabel X_{4C} .

5. Variabel X_5

Diperoleh nilai Cronbach Alpha 0,852. Untuk masing-masing sub variabel X_{51} , X_{52} , dan X_{53} diperoleh hasil *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan variable X_{51} , X_{52} , dan X_{53} *reliabel* dan valid.

6. Variabel Y

Diperoleh hasil Cronbach Alpha 0,880. Untuk masing-masing sub variabel Y_1 , Y_2 , Y_3 , Y_4 , Y_5 , Y_6 , Y_7 , Y_8 dan Y_9 diperoleh nilai *Corrected Item-Total Correlation* Y_4 , Y_8 dan Y_9 gugur karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* dibawah 0,6. Selanjutnya sub variabel Y_1 , Y_2 , Y_3 , Y_5 , Y_6 , dan Y_7 diuji lagi tingkat reliabilitas dan validitasnya, diperoleh nilai Cronbach Alpha 0,868 dan nilai *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,6 maka dapat disimpulkan Y_1 , Y_2 , Y_3 , Y_5 , Y_6 , dan Y_7 *reliabel* dan valid.

7. Variabel Z

Diperoleh hasil Cronbach Alpha 0,823. Untuk masing-masing sub variabel $Z_1, Z_2, Z_3, Z_4, Z_5, Z_6, Z_7,$ dan Z_8 diperoleh nilai *Corrected Item-Total Correlation* $Z_2, Z_4, Z_5,$ dan Z_6 gugur karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* dibawah 0,6. Selanjutnya sub variabel $Z_1, Z_3, Z_7,$ dan Z_8 diuji lagi tingkat reliabilitas dan validitasnya, diperoleh nilai Cronbach Alpha 0,824 dan nilai *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,6 maka dapat disimpulkan $Z_1, Z_3, Z_7,$ dan Z_8 reliabel dan valid.

4.2.3. Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan kausal antar variabel maka dilakukan analisis korelasi untuk variabel X terhadap Y dan variabel Y terhadap Z.

Hasil pengolahan tersebut dapat dilihat pada lampiran 4.

4.2.3.1. Uji hipotesis Variabel X terhadap Y

Pengaruh antara variabel kecepatan layanan (X_1), kehandalan perangkat (X_2), kemudahan (X_3), akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Call Center* (X_{4A}), akurasi informasi dan penyampaian layanan pada layanan billing 109 (X_{4B}) dan akurasi informasi dan penyampaian layanan pada Plasa Telkom (X_{4C}) dan pemberian *special treatment* (X_5) sebesar 0,595. Angka ini berarti menunjukkan pengaruh yang cukup kuat antara ketujuh variabel tersebut. Sedangkan tingkat signifikansi koefisien korelasi satu sisi (1-tailed) dari output (diukur dari probabilitas) masing-masing variabel sebagai berikut :

- variabel kecepatan layanan (X_1) memiliki tingkat signifikansi 0,043 sedangkan untuk probabilitas $< 0,01$ atau $0,05$ memiliki pengaruh signifikan. Berarti variabel kecepatan layanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 1 tentang adanya peningkatan kecepatan layanan akan meningkatkan kepuasan diterima.
- variabel kehandalan perangkat (X_2) memiliki tingkat signifikansi 0,612 sedangkan untuk probabilitas $> 0,01$ atau $0,05$ tidak memiliki pengaruh signifikan. Berarti variabel kehandalan perangkat (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 2 tentang kehandalan perangkat yang tetap terjaga akan meningkatkan kepuasan ditolak.
- variabel kemudahan (X_3) memiliki tingkat signifikansi 0,001 sedangkan untuk probabilitas $< 0,01$ atau $0,05$ memiliki pengaruh signifikan. Berarti variabel kemudahan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 3 tentang pemberian kemudahan yang ditawarkan akan berdampak positif terhadap kepuasan diterima.
- variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Call Center* (X_{4A}) memiliki tingkat signifikansi 0,305 sedangkan untuk probabilitas $> 0,01$ atau $0,05$ tidak memiliki pengaruh signifikan. Berarti variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Call Center* (X_{4A}) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 4 tentang akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Contact point* khususnya *Call Center* 147 yang dikelola lebih baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan ditolak.

- variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan pada layanan billing 109 (X_{4B}) memiliki tingkat signifikansi 0,019 sedangkan untuk probabilitas $< 0,01$ atau 0,05 memiliki pengaruh signifikan. Berarti variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan pada layanan billing 109 (X_{4B}) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 4 tentang akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Contact point* khususnya info Billing 109 yang dikelola lebih baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan diterima.
- variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan pada Plasa Telkom (X_{4C}) memiliki tingkat signifikansi 0,563 sedangkan untuk probabilitas $> 0,01$ atau 0,05 tidak memiliki pengaruh signifikan. Berarti variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan pada Plasa Telkom (X_{4C}) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 4 tentang akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Contact point* khususnya Plasa Telkom yang dikelola lebih baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan ditolak.
- variabel pemberian special program (X_5) memiliki tingkat signifikansi 0,222 sedangkan untuk probabilitas $> 0,01$ atau 0,05 tidak memiliki pengaruh signifikan. Berarti variabel pemberian special program (X_5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 5 tentang pemberian *special program* akan mempengaruhi kepuasan ditolak.

4.2.3.2. Uji Hipotesis Variabel Y terhadap Z

Pengaruh antara variabel kepuasan (Y) dengan loyalitas (Z) sebesar 0,073. Angka ini menunjukkan bahwa hubungan yang sangat rendah. Sedangkan tingkat signifikansi koefisien korelasi satu sisi (1-tailed) dari output (diukur dari probabilitas) adalah 0,480. Hal ini berarti variabel kepuasan (Y) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Z), sehingga dapat disimpulkan hipotesis 6 tentang kepuasan pelanggan *Prime Customer* akan menciptakan loyalitas ditolak.

Apabila dibuatkan tabel maka sebagai berikut :

Tabel 4.2. Tabel Signifikansi Korelasi

Variabel bebas	Variabel terikat	Tingkat signifikansi	Output
X ₁	Y	0,043	Signifikan
X ₂	Y	0,612	Tidak Signifikan
X ₃	Y	0,001	Signifikan
X _{4A}	Y	0,305	Tidak Signifikan
X _{4B}	Y	0,019	Signifikan
X _{4C}	Y	0,563	Tidak Signifikan
X ₅	Y	0,222	Tidak Signifikan
Y	Z	0,073	Tidak Signifikan

4.2.3.3. Analisis Data

Pada tabel 4.7. terlihat bahwa pada variabel *special treatment* dari 7 hubungan yang ada 4 hubungan tidak signifikan. Terhadap variabel-variabel yang tidak berpengaruh signifikan dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Kehandalan perangkat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan disebabkan jaringan yang terpasang di pelanggan sejak terpasang sampai saat ini memiliki kehandalan yang sama, jarang gangguan, saat digunakan selalu dapat dipakai sehingga pelanggan *prime* tidak merasakan kehandalan perangkat merupakan hal yang istimewa. Jadi kehandalan perangkat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

- akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Contact point* khususnya *Call Center 147* yang dikelola lebih baik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan disebabkan *Call Center* tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap kebutuhan pelanggan *prime customer*. Pelanggan *prime customer* dengan komposisi 40,6 % sebagai kantor, 32,3 % rumah tinggal dan sisanya adalah sebagai rumah yang difungsikan sebagai kantor jarang melakukan kontak dengan *Call Center 147* disebabkan layanan yang dibutuhkan saat ini sudah mencukupi dengan kebutuhan mereka. *Call Center 147* yang difungsikan sebagai salah satu *contact point* PT Telkom melalui telepon jarang digunakan. Jadi akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Contact point* khususnya *Call Center 147* tidak berdampak terhadap bisnis mereka.
- akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Contact point* khususnya Plasa Telkom yang dikelola lebih baik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan disebabkan pelanggan *Prime Customer* jarang berhubungan atau mendatangi Plasa Telkom untuk melakukan transaksi atau proses perubahan terhadap fasilitas telekomunikasi mereka. Jadi akurasi informasi dan penyampaian layanan pada *Contact point* khususnya Plasa Telkom tidak berdampak terhadap kepentingan mereka.
- pemberian *special program* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan disebabkan *special program* yang diberikan saat ini kebanyakan untuk menambah LIS (Line In Service) sehingga kurang menyentuh pelanggan *prime* yang merupakan pelanggan eksisting yang sudah lama. Apalagi kebutuhan mereka adalah optimalisasi *line* eksisting sehingga jarang menambah kapasitas

telepon/LIS. Sehingga pemberian *special program* kurang tepat sasaran bagi pelanggan prime.

- o kepuasan pelanggan *Prime Customer* tidak berpengaruh signifikan dalam menciptakan loyalitas disebabkan oleh pelanggan *prime* sudah berlangganan lama dengan PT Telkom khususnya telepon kabel. Hingga saat ini telepon kabel masih merupakan primadona pelanggan *prime* dalam mendukung kelancaran operasional bisnis mereka. Sedangkan perusahaan pesaing yang dapat menyediakan fasilitas telepon kabel baru PT Telkom, sehingga pelanggan *prime* adalah pelanggan yang sulit berpindah karena tidak memiliki alternatif. Kepuasan pelanggan *prime* merupakan kepuasan semu, kepuasan pelanggan bagi perusahaan yang masih memegang monopoli.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh sebagai berikut :

$$B = 4,343$$

$$a = 0,270 \rightarrow \text{konstanta } X_1$$

$$b = 0,075 \rightarrow \text{konstanta } X_2$$

$$c = 0,464 \rightarrow \text{konstanta } X_3$$

$$d = 0,138 \rightarrow \text{konstanta } X_{4A}$$

$$e = - 0,281 \rightarrow \text{konstanta } X_{4B}$$

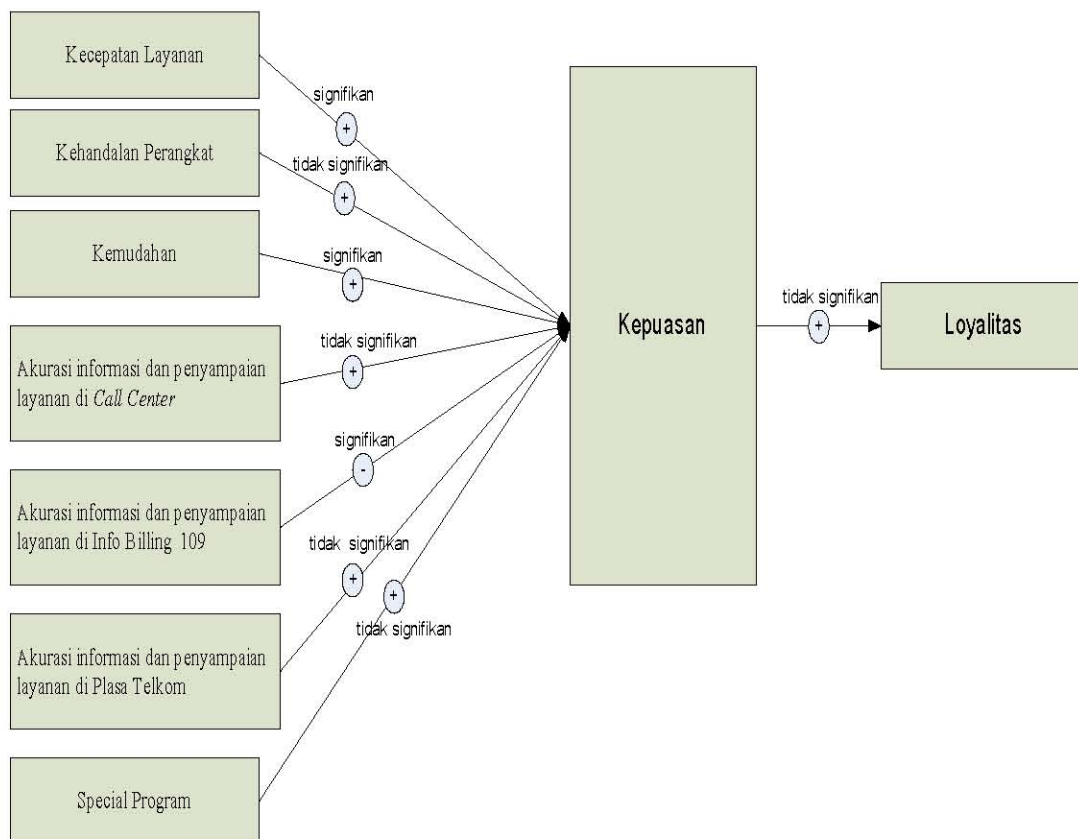
$$f = 0,076 \rightarrow \text{konstanta } X_{4C}$$

$$g = 0,159 \rightarrow \text{konstanta } X_5$$

Bila dilihat dari hasil yang diperoleh maka faktor dominan yang dapat menaikkan kepuasan pelanggan *prime* saat ini adalah kemudahan (X_3). Kontribusi kedua adalah kecepatan. Sedangkan kehandalan, akurasi informasi dan penyampaian layanan di *Call*

Center dan *Plasa Telkom* serta *special program* tidak terlalu besar tetapi keenam variabel tersebut memberikan kontribusi positif. Satu variabel yaitu akurasi informasi dan penyampaian layanan di *Info Billing 109* memberikan kontribusi negatif. Hal ini terkait dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan sehingga akurasi dan *assurance* yang diberikan PT Telkom harus 100%.

Apabila digambarkan Model Empiriknya adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1. Model Empirik Penelitian

Berdasarkan komposisi demografis yang ada maka dapat dianalisa beberapa hal sebagai berikut :

- a. Jumlah pengeluaran untuk handphone 50% sanggup menyisihkan 100-250 ribu, 36,5% sanggup menyisihkan < 100 ribu dan sisa diatas 250 ribu. Hal ini memberikan

peluang untuk penawaran Telkom Flexi yang memiliki kemampuan mobile seperti hp.

- b. Dengan komposisi 47,4% sebagai kantor utama dan 28% adalah kantor cabang nomor telepon mencerminkan nilai bagi pelanggan terhadap mitra bisnisnya yaitu untuk kelangsungan bisnis mereka.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Beberapa variabel *special treatment* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *prime* yaitu :
 - variabel kehandalan perangkat
 - variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan di *Call Center*.
 - variabel akurasi informasi dan penyampaian layanan di Plasa Telkom .
 - variabel pemberian special program.

Menurut Zeithaml (2003) kualitas jasa merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak dapat diterapkan untuk pelanggan *prime*. Hal ini memberikan indikasi bahwa adanya gap persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan persepsi PT Telkom sebagai penyedia layanan. Pelanggan merasakan kehandalan perangkat, akurasi informasi dan penyampaian

layanan di *Call Center* dan Plasa Telkom serta special program bukan merupakan hal yang istimewa.

Pada gambar 2.4. *Customer Satisfaction* (Zeithnaml : 2003) digambarkan bahwa ada faktor tambahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : *service quality, product quality, price, situasional factor* dan *personal factor*.

Berdasarkan hasil penelitian *service quality* (variabel kemudahan) merupakan faktor dominan yang dapat menaikkan kepuasan pelanggan *prime*.

2. Kepuasan tidak mampu menciptakan loyalitas pelanggan *prime*. Hal ini memberikan arti sebagai berikut :

- biaya berpindah (*switching cost*) tinggi.

Switching cost adalah persepsi pelanggan mengenai biaya, waktu, dan usaha yang dikeluarkan berkaitan dengan perpindahan penyedia jasa. Seringkali pelanggan tidak merasa puas dengan jasa yang diterima, namun karena biaya berpindah yang dirasakan pelanggan cukup besar apabila dia berpindah operator maka dia tetap menjadi pelanggan yang setia.

- belum adanya pesaing telepon kabel di Bandung. Fenomena yang ada di masyarakat bahwa telepon kabel lebih baik daripada telepon wireless menjadikan telepon kabel masih primadona. Saat ini PT Telkom masih mendominasi penyelenggara jasa layanan telepon kabel sehingga pelanggan *prime* tidak memiliki alternatif.

Menurut Jones (2000) hambatan berpindah adalah segala macam faktor yang mempersulit pelanggan untuk berpindah atau beralih penyedia jasa. Dalam penelitian empirisnya tersebut, Jones menganalisa tiga faktor hambatan

berpindah, yaitu : hubungan interpersonal yang kuat, *switching cost* yang tinggi, dan daya tarik alternatif lain yang terdapat di pasar. Jadi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan *prime* adalah hambatan berpindah.

Penelitian lanjutan yang menguatkan hal tersebut oleh Lee et. al. (2001) yang dilakukan pada jasa mobile phone di Perancis, mengemukakan biaya berpindah merupakan faktor mediasi antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan. Demikian pula dengan penelitian Ranaweera (2003) yang dilakukan pada *fixed line residential telephones* di Inggris, didapatkan kesimpulan bahwa kesetiaan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan hambatan berpindah.

Sesuai uraian diatas menguatkan hipotesis bahwa *switching barrier* merupakan faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan pada jasa telekomunikasi khususnya pada telepon kabel.

3. *Special treatment* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Prime* adalah :

- kecepatan layanan

Pelanggan *prime* kebanyakan adalah pelanggan bisnis. Waktu sangat berharga sehingga kecepatan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *prime*.

- kemudahan

Hal ini berarti kemudahan memberikan kenyamanan dalam fleksibilitas pelayanan hal ini sangat berarti bagi kelancaran bisnis mereka.

- akurasi informasi dan penyampaian layanan pada layanan billing 109

Billing merupakan rincian tagihan atas pemakaian sehingga sangat sensitif karena terkait dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karenanya akurasi informasi dan penyampaian layanan pada layanan billing 109 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *prime*.

Menurut Zeithaml (2003) salah satu faktor kepuasan pelanggan adalah *service quality*. *Service quality* terbentuk atas 3 faktor pendukung yaitu : *interaction quality*, *physical environment quality* dan *outcome quality*. *Reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* merupakan faktor-faktor pembentuk *service quality*. Jadi *service quality* berpengaruh signifikan terhadap pelanggan *prime*.

5.2. SARAN

Sebagai langkah perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelayanan untuk menciptakan loyalitas maka sebaiknya PT Telkom melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. PT Telkom memperbaiki pola layanan. Adanya gap persepsi layanan antara pelanggan dengan PT Telkom sebaiknya perlu dibentuk suatu *contact point* khusus yang menangani pelanggan *prime*. *Contact point* tersebut memiliki layanan 24 jam untuk mensolusikan kebutuhan pelanggan *prime*. Petugas yang menangani *contact point* tersebut memiliki *product knowledge* yang up to date sebagai bisnis solution pelanggan *prime*. Apabila PT Telkom tidak segera berbenah sesuai dengan kaca mata pelanggan, pesaing yang masuk yang menawarkan layanan yang murah, cepat, mudah dan berkualitas serta memberikan jaminan switching cost kecil akan mengakuisisi pelanggan *prime*.

2. Untuk meningkatkan penjualan, sebaiknya PT Telkom mencanangkan suatu program edukasi kepada pelanggan *prime* tentang varietas layanan yang dimiliki. Dilihat dari komposisi intensitas pemakaiannya masih sebatas lokal dan interlokal berarti masih dapat dikembangkan untuk internet dan sambungan langsung internasional. Misalnya : Program Telkom 4U sebagai proses edukasi untuk penggunaan internet menggunakan TelkomNet Instant, Speedy atau Flexi; insentif kepada para penyalur TKW untuk mensosialisasi kepada TKW apabila menghubungi sanak saudara di luar negeri menggunakan 007.
3. Untuk dapat memperkuat brand image telepon hanya menggunakan produk PT Telkom, sebaiknya PT Telkom dapat membentuk suatu komunitas pelanggan *prime* sebagai wadah forum komunikasi yang diadakan 6 bulan sekali. Forum komunikasi dapat diterapkan melalui program temu pelanggan, seminar yang menampilkan profil pelanggan *primenya*, dan lain-lain.
4. Saran penelitian lanjutan adalah penambahan variabel *special treatment* yaitu *Officer Customer Representative* dan *contact point* khusus. OCR adalah karyawan yang diberi tugas khusus menangani pelanggan *prime*. Apabila OCR sudah menerapkan *caring program* selama 1 tahun perlu diteliti apakah berpengaruh terhadap loyalitas. *Contact point* khusus dibentuk hanya untuk pelanggan *prime*. Bentuk layanan berupa telepon bebas pulsa yang mudah diingat pelanggan dan jaminan layanan dapat diselesaikan dalam waktu kurang 1 hari. Petugas OCR harus di-*up date product knowledge* sebagai *business solution*.

5.3. KETERBATASAN

Beberapa keterbatasan dalam penulisan ini adalah :

- a. Responden yang diperoleh 69,8% adalah staf sehingga kemungkinan penggalan informasi yang diharapkan tidak dapat terungkap mewakili suara pemilik telepon.
- b. Keterbatasan informasi/pengetahuan responden tentang produk dan *contact point* yang dimiliki PT Telkom menjadikan informasi yang digali kurang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Riduan,(2006). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung. Alfabeta Bandung.
- Zeithaml, Parasuraman dan Leonard, (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation* .New York.The Free Press.
- Parasuraman and Colby, Techno-Ready Marketing: How and Why Your Customers Adopt Technology , (2001). New York. The Free Press.
- Barnes, James G , (2003). *Secrets of Customer Relationship Management* Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Yogyakarta .Andi.
- Dharmamesta, Basu Swastha.(1999). Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi Peneliti. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia.Vol. 14. No. 3, hal. 73-88.
- Zulganef , (2002). Hubungan antara Sikap terhadap Bukti Fisik, Proses, dan Karyawan dengan Kualitas Keterhubungan, serta Perannya dalam menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen. Vol. 2 No. 3, September 2002 , hal. 98-115.
- Zulganef , (Maret 2002).Berapakah Dimensi Serqual di Indonesia ?, Usahawan 03 Tahun XXXI halaman 14.
- Gwinner, Kevin P. Dwayne D. Gremler dan Mary Jo Bitner, (1998). Relational Benefits in Services Industries : The Customer's Perspective. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 26, No. 2, 101-114.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright, (1999). Principles of Service Marketing and Management. New Jersey. Prentice Hall.

- Tjiptono, Frandy dan Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Sugiono, (2006). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiono, dan Eri Wibowo, (2004). *Statistika untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10.00 for Windows*. Bandung. Alfabeta.
- Komputer Wahana , (2006). *10 Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS 14*. Yogyakarta. Andi.
- Wiguna , (2001). *Studi Identifikasi Preperensi Konsumen dengan Menggunakan Teknik Analisis Faktor dan Analisis Klaster*. Sidang Tesis pada Program Studi Magister Management Bisnis & Administrasi Teknologi Program Pascasarjana ITB.
- Satrio, Bayu. Nugroho , (1998). *Segmentasi Pasar Telepon Selular Berdasarkan Karakteristik Perilaku Konsumen*. Sidang Tesis pada Bidang Khusus Bisnis Manufaktur Program Studi Magister Management Bisnis & Administrasi Teknologi Program Pascasarjana ITB.

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₁₁, X₁₂, X₁₃, dan X₁₄

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,851	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X11	10,68	1,758	,673	,818
X12	10,74	1,668	,752	,783
X13	10,59	1,781	,684	,813
X14	10,68	1,779	,654	,826

Reliabilitas Untuk Variabel X₂₁, X₂₂, X₂₃, X₂₄ dan X₂₅

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,855	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X21	15,93	4,974	,706	,821
X22	16,05	4,576	,650	,831
X23	16,01	4,516	,775	,799
X24	15,98	4,989	,697	,823
X25	16,28	4,246	,604	,856

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₂₁, X₂₂, X₂₃, X₂₄ dan X₂₅

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X31	11,63	2,574	,495	,748
X32	11,63	2,384	,695	,622
X33	11,09	2,696	,687	,642
X34	10,94	3,196	,398	,780

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₃₂ dan X₃₃ setelah X₃₁ dan X₃₄ tidak memenuhi syarat validitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,754	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X32	4,00	,379	,613	. ^a
X33	3,47	,525	,613	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₅₁, X₅₂, X₅₃

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X51	7,01	1,737	,718	,799
X52	7,21	1,556	,733	,786
X53	7,07	1,710	,721	,795

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₄₀₁, X₄₀₂, X₄₀₃, X₄₀₄, X₄₀₅, X₄₀₆, X₄₀₇, X₄₀₈, X₄₀₉, X₄₁₀, X₄₁₁, X₄₁₂, X₄₁₃, X₄₁₄, dan X₄₁₅

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,894	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X401	54,08	25,867	,601	,886
X402	54,14	26,371	,553	,887
X403	54,10	26,663	,542	,888
X404	54,54	26,377	,426	,893
X405	54,51	26,695	,396	,894
X406	54,52	26,379	,482	,890
X407	54,30	26,718	,425	,892
X408	54,38	27,016	,416	,892
X409	54,33	26,709	,463	,891
X410	54,35	25,073	,707	,881
X411	54,34	25,344	,691	,882
X412	54,36	25,118	,715	,881
X413	54,36	24,445	,739	,879
X414	54,27	25,105	,705	,881
X415	54,31	24,701	,635	,884

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₄₀₁, X₄₁₀, X₄₁₁, X₄₁₂, X₄₁₃, X₄₁₄, dan X₄₁₅ setelah hasil uji sebelumnya memenuhi tingkat validitas > 0,6.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,915	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X401	23,24	9,742	,426	,931
X410	23,51	8,547	,771	,899
X411	23,50	8,589	,800	,897
X412	23,52	8,463	,821	,894
X413	23,52	8,105	,822	,893
X414	23,43	8,437	,814	,895
X415	23,47	8,083	,752	,902

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₄₁₀, X₄₁₁, X₄₁₂, X₄₁₃, X₄₁₄, dan X₄₁₅ setelah hasil uji sebelumnya memenuhi tingkat validitas > 0,6.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X410	19,39	7,060	,761	,924
X411	19,38	7,058	,806	,918
X412	19,40	6,936	,830	,915
X413	19,40	6,621	,827	,915
X414	19,30	6,929	,817	,917
X415	19,34	6,544	,774	,924

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₄₁₆, X₄₁₇, X₄₁₈

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	99,0
	Excluded ^a	1	1,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,960	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X416	8,48	1,082	,886	,961
X417	8,46	1,060	,942	,920
X418	8,48	1,061	,914	,940

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₄₁₉, X₄₂₀, X₄₂₁, X₄₂₂, X₄₂₃, X₄₂₄, X₄₂₅, X₄₂₆, X₄₂₇, X₄₂₈, X₄₂₉, X₄₃₀, X₄₃₁, X₄₃₂, dan X₄₃₃

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X419	53,41	29,149	,553	,906
X420	53,49	28,779	,544	,907
X421	53,39	28,934	,579	,905
X422	53,43	29,826	,509	,907
X423	53,42	29,446	,538	,906
X424	53,41	29,381	,554	,906
X425	53,39	28,997	,660	,902
X426	53,35	28,736	,706	,901
X427	53,35	28,715	,709	,901
X428	53,36	29,603	,565	,906
X429	53,35	29,557	,609	,904
X430	53,35	29,768	,542	,906
X431	53,26	28,237	,699	,901
X432	53,28	28,331	,665	,902
X433	53,24	28,310	,662	,902

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₄₂₅, X₄₂₆, X₄₂₇, X₄₂₉, X₄₃₁, X₄₃₂ dan X₄₃₃ setelah hasil uji sebelumnya memenuhi tingkat validitas > 0,6.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X425	23,22	8,257	,781	,910
X426	23,19	8,112	,832	,905
X427	23,19	8,175	,808	,907
X429	23,19	9,670	,338	,947
X431	23,09	7,644	,879	,899
X432	23,11	7,681	,841	,903
X433	23,07	7,647	,843	,903

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₄₂₅, X₄₂₆, X₄₂₇, X₄₃₁, X₄₃₂ dan X₄₃₃ setelah hasil uji sebelumnya memenuhi tingkat validitas >0,6.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,947	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X425	19,40	7,084	,796	,942
X426	19,36	6,971	,839	,937
X427	19,36	7,034	,813	,940
X431	19,27	6,536	,886	,931
X432	19,29	6,567	,849	,936
X433	19,25	6,526	,854	,935

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel X₅₁, X₅₂, X₅₃

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X51	7,01	1,737	,718	,799
X52	7,21	1,556	,733	,786
X53	7,07	1,710	,721	,795

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel Y₁, Y₂, Y₃, Y₄, Y₅, Y₆, Y₇, Y₈ dan Y₉

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	30,78	10,425	,603	,869
Y2	30,78	10,173	,655	,864
Y3	30,86	10,224	,602	,869
Y4	30,90	10,094	,599	,869
Y5	30,98	9,115	,736	,857
Y6	30,82	9,600	,716	,858
Y7	30,86	9,718	,732	,857
Y8	30,56	11,091	,555	,874
Y9	30,36	11,245	,434	,881

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel Y₁, Y₂, Y₃, Y₅, Y₆, dan Y₇ setelah hasil uji sebelumnya memenuhi tingkat validitas >0,6.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,868	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	18,76	5,658	,636	,851
Y2	18,76	5,553	,651	,849
Y3	18,84	5,460	,651	,848
Y5	18,96	4,925	,670	,848
Y6	18,80	5,213	,676	,844
Y7	18,84	5,207	,733	,834

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel Z₁, Z₂, Z₃, Z₄, Z₅, Z₆, Z₇ dan Z₈

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,824	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1	27,21	7,051	,624	,794
Z2	27,15	7,389	,463	,814
Z3	27,27	6,789	,679	,785
Z4	27,31	7,017	,503	,810
Z5	27,45	7,345	,378	,829
Z6	27,33	7,256	,491	,811
Z7	27,21	6,861	,669	,787
Z8	27,31	6,870	,603	,795

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel Z₁, Z₃, Z₇ dan Z₈

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,832	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1	11,74	1,942	,638	,798
Z3	11,80	1,845	,658	,789
Z7	11,74	1,837	,689	,775
Z8	11,84	1,775	,661	,789

UJI HIPOTESIS

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,595 ^a	,354	,302	,8199563	1,841

a. Predictors: (Constant), X5_RATA2, X1_RATA2, X4A_RATA2, X2_RATA2, X4B_RATA2, X4C_RATA2, X3_RATA2

b. Dependent Variable: Y_RATA2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,368	7	4,624	6,878	,000 ^a
	Residual	59,165	88	,672		
	Total	91,533	95			

a. Predictors: (Constant), X5_RATA2, X1_RATA2, X4A_RATA2, X2_RATA2, X4B_RATA2, X4C_RATA2, X3_RATA2

b. Dependent Variable: Y_RATA2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,343	,689		6,298	,000		
	X1_RATA2	,270	,131	,186	2,053	,043	,893	1,120
	X2_RATA2	,075	,147	,050	,509	,612	,766	1,305
	X3_RATA2	,464	,131	,385	3,542	,001	,623	1,606
	X4A_RATA2	,138	,134	,106	1,033	,305	,696	1,438
	X4B_RATA2	-,281	,118	-,231	-2,382	,019	,780	1,282
	X4C_RATA2	,076	,131	,060	,581	,563	,687	1,456
	X5_RATA2	,159	,130	,128	1,229	,222	,682	1,467

a. Dependent Variable: Y_RATA2

Coefficient Correlations^a

Model		X5_RATA2	X1_RATA2	X4A_RATA2	X2_RATA2	X4B_RATA2	X4C_RATA2	X3_RATA2	
1	Correlations	X5_RATA2	1,000	,006	-,047	-,117	-,151	-,163	-,327
		X1_RATA2	,006	1,000	,052	,138	-,073	-,090	-,257
		X4A_RATA2	-,047	,052	1,000	,039	-,009	-,403	-,245
		X2_RATA2	-,117	,138	,039	1,000	-,284	-,047	-,218
		X4B_RATA2	-,151	-,073	-,009	-,284	1,000	-,133	-,025
		X4C_RATA2	-,163	-,090	-,403	-,047	-,133	1,000	-,007
		X3_RATA2	-,327	-,257	-,245	-,218	-,025	-,007	1,000
	Covariances	X5_RATA2	,017	,000	-,001	-,002	-,002	-,003	-,006
		X1_RATA2	,000	,017	,001	,003	-,001	-,002	-,004
		X4A_RATA2	-,001	,001	,018	,001	,000	-,007	-,004
		X2_RATA2	-,002	,003	,001	,022	-,005	-,001	-,004
		X4B_RATA2	-,002	-,001	,000	-,005	,014	-,002	,000
		X4C_RATA2	-,003	-,002	-,007	-,001	-,002	,017	,000
		X3_RATA2	-,006	-,004	-,004	-,004	,000	,000	,017

a. Dependent Variable: Y_RATA2

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions								
				(Constant)	X1_RATA2	X2_RATA2	X3_RATA2	X4A_RATA2	X4B_RATA2	X4C_RATA2	X5_RATA2	
1	1	7,725	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,081	9,765	,01	,02	,02	,01	,08	,03	,55	,00	,00
	3	,051	12,252	,00	,04	,01	,10	,14	,51	,10	,00	,00
	4	,041	13,791	,02	,37	,01	,11	,16	,04	,16	,04	,04
	5	,037	14,418	,01	,01	,00	,24	,53	,08	,14	,14	,14
	6	,029	16,237	,04	,09	,30	,26	,00	,32	,00	,09	,09
	7	,025	17,542	,00	,01	,28	,21	,02	,01	,04	,68	,68
	8	,010	27,358	,91	,45	,38	,09	,07	,00	,02	,04	,04

a. Dependent Variable: Y_RATA2

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	Y_RATA2
8	-5,209	1,0000
18	-5,418	1,7108

a. Dependent Variable: Y_RATA2

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	5,271516	8,552040	7,317381	,5837127	96
Std. Predicted Value	-3,505	2,115	,000	1,000	96
Standard Error of Predicted Value	,130	,414	,227	,066	96
Adjusted Predicted Value	5,801132	8,677138	7,328468	,5749259	96
Residual	-4,44235	1,5742366	,0000000	,7891694	96
Std. Residual	-5,418	1,920	,000	,962	96
Stud. Residual	-5,982	2,062	-,006	1,046	96
Deleted Residual	-5,63233	1,8158349	-,0110865	,9359573	96
Stud. Deleted Residual	-7,722	2,102	-,040	1,247	96
Mahal. Distance	1,384	23,233	6,927	4,817	96
Cook's Distance	,000	1,425	,026	,156	96
Centered Leverage Value	,015	,245	,073	,051	96

a. Dependent Variable: Y_RATA2