



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN KARTU PRABAYAR simPATI TELKOMSEL**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)

SKRIPSI

Oleh :

Septi Nuristiqomah

NIM 150210301037

**PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN KARTU PRABAYAR simPATI TELKOMSEL**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar
Sarjana Pendidikan

Oleh:

Septi Nuristiqomah
NIM 150210301037

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2019

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas berkat dan rahmat Allah S.W.T, serta doa doa dari orang-orang yang tercinta karya tulis ini dapat terselesaikan. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Mulyono dan Ibunda Dwi Suswati, yang kusayangi dan kucintai, terima kasih atas segala cinta kasih, pengorbanan, dukungan semangat, kesabaran dan doa doa yang tiada henti untuk keberhasilan studi yang kuraih hingga saat ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia;
2. Seluruh keluarga besar terutama kedua adikku Moh. Ferdi Alifudin dan Zulmi Nandiar yang tiada hentinya memberikan doa, semangat serta dukungannya selama ini;
3. Bapak/Ibu guru sejak TK hingga Perguruan Tinggi yang kuhormati serta semua orang yang telah memberikan pengetahuan serta pengalaman dengan penuh keikhlasan;
4. Almamater yang kucintai Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

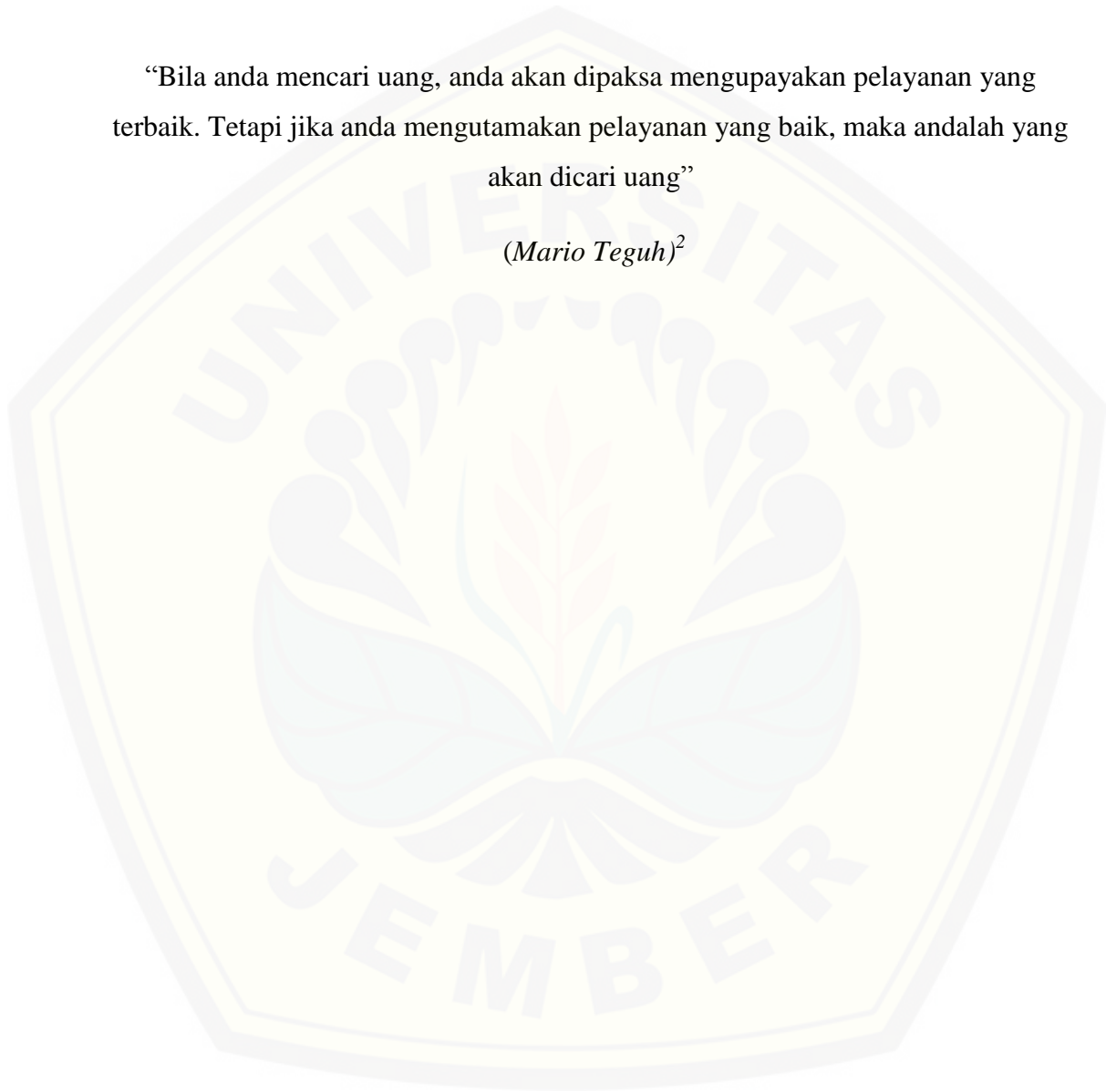
MOTTO

“Pelanggan yang tidak puas merupakan sumber belajar terbesar anda.”

(Bill Gates)¹

“Bila anda mencari uang, anda akan dipaksa mengupayakan pelayanan yang terbaik. Tetapi jika anda mengutamakan pelayanan yang baik, maka andalah yang akan dicari uang”

(Mario Teguh)²



¹ <https://www.finansialku.com/27-kata-kata-bijak-bill-gates-yang-akan-menginspirasi-anda/amp/>

² <http://wahyutiaz.blogspot.com/2012/04/kata-kata-bijak-mario-teguh.html/>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Septi Nuristiqomah

NIM : 150210301037

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)”** adalah benar benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas kebenaran dan keabsahan isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 23 mei 2019

Yang Menyatakan

Septi Nuristiqomah
150210301037

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Septi Nuristiqomah
NIM : 150210301037
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2015
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 03 September 1996

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M. M
Nip. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd
Nip. 19880721 201504 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 23 mei 2019

Tempat : Gedung 1 FKIP Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd
Nip. 19880721 201504 1 001

Anggota I

Anggota II

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Titin Kartini, S.Pd., M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik. M.Sc., P.hD
NIP.19680802 199303 1 004

RINGKASAN

“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)”. Septi Nuristiqomah; 150210301037; 2015; 45 halaman; Program Studi pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana komunikasi telepon seluler menciptakan peluang bisnis dan persaingan bisnis bagi perusahaan telekomunikasi. Telepon seluler dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat jika dilengkapi dengan kartu prabayar. Kartu prabayar merupakan produk yang di produksi perusahaan untuk melengkapi kegunaan telepon untuk berkomunikasi dan browsing atau menjelajah internet. Perusahaan seluler di Indonesia memanfaatkan peluang yang bagus untuk menarik keuntungan dari bisnis telekomunikasi. Telkomsel, XL, Indosat merupakan beberapa produk kartu prabayar yang ada di Indonesia dengan pengguna atau konsumen yang banyak

Telkomsel memberikan kualitas yang diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan kartu prabayar Telkomsel diantaranya memiliki kualitas jaringan yang bagus, terdapat *customer* servis disetiap daerah yaitu Grapari dan tersedianya bermacam bonus pilihan telepon dan sms maupun internet. Kartu simPATI masuk dalam Top Brand Award dan menduduki urutan pertama yang artinya produk kartu simPATI adalah produk terbaik yang selalu dicari dan dibeli konsumen. Kartu simPATI memperoleh peringkat teratas mencerminkan adanya kepuasan dan kepercayaan para pengguna telepon terhadap produk dan layanan simPATI.

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode angket, observasi

dan wawancara. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 41 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial yang terdiri atas analisis garis regresi linier sederhana, analisis varian regresi, uji F, efektifitas garis regresi, dan *standart error of estimates*.

Hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk sebagai variabel bebas secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai F hitung = 263,707 > F tabel = 4,09 dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Nilai koefisien korelasi dalam penelitian ini yaitu 0,933 dengan tingkat korelasi yang tergolong sangat kuat. Sedangkan nilai R square = 0,871 yang berarti bahwa persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sejumlah 87,1%. Sisanya yaitu 12,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, kualitas pelayanan dan citra merek.

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan 2015-2017. Adapun saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini yaitu Bagi mahasiswa, hendaknya lebih bijak dalam menggunakan kartu prabayar disesuaikan dengan kebutuhan tidak hanya sekedar membeli saja, mengkonsumsi saja, agar tidak dikategorikan perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu sebagai mahasiswa juga harus bijak dalam menentukan produk yang memiliki manfaat sesuai kebutuhan. Bagi peneliti lain hendaknya mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan ini tidak lepas bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., P.h.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M. Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
5. Dra. Sri Wahyuni, M.Si., selaku Dosen Penguji I dan Titin Kartini, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini;
6. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Seluruh pihak mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jember yang turut membantu dalam memberikan informasi dan pengumpulan data skripsi;

8. Sahabat seperjuanganku Weny, Nadya, Erina, Pipit, Arum, Isfa, Eva, dan Sa'dia terima kasih telah menjadi tempat bercurah hati dan memberikan semangat serta memberikan pengalaman yang berkesan;
9. Sahabat tercinta ayu trisna dewi terima kasih atas doa, semangat dan dukungannya;
10. Ahmad Dalail yang selama ini mendukung dan memberiku semangat yang tiada henti dalam proses mengerjakan skripsi ini;
11. Seluruh teman-teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 terima kasih atas semangat dan kebersamaanya; dan
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan untuk terselesaikannya skripsi ini.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Jember, 23 Mei 2019

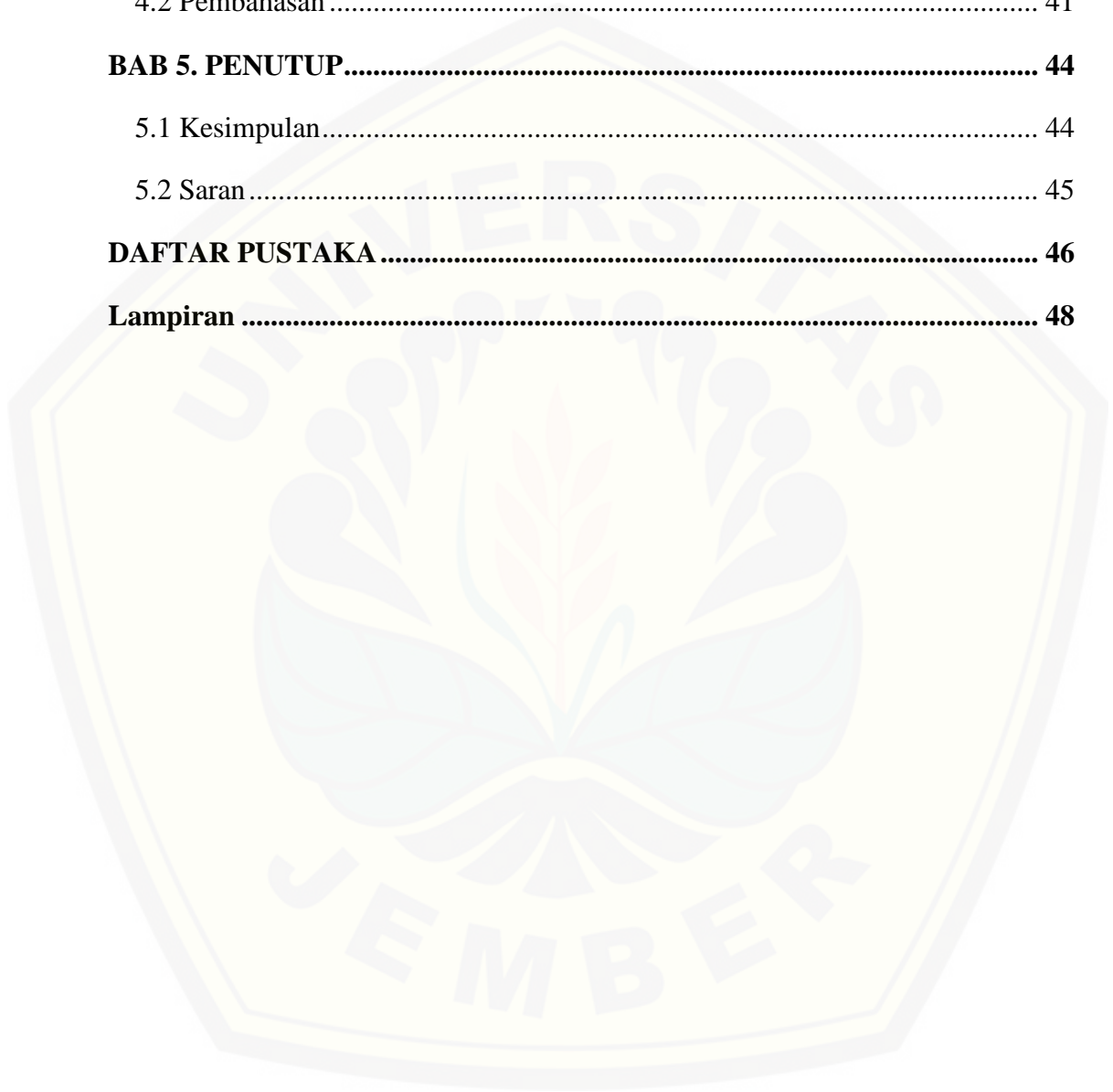
Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSEMBAHAN.....	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Produk.....	7
2.2.2 Kualitas Produk.....	8

2.2.3 Kepuasan Konsumen	11
2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	14
2.3 Kerangka Berfikir.....	16
2.4 Hipotesis	16
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	17
3.3 Populasi dan Sampel	18
3.3.1 Populasi.....	18
3.3.2 Sampel	18
3.4 Definisi Operasional Variabel	19
3.5 Jenis dan Sumber Data	20
3.6 Metode Pengumpulan Data	20
3.7 Metode Pengolahan Data.....	21
3.7.1 Editing.....	21
3.7.2 Skoring.....	22
3.7.3 Tabulasi.....	22
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	22
3.8.1 Uji Validitas	22
3.8.2 Uji Reliabilitas	23
3.9 Metode Analisis Data	24
3.9.1 Analisis Inferensial	24
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Hasil Penelitian.....	29
4.1.1 Data Pendukung	29

4.1.2 Data Utama	31
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian	32
4.1.4 Analisis Data.....	34
4.2 Pembahasan	41
BAB 5. PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan.....	44
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46
Lampiran	48



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Operator Seluler.....	2
Tabel 1.2 Top Brand Simcard Prabayar Tahun 2018 Fase 1	3
Tabel 3.1 pedoman interpretasi terhadap koefisien korelasi.....	26
Tabel 4.1 jumlah mahasiswa aktif angkatan 2015-2017 tahun akademik 1819 ...	29
Tabel 4.2 Informasi kartu simPATI	29
Tabel 4.3 Klasifikasi responden menurut jenis kelamin.....	30
Tabel 4.4 Klasifikasi responden menurut usia	31
Tabel 4.5 Hasil uji validitas	32
Tabel 4.6 Hasil uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.7 Hasil analisis regresi linier sederhana.....	34
Tabel 4.8 Hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov	35
Tabel 4.9 Hasil uji linieritas	36
Tabel 4.10 Hasil analisis varian garis regresi.....	37
Tabel 4.11 Hasil uji SPSS untuk Uji F.....	37

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	16



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Matrik Penelitian	48
Lampiran 2 Pedoman Pengumpulan Data.....	50
Lampiran 3 Pedoman Kuisisioner.....	51
Lampiran 4 Kuisisioner Penelitian	52
Lampiran 5 Pedoman Wawancara	57
Lampiran 6 Transkrip Wawancara	59
Lampiran 7 Daftar Responden	68
Lampiran 8 Data Hasil Rekapitulasi Kuisisioner	71
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Instrumen	79
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	84
Lampiran 11 Hasil simulasi 1 uji reliabilitas dan validitas	81
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas	86
Lampiran 13 Hasil Uji Linearitas.....	87
Lampiran 14 Hasil Analisis Inferensial.....	89
Lampiran 15 Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 16 Dokumentasi Penelitian.....	92
Lampiran 17 Lembar Konsultasi.....	94
Lampiran 18 Tabel Nilai Kritis Untuk Korelasi R Product-Moment	96
Lampiran 19 Nilai Pedoman F Tabel	98
Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup.....	103

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi setiap tahunnya mengalami peningkatan, termasuk pada perkembangan telekomunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi ini terlihat jelas dengan beredarnya peralatan canggih dan modern seperti alat komunikasi telepon seluler. Alat komunikasi merupakan alat yang sangat penting dan sering digunakan masyarakat pada era teknologi saat ini, bahkan telepon seluler untuk saat ini sudah menjadi barang primer. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana komunikasi telepon seluler menciptakan peluang bisnis dan persaingan bisnis bagi perusahaan telekomunikasi.

Produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan, hal ini akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Perusahaan berorientasi pada kepuasan konsumen dalam memproduksi suatu barang untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Apabila kinerja produk tidak sesuai yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, sehingga perusahaan di bidang komunikasi harus mampu menciptakan produk teknologi komunikasi yang memiliki mutu bagus sesuai perkembangan teknologi untuk menciptakan kepuasan konsumen tersebut.

Telepon seluler dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat jika dilengkapi dengan kartu prabayar. Kartu prabayar merupakan produk yang di produksi perusahaan untuk melengkapi kegunaan telepon untuk berkomunikasi dan *browsing* atau menjelajah internet. Perusahaan seluler di Indonesia memanfaatkan peluang yang bagus untuk menarik keuntungan dari bisnis telekomunikasi. Telkomsel, XL, Indosat merupakan beberapa produk kartu prabayar yang ada di Indonesia dengan pengguna atau konsumen yang banyak. Perusahaan telekomunikasi yang memproduksi produk kartu prabayar bersaing dengan perusahaan telekomunikasi lainnya untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

Kartu Prabayar adalah sebuah produk telekomunikasi yang melakukan pembayaran terlebih dahulu agar dapat menggunakan layanannya. Kartu Prabayar khususnya kartu paket internet untuk sekarang memiliki banyak varian harga sesuai dengan kualitas yang disediakan. Paket internet menjadi kebutuhan primer bagi pengguna telepon. Layanan paket data untuk mendukung akses internet dan fitur-fitur sosial media yang tengah populer di kalangan masyarakat. Perusahaan dalam memproduksi sebuah produk harus menciptakan kualitas produk yang baik sesuai kebutuhan konsumen pada saat ini. Kualitas dari produk sangat menentukan apakah produk tersebut layak diterima dalam pasar atau tidak, sebab kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk tersebut. Semakin baik kualitas produk maka konsumen semakin suka.

Bisnis dengan memperhitungkan kualitas produk menjadi modal penting untuk menarik konsumen. Konsumen yang merasa senang dengan kualitas kinerja produk akan loyal dalam menggunakan produk tersebut. Kebanyakan konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian sebuah produk dengan melihat harga, kualitas produk dan merek produk tersebut. Kualitas produk menjadi salah satu daya tarik paling utama untuk meyakinkan konsumen dalam mengkonsumsi barang tersebut. Berikut disajikan data mengenai jumlah pelanggan kartu Prabayar sesuai operator seluler masing-masing yaitu pada tahun 2015, 2016, 2017 dan 2018 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Operator Seluler

No	Keterangan	Jumlah pelanggan			
		2015	2016	2017	2018
1	Telkomsel	153 juta	157,4 juta	140 juta	167,8 juta
2	Indosat	70 juta	85 juta	100,5 juta	64,1 juta
3	Tri	56 juta	56,5 juta	12,7 juta	38 juta
4	XL	42 juta	44 juta	42,3 juta	54,9 juta

Sumber : www.kominfo.go.id, (2019)

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa telkomsel merupakan operator seluler yang memiliki jumlah pelanggan terbanyak di Indonesia. Pada tahun 2015 ke tahun 2016 jumlah pelanggan kartu seluler semua meningkat, hal ini membuktikan

bahwa teknologi komunikasi di Indonesia semakin dibutuhkan oleh konsumen. Pada tahun 2017, berdasarkan data rekonsiliasi yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo), hingga 30 April 2018 tercatat ada 254.792.159 nomor pelanggan yang melakukan registrasi ulang, sehingga kartu seluler yang tidak melakukan registrasi ulang diblokir oleh pihak operator, jadi di tahun 2017 beberapa operator seluler mengalami penurunan pelanggan. Tahun 2018 beberapa operator seluler juga mengalami penurunan jumlah pelanggan dikarenakan untuk tahun 2018 registrasi kartu dengan kartu keluarga maksimal hanya 3 kali, sehingga kartu yang tidak digunakan harus diblokir atau di Unregistrasi untuk keamanan penggunaan. Pada tahun 2018 Telkomsel tetap menjadi kartu prabayar dengan pelanggan terbanyak.

Telkomsel menjadi operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. PT. Telkomsel didirikan bersama Indosat pada tahun 1995. Telkomsel adalah kartu seluler yang memiliki banyak pelanggan di Indonesia, Hal ini mengidentifikasi bahwa produk kartu Telkomsel dapat diterima oleh masyarakat. Telkomsel memiliki beberapa jenis kartu prabayar, yaitu *simPATI*, kartu As, dan halo.

PT. Telkomsel menjadi salah satu perusahaan telekomunikasi yang memiliki jaringan yang luas dibanding dengan para pesaingnya. Telkomsel memberikan kualitas yang diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan kartu prabayar Telkomsel diantaranya memiliki kualitas jaringan yang bagus, terdapat *customer* servis di setiap daerah yaitu Grapari dan tersedianya bermacam bonus pilihan telepon dan sms maupun internet. Selain itu tersedianya bermacam jenis pilihan paket data internet yang cocok untuk konsumen kalangan menengah. Berikut disajikan data kartu prabayar yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia dalam Top Brand Award :

Tabel 1.2 Top Brand Simcard Prabayar Tahun 2018 Fase 1

Merek	TBI	TOP
Simpati	39,7%	TOP
IM3	14,4%	TOP
XL	12,7%	TOP
Tri '3'	11,4%	
Kartu As	9,4%	
Axis	8,3%	

Sumber : www.topbrand-award.com, (2018)

Pada tabel 1.2 terlihat bahwa kartu simPATI yang termasuk dalam kartu seluler Telkomsel masuk dalam Top Brand Award. Apalagi kartu simPATI Telkomsel menduduki urutan pertama yang artinya produk kartu simPATI adalah produk terbaik yang selalu dicari dan dibeli konsumen. Kartu simPATI memperoleh peringkat teratas mencerminkan adanya kepuasan dan kepercayaan para pengguna telepon terhadap produk dan layanan simPATI, sehingga dapat dikatakan bahwa kartu simPATI merupakan produk yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia.

Mahasiswa menjadi salah satu pangsa pasar yang potensial bagi bisnis telekomunikasi. Tidak menutup kemungkinan bagi simPATI untuk meraih pangsa pasar anak muda yang menginginkan operator seluler dengan kualitas yang baik untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan observasi yang dilakukan Peneliti pada lingkungan mahasiswa karena sudah dewasa sehingga dapat memberikan jawaban pada kuisisioner secara objektif dan rasional, peneliti meneliti khususnya mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Universitas Jember dan mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa hampir keseluruhan mahasiswa memiliki telepon seluler dan banyak mahasiswa yang menggunakan produk kartu prabayar simpati Telkomsel sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Universitas Jember.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan yang dijelaskan dalam latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini antara lain untuk “Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel diharapkan dapat memberikan manfaat, Manfaat penelitian ini diantaranya adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengalaman dan pengetahuan serta wawasan khususnya mengenai penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Perguruan Tinggi

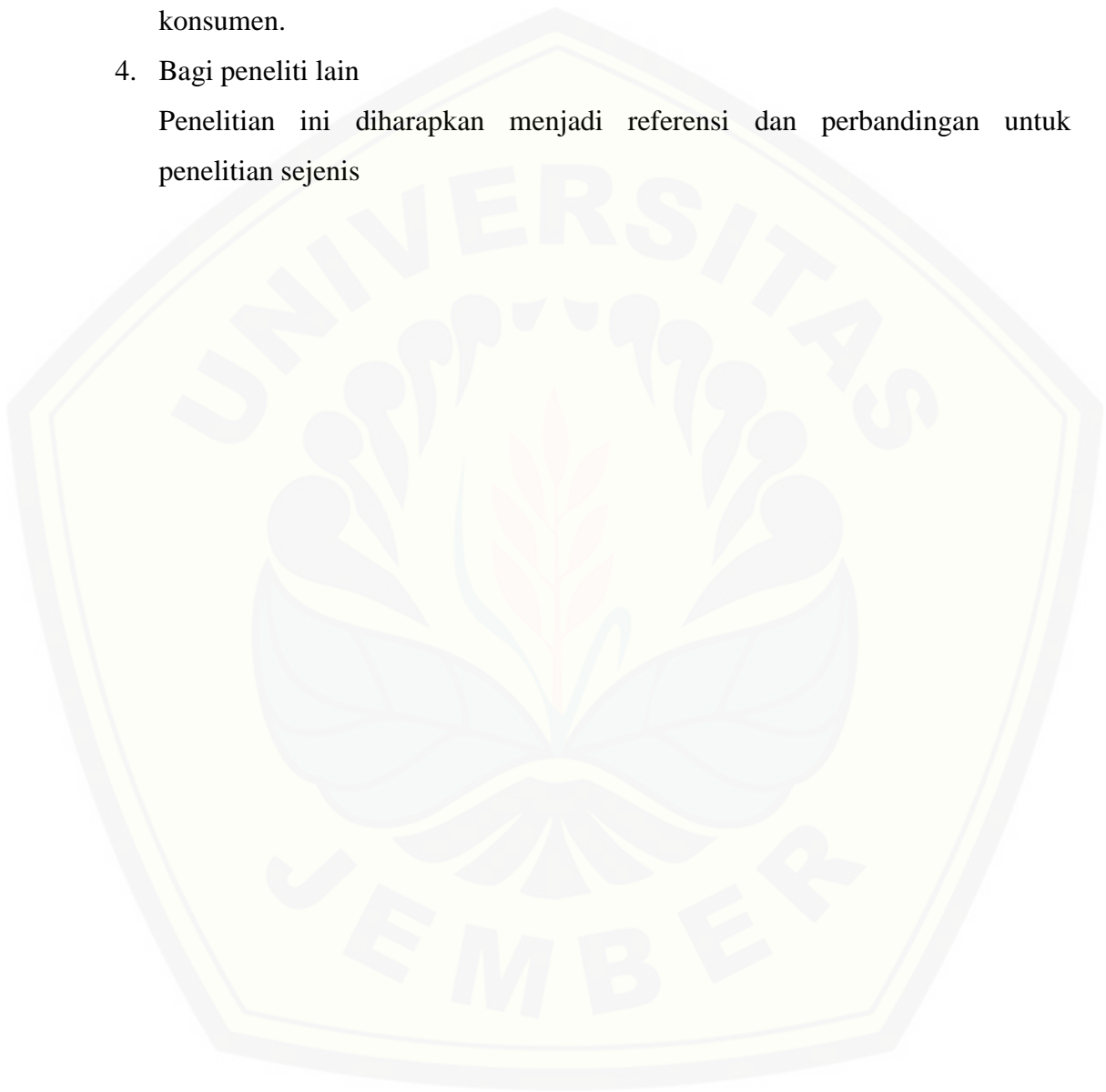
Penelitian ini sebagai tambahan referensi, pustakawan yang dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi penelitian sejenis.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengambilan keputusan di perusahaan dalam membuat kebijakan dan keputusan untuk meningkatkan kualitas produk dan menciptakan kepuasan konsumen.

4. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan perbandingan untuk penelitian sejenis



BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi kepustakaan yang dilakukan peneliti, diperoleh referensi penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain, adalah sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie, dan Decky Adare (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Hasil Koefisien Determinasi atau *R square* (r^2) adalah 0,741 yang menunjukkan bahwa 74,1% kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel dikelurahan Winangun 1, dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan promosi sementara sisanya sebesar 25,9% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan variabel bebas yang sama yaitu kualitas produk, variabel terikat yang sama yaitu kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini adalah penggunaan alat analisis, pada penelitian ini menggunakan analisis linier regresi berganda sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis linier regresi sederhana.

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Sinta Wedarini (2012), dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomflexi, Nilai koefisien *standardized regression weight* antara variabel kualitas produk dengan variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,7854 dengan *probability* sebesar 0,0000 atau $p < 0,05$. Berarti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Telkomflexi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan

variabel bebas yang sama yaitu kualitas produk, dan variabel terikat yang samayaitu kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini adalah objek yang berbeda, pada penelitian ini objeknya adalah konsumen Telkom flexi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah konsumen kartu prabayar simPATI Telkosmel. Perbedaan lainya adalah penggunaan alat analisis pada penelitian ini adalah analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis linier regresi sederhana.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori digunakan sebagai fondasi untuk melakukan penelitian. Landasan teori perlu ditegakkan agar mempunyai dasar yang kokoh dan bukan untuk sekedar coba-coba (*trial and error*). Landasan teori menunjukkan ciri bahwa penelitian ini dilakukan dengan cara ilmiah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2017:91).

2.2.1 Produk

Konsumen yang melakukan keputusan dalam melakukan pembelian suatu barang didasarkan pada produk yang ditawarkan penjual. Produk yang memiliki daya tarik lebih dibandingkan produk lain yang sejenis akan menarik minat konsumen untuk membeli, sehingga suatu perusahaan harus menyiapkan konsep produk terbaik untuk dipasarkan. Konsep produk sendiri yaitu bahwa konsumen akan menyukai produk yang memberikan atau menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovasi yang terbaik. Perbaikan produk yang berkelanjutan menjadi fokus dalam strategi pemasaran. Kualitas dan peningkatan produk adalah bagian penting dalam strategi pemasaran (Kotler dan Armstrong, 2008:11).

Produk merupakan hasil dari produksi untuk diperjualbelikan di pasaran dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Produk sendiri merupakan barang yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen akan membeli produk yang dibutuhkan dan memiliki manfaat sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, sehingga produk harus memiliki kualitas yang baik. Konsumen yang ingin merasakan manfaat dari produk tersebut harus mengeluarkan biaya tertentu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266), produk merupakan segala sesuatu hal yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Penawaran produk menjadi dasar bagi sebuah perusahaan dalam membangun hubungan yang menguntungkan dengan konsumen. Produk yang ditawarkan diharapkan memiliki kualitas yang baik sesuai harapan konsumen setelah melihat penawaran. Konsumen membentuk harapan tentang nilai barang dan kepuasan yang akan dirasakan setelah mengkonsumsi produk yang telah dibelinya. Ketika konsumen merasa produk telah sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen merasa puas dengan kualitas produk. Kepuasan konsumen tersebut akan menciptakan sifat loyal terhadap produk yang telah dibelinya, sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang.

2.2.2 Kualitas Produk

Produk yang memiliki kualitas baik memiliki peluang di pasaran untuk menarik konsumen, karena produk yang ditawarkan penjual mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Kotler dan Armstrong (2008:273) mendefinisikan kualitas produk adalah kualitas kinerja dari produk tersebut yang memiliki kemampuan untuk melaksanakan fungsinya. Selain itu kualitas produk menjadi pemastian kualitas, berarti produk tersebut bagus bebas dari kerusakan dan konsisten dalam memberikan tingkat kinerja yang ditargetkan. Semua perusahaan harus mampu mencapai tingkat kualitas kepastian yang tinggi.

Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas kepada konsumen, hal ini menciptakan kepuasan kepada konsumen. Kualitas produk merupakan produk yang bebas dari kerusakan, berarti produk sesuai dengan standart (sasaran, target, diobservasi dan diukur). Kualitas menggambarkan semua dimensi penawaran produk yang memberikan manfaat kepada konsumen. Kualitas produk sering dikaitkan dengan harga produk yang bersangkutan (Tjiptono, dkk, 2008:67).

Menurut Tjiptono, dkk (2008:68) dalam pemasaran barang ada 8 dimensi utama kualitas produk yang kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Delapan (8) dimensi utama yang sering digunakan adalah :

1. Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik pokok dari suatu produk tersebut. Misalnya kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaan.
2. Fitur (*features*) merupakan bagian pelengkap yang dapat memberikan tambahan pengalaman pemakaian produk. Misalnya keunikan, keragaman dalam produk tersebut.
3. Reliabilitas merupakan kemungkinan kecil yang terjadi, akan mengalami kerusakan atau gagal dalam pemakaian produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil terjadinya kerusakan, semakin andal produk tersebut.
4. Konformasi (*conformance*) merupakan sejauh mana tingkat kesesuaian produk dengan standart yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain.
5. Daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama produk tersebut dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Misalkan umur ekonomis produk.
6. *Serviceability* yaitu meliputi kecepatan dan kemudahan dalam melakukan pelayan terhadap konsumen yang menggunakan produk tersebut.
7. Estetika (*aesthetics*) yaitu daya tarik produk yang menyangkut penampilan produk yang dapat dinilai dengan panca indera. Misalkan keindahan desain produk, keunikan model produk dan kombinasi warna.
8. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*) yaitu kualitas produk yang dinilai berdasarkan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap produk.

Dimiyanti (2004:78) mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan tolak ukur kepuasan konsumen yang multidimensi. Biasanya kualitas dihubungkan dengan kegunaan atau manfaat dari produk tersebut. Kualitas produk berarti suatu usaha untuk memenuhi atau memberi melebihi harapan konsumen, sesuai yang ditetapkan oleh perusahaan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang standart, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena pada waktu tertentu selera atau harapan konsumen pada suatu produk akan meningkat.

Bagi konsumen kualitas memiliki beberapa dimensi, terdapat 6 dimensi dari kualitas produk menurut Dimiyanti (2004:79) antara lain:

1. *Performance* yaitu dimensi yang paling dasar dan berhubungan dengan kegunaan utama dari suatu produk.
2. *Reliability* yaitu dimensi yang menunjukkan probabilitas produk dalam menjalankan fungsinya.
3. *Feature* yaitu dimensi yang menjadi aspek kedua atau sekunder.
4. *Durability* yaitu keawetan yang menunjukkan suatu tingkatan terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu.
5. *Confermance* yaitu menunjukkan standar produk seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar tertentu.
6. *Design* yaitu dimensi yang menawarkan aspek emosional untuk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penjelasan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa kualitas produk adalah nilai dari suatu barang yang ditawarkan oleh perusahaan untuk menarik minat pembelian konsumen. Produk menjadi daya tarik yang utama dalam mengikat konsumen, karena produk yang nantinya akan dikonsumsi dan dirasakan manfaatnya oleh konsumen. adapun indikator kualitas produk dalam penelitian ini yang disesuaikan dengan keadaan lapangan yaitu sebagai berikut :

- a. Kinerja adalah produk kartu prabayar simpati telkomsel yang dimana produk memiliki kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya.
- b. Fitur adalah produk kartu prabayar simpati telkomsel yang dimana produk memiliki keragaman bonus dan nilai dalam kartu.
- c. *Serviceability* adalah produk kartu prabayar simpati telkomsel yang dimana memiliki kenyamanan dan fasilitas lain yang diberikan perusahaan.
- d. Persepsi terhadap kualitas adalah produk kartu simpati telkomsel yang dimana produk memiliki merek atau reputasi baik.

2.2.3 Kepuasan Konsumen

Kebutuhan dan konsumen perlu dipahami karena merupakan hal penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas menjadi asset utama yang bernilai lebih karena jika konsumen merasa puas mereka akan terus membeli produk yang ditawarkan perusahaan, namun jika konsumen merasa tidak puas mereka akan berhenti membeli produk dan memberitahu orang lain tentang pengalaman buruknya ketika menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan. Perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen dengan mengelola dan meningkatkan produk yang dipasarkan sesuai keinginan konsumen.

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan dari konsumen adalah apabila konsumen merasa apa yang diinginkan terpenuhi dengan maksimal. Menurut Irawan (2002:40), konsumen merasa puas jika harapannya terpenuhi. Ada lima faktor utama kepuasan konsumen :

1. pertama, adalah kualitas produk atau jasa. Konsumen akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik.
2. kedua, adalah harga. Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value form money*.
3. ketiga adalah *service quality* sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru
4. keempat adalah *emotional factor*. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya *emotional value* yang diberikan *brand* tertentu.
5. kelima adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula (Kotler dan Armstrong, 2008: 181).

Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa keinginannya atau harapannya telah terpenuhi dengan membeli dan menggunakan produk tersebut. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian lebih banyak dan lebih sering dengan produk yang ditawarkan perusahaan. Apabila konsumen puas maka uang yang dimiliki konsumen akan dibelanjakan untuk produk yang ditawarkan perusahaan, dengan demikian perusahaan akan mendapat keuntungan. Selain itu kepuasan konsumen merupakan rasa yang diciptakan dari penilaian-penilaian atas pengalaman dalam pembelian dan pemakaian produk (Wijayanti, 2014:176).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:16) kepuasan konsumen merupakan pengukuran dimana kinerja produk dianggap sesuai dengan ekspektasi konsumen. Konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli membentuk ekspektasi tentang nilai dan kepuasan, dan membeli berdasarkan ekspektasi yang diharapkan konsumen terhadap produk. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan memberitahu orang lain tentang pengalaman baik mereka. Nilai dan kepuasan konsumen merupakan kunci dalam meningkatkan dan menjalin hubungan baik dengan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu alat pemicu untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan di masa sekarang ataupun dimasa yang akan datang, dan suatu langkah yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan sebagai pemenuhan kepada konsumen dalam memuaskan kebutuhan konsumen.

Kepuasan konsumen tidak hanya penting bagi konsumen, namun menjadi nilai penting bagi perusahaan. Keberhasilan memberi nilai puas kepada konsumen mengundang banyak manfaat sekaligus dapat digunakan sebagai alat ukur kepuasan konsumen yaitu kepuasan membentuk loyalitas pelanggan seperti melakukan pembelian ulang, dan kepuasan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang bisa menambah jumlah konsumen (Tjiptono dkk, 2008:41).

Menurut Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), Indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

a. Membeli kembali

dimana pelanggan tersebut akan kembali untuk mencari barang atau produk tersebut untuk dikonsumsi lagi

b. Menciptakan *Word-of-Mouth*

Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain

c. Menciptakan citra merek

Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing

d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama

Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014:101) indikator pembentuk kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

a. kesesuaian harapan

harapan pelanggan menentukan kualitas produk dan juga kepuasan pelanggan. Harapan pelanggan ini melatarbelakangi pada dua perusahaan dinilai berbeda oleh pelanggan. Dalam konteks kesesuaian harapan pelanggan, umumnya harapan merupakan keyakinan pelanggan terhadap apa yang akan diterimanya.

b. Minat berkunjung kembali

Kepuasan seorang konsumen ini akan menumbuhkan perilaku loyal, dan mempunyai komitmen terhadap produk, dimana pada akhirnya akan menimbulkan minat membeli ulang produk tersebut dimasa yang akan datang.

c. Kesiediaan Merekomendasi

Suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Sehingga pelanggan bersedia untuk merekomendasikan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan lainnya

Penjelasan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan positif yang dirasakan setelah menggunakan suatu produk karena memiliki kualitas atau manfaat sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan produk yang digunakan maka konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut. Adapun indikator kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Membeli kembali

Membeli kembali merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh konsumen terhadap produk yang sama dan akan kembali lagi untuk kedua atau ketiga kalinya. Keinginan untuk kembali membeli ulang produk kartu prabayar simpati telkomsel terjadi apabila konsumen merasa kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan melebihi harapan sehingga mereka ingin kembali menggunakan produk tersebut, namun apabila konsumen tidak puas mereka akan cenderung beralih ke produk yang lain atau memutuskan tidak kembali menggunakan produk tersebut.

b. Kesiediaan Merekomendasi

Kesiediaan Merekomendasi merupakan pernyataan secara personal atau non personal yang disampaikan oleh orang lain. Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas produk kartu prabayar simpati telkomsel dapat menjadi perantara untuk mempromosikan produk kepada kerabat dan rekan atau teman bahwa kualitas produk kartu prabayar simpati telkomsel yang dikonsumsi sangat memuaskan. Apabila tidak puas dengan kualitas yang diterimanya, mereka dapat menceritakan ketidakpuasan kepada orang lain.

2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Sebuah produk memiliki banyak fungsi sebagaimana peran kualitas dari produk, karena produk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan banyak cara. Kotler (2009:49) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayan untuk memuaskan harapan akan kebutuhan yang dinyatakan konsumen. Ketika konsumen membeli suatu produk, kualitas produk merupakan pertimbangan paling utama dalam melakukan

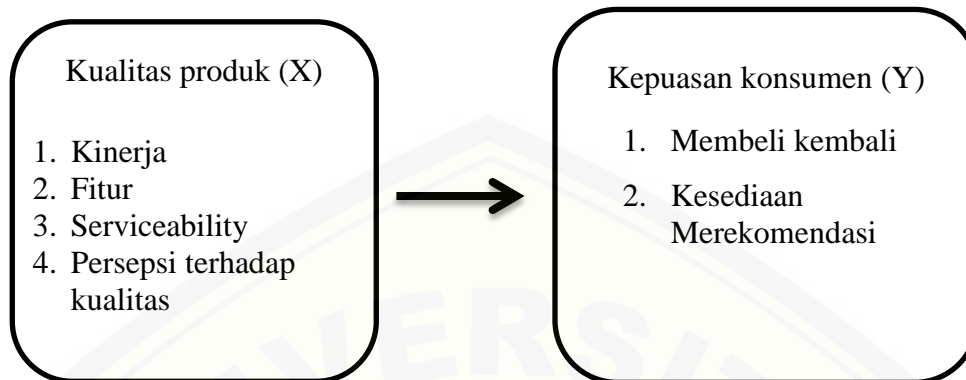
pembelian, karena produk yang akan digunakan langsung oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga produk harus sesuai dengan harapan konsumen.

Menurut Wijayanti (2012:150) dalam meningkatkan sikap loyal, harus meningkatkan kepuasan setiap konsumen dan mempertahankan tingkat kepuasan konsumen tersebut dalam jangka waktu yang panjang. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen perlu menambahkan nilai pada produk yang akan ditawarkan. Peningkatan nilai bisa berupa kualitas produk yang dibutuhkan konsumen, dengan meningkatkan nilai terhadap produk otomatis harapan konsumen akan produk sesuai dan hal tersebut akan menjadikan konsumen yang loyal

Mowen, dkk (2002: 54) berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Nabhan (2005:72) mengemukakan bahwa jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk, dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut secara terus-menerus karena produk dirasa memuaskan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk dengan kepuasan konsumen sangat erat karena apabila produk yang ditawarkan merupakan produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan puas sehingga akan mendorong timbulnya pembelian ulang terhadap produk tersebut.

2.3 Kerangka Berfikir.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh yang signifikan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Adapun metode penelitian yang akan dijelaskan pada bab ini meliputi; (1) rancangan penelitian, (2) metode penentuan lokasi, (3) populasi dan sampel, (4) definisi operasional, (5) jenis dan sumber data, (6) metode pengumpulan data, (7) metode pengolahan data, (8) uji instrument penelitian, (9) metode analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif-korelasional, jadi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kartu prabayar simPATI. Berdasarkan objek dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian survey eksplanatif asosiatif. Metode penelitian survey eksplanatif asosiatif adalah metode penelitian pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumentnya. Tujuannya untuk mendapatkan informasi mengenai sejumlah responden yang dianggap mewakili dari populasi tertentu yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antar variabel.

3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Metode yang digunakan untuk menentukan lokasi penelitian ini adalah metode purposive area yaitu penelitian memilih suatu tempat untuk dijadikan penelitian dengan beberapa alasan dan pertimbangan. Lokasi penelitian yaitu wilayah atau tempat dimana penelitian tersebut akan dilaksanakan. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember, Jl. Kalimantan no.37. Penelitian ini dilakukan karena banyak mahasiswa yang menggunakan kartu prabayar simpati dan kemudahan dalam memperoleh data.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah hal utama dalam penelitian kuantitatif. Populasi merupakan hal yang perlu diperhatikan apabila ingin menyimpulkan suatu hasil yang dipercaya untuk objek penelitiannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017 yang menggunakan kartu prabayar simPATI Telkomsel.

3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling yaitu dimana responden penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Peneliti melakukan pra survey kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi dari angkatan 2015, 2016, dan 2017. Peneliti mendapatkan informasi bahwa sebanyak 41 mahasiswa menggunakan kartu prabayar Simpati Telkomsel. Pada penelitian ini jumlah penentuan banyaknya sampel mengacu pada teori yang diungkapkan Roscoe (dalam Sugiyono, 207:156) yang memberikan sasaran tentang ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Jadi dari 41 mahasiswa yang menggunakan kartu prabayar simpati sudah memenuhi syarat ukuran sampel penelitian.

Adapun Kriteria responden yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

- a) Mahasiswa yang menggunakan kartu prabayar Simpati Telkomsel.
- b) Telah melakukan minimal 2 kali pembelian.
- c) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi yang diberikan untuk suatu variabel dengan cara memberikan arti atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk menilai variabel tersebut. Dalam penelitian ini definisi operasional meliputi variabel-variabel serta indikator sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X)

Kualitas produk adalah keseluruhan nilai dari produk kartu Prabayar simPATI Telkomsel yang bisa memuaskan konsumen dan membuat konsumen loyal. Adapun indikator dari variabel kualitas produk yang akan diteliti yaitu :

- a. Kinerja yaitu produk kartu simPATI Telkomsel yang dimana produk memiliki kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya.
- b. Fitur yaitu produk kartu simPATI Telkomsel yang dimana produk memiliki keragaman dalam bonus dan nilai dalam kartu.
- c. *Serviceability* yaitu produk kartu simPATI Telkomsel yang dimana memiliki fasilitas lain yang diberikan perusahaan.
- d. Persepsi terhadap kualitas yaitu produk kartu simPATI Telkomsel yang dimana produk memiliki merek atau reputasi baik.

2. Kepuasan Konsumen (Y)

kepuasan konsumen merupakan perasaan positif yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk kartu Prabayar simPATI Telkomsel karena memiliki kualitas atau manfaat sesuai dengan harapan konsumen.

a. Membeli kembali

Keinginan untuk kembali membeli ulang produk kartu Prabayar simPATI Telkomsel ketika konsumen merasa kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan melebihi harapan.

b. Kesiediaan Merekomendasi

Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas produk kartu Prabayar simPATI Telkomsel dapat menjadi perantara secara sukarela untuk merekomendasikan produk kepada kerabat dan rekan atau teman bahwa kualitas produk kartu Prabayar simPATI Telkomsel yang dikonsumsi sangat memuaskan.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

1 Sumber data primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber utama atau pertamanya. Sumber primer pada penelitian ini yaitu hasil wawancara dan penyebaran kuisisioner yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015-2017 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang menggunakan kartu simPATI Telkomsel sebagai responden.

2 Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai pelengkap dari sumber pertama. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari bagian akademik program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang berisi tentang profil Pendidikan Ekonomi dan data mahasiswa angkatan 2015-2017, serta literature yang mendukung penelitian seperti artikel dan jurnal.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Terdapat tiga metode yang akan digunakan dalam proses pengumpulan data yang diperlukan dalam kegiatan penelitian, yaitu antara lain :

a. Kuisisioner

Metode kuisisioner yaitu metode yang menggunakan daftar pertanyaan dalam pengumpulan data tentang persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kepuasan konsumen produk kartu prabayar simPATI Telkomsel. Daftar pertanyaan sudah ada pilihan jawaban sehingga responden konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel hanya akan menjawab pilihan yang sudah disiapkan peneliti. Data yang diperoleh dari kuisisioner akan dijadikan data primer atau data utama oleh peneliti.

b. Metode observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara melihat dan mengamati keadaan secara langsung dan sistematis di lapangan. Metode observasi dalam penelitian ini adalah mengamati secara langsung mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015-2017 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai pengguna kartu prabayar simPATI Telkomsel. Hasil observasi yang telah dilakukan menunjukkan banyak mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017 yang menggunakan kartu prabayar simPATI Telkomsel.

c. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya kepada konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data mengenai persepsi mahasiswa tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kartu prabayar simPATI Telkomsel. Metode wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara terstruktur dimana setiap responden diberi pertanyaan yang sesuai dengan pokok bahasan kemudian peneliti akan mencatat.

3.7 Metode Pengolahan Data

3.7.1 Editing

Editing merupakan aktivitas dalam mengolah dan meneliti catatan data untuk mengetahui apakah catatan itu dapat digunakan dan cukup baik untuk proses penelitian berikutnya. Hal yang akan diteliti dalam editing ini adalah lengkapnya pengisian kuisisioner, kejelasan makna, keterbatasan tulisan, konsistensi jawaban, dan relevansi jawaban.

3.7.2 Skoring

Skoring adalah aktivitas pemberian nilai skor terhadap kuisisioner yang sudah disebarakan kepada responden menurut kriteria yang telah ditentukan. Skoring digunakan untuk mengetahui data yang didapatkan dari kuisisioner berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian ini. selanjutnya dilakukan penjumlahan atau penambahan angka-angka hasil dari jawaban responden. Adapun kriteria skoring yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* adalah sebagai berikut :

- a. jika responden memilih jawaban SS diberi skor 5
- b. jika responden memilih jawaban S diberi skor 4
- c. jika responden memilih jawaban KS diberi skor 3
- d. jika responden memilih jawaban TS diberi skor 2
- e. jika responden memilih jawaban STS diberi skor 1

3.7.3 Tabulasi

Tabulasi sering disebut proses penyusunan data dalam tabel. Tabulasi dilakukan setelah melakukan skoring. Tabulasi adalah penilaian frekuensi jawaban yang sudah dipilih oleh responden berdasarkan dengan jawaban atas pertanyaan pada angket. Melalui tabulasi ini akan didapatkan nilai kualitas produk yaitu variabel bebas (X) dan nilai kepuasan konsumen yaitu variabel terikat (Y) dari setiap responden. Tahap selanjutnya setelah data-data disiapkan yaitu dapat dilakukan kegiatan penganalisisan.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan penelitian dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diharapkan serta dapat mengungkapkan data dan variabel yang diteliti secara tepat yang menjadi inti kebenaran penelitian dari sebuah instrumen. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Uji validitas sebagai alat ukur dalam penelitian ini, yaitu menggunakan *korelasi product moment*, yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2017:228)

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum x$ = Total variabel X

$\sum y$ = Total variabel Y

n = Jumlah responden

$\sum xy$ = total dari hasil kali variabel X dan variabel Y

Setelah diketahui berapa jumlah R_{xy} maka akan dilihat dengan r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Suatu variabel dikatakan valid apabila harga r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} baik yang dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan, namun apabila $R_{xy} < r_{tabel}$ maka instrument dikatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relative konsisten jika pengukuran diulang dua kali atau lebih. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Rumus *Cronbach-Alpha* adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

(Priyatno, 2010:97)

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas

r = koefisiensi rata-rata variabel

k = jumlah independen variabel dalam persamaan

1 = konstanta

Pada penelitian ini akan menggunakan *program SPSS versi 25.0 for windows* untuk memudahkan peneliti dalam melakukan uji validitas dan reliabilitas instrument.

3.9 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan metode yang digunakan dalam mengelola data hasil penelitian sehingga didapatkan suatu kesimpulan yang bisa di pertanggungjawabkan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.9.1 Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah analisis untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian dengan menggunakan rumus statistik yang digunakan. Statistik inferensial sering juga disebut sebagai statistik induktif atau statistik probabilitas. Pengujian taraf signifikan didasarkan pada tabel yang sesuai teknik analisis agar lebih praktis. Pada penelitian ini akan digunakan uji F pada tabel F.

adapun langkah-langkah dalam analisis ini adalah sebagai berikut :

1) Persamaan Garis Regresi Sederhana

Persamaan ini untuk menggambarkan atau mencari persamaan garis regresi dari Pengaruh variabel bebas (X) yaitu kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Y). Sebelum menghitung persamaan regresi perlu dilakukan uji linieritas dan uji keberartian. Bentuk persamaan analisis garis linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

(Sugiyono, 2017:261)

Keterangan :

\hat{Y} = kepuasan konsumen

a = Konstanta

X = kualitas produk

b = Koefisien regresi

Untuk menyelesaikan persamaan garis regresi diatas, maka harus diketahui koefisien a dan b sebagai berikut

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{N}$$

$$b = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{N(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Supaya persamaan regresi sederhana yang diperoleh benar-benar dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau kriterium maka perlu adanya uji prasarat analisis regresi sederhana. Adapun syarat untuk menguji analisis regresi linier sederhana yaitu dengan menggunakan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji apakah data yang terkumpul memenuhi persyaratan untuk dianalisis atau tidak. Uji asumsi klasik meliputi :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah mutlak. Uji normalitas perlu diketahui karena berkaitan dengan tepat tidaknya dalam penggunaan uji statistik yang dipergunakan. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS versi 25.0. for Windows Release. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas. Jika probabilitas atau signifikan lebih besar 0,05 maka data dalam penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan uji untuk melihat atau mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier (garis lurus). Tabel ANOVA digunakan untuk menilai linieritas dalam penelitian ini. Dikatakan nilai signifikan $< 0,05$ berarti data memenuhi asumsi linieritas akan tetapi jika signifikan $> 0,05$ berarti data tidak memenuhi asumsi linieritas.

2) Uji Varian garis regresi

Analisis varian garis regresi sebagai alat untuk mengetahui kuat tidaknya variabel bebas yaitu kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Rumus analisis varian garis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$R_{xy} = \frac{\alpha \sum XY}{\sqrt{\sum X^2 Y^2}}$$

(Sugiyono, 2017:228)

Keterangan :

R_{XY} = koefisien korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel Terikat (Y)

α = bilangan koefisien prediktor (X)

$\sum XY$ = Total variabel X dengan variabel Y

$\sum X^2 Y^2$ = Total kuadrat variabel X dan variabel Y

Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi bisa terlihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Kriteria
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2017:231)

3) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yaitu mengetahui pengaruh variabel kualitas produk (X) sebagai variabel bebas terhadap kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat dengan menggunakan F-test. Rumus yang akan digunakan adalah :

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

(Sugiyono, 2017:235)

Keterangan :

F = Pengujian secara simultan

 R^2 = Koefisien determinasi

k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya sampel

kesimpulannya :

1. Jika $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel X yaitu kualitas produk terhadap variabel Y yaitu kepuasan konsumen padaa pengguna kartu prabayar simPATI Telkomsel.

2. Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel X yaitu kualitas produk terhadap variabel Y yaitu kepuasan konsumen pada pengguna kartu prabayar simPATI Telkomsel.

4) Efektifitas Garis Regresi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas kualitas produk (X) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$R^2(1) \times 100\% = \dots \%$$

(Hadi, 2004:85)

5) *Standart error estimates*

Standart error estimates digunakan untuk mengukur variabel nilai Y actual dari garis regresinya. Adapun rumus yang digunakan yaitu :

$$S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y - Y_r)^2}{n - 2}}$$

(Hadi, 2004:45)

Keterangan :

Y = y actual

Y_r = y prediksi

n = Jumlah

Untuk mempermudah mengolah dan menganalisis data yang diperoleh maka peneliti menggunakan program *SPSS versi 25.0 for windows*

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kualitas produk merupakan nilai dari suatu barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik dan sesuai dengan harapan konsumen akan memberikan kepuasan kepada konsumen, hal ini memberikan keuntungan kepada perusahaan seperti meningkatkan omset penjualan dan akan menghasilkan keuntungan yang tinggi.

Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar simPATI Telkomsel pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan 2015-2017 yaitu sebesar 87,1 %.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengguna kartu prabayar simPATI Telkomsel tersebut. Sebaliknya semakin rendah kualitas produk maka akan semakin rendah kepuasan yang dirasakan pengguna kartu prabayar simPATI Telkomsel. Hal ini berarti bahwa semakin pengguna kartu prabayar simPATI tersebut puas dengan jaringan simPATI, puas dengan layanan yang diberikan simPATI berupa banyak tersedia fitur dan bonus simPATI, kemudahan memperoleh kartu simPATI, dan tersedianya layanan Grapari. Secara sukarela hal tersebut akan menghasilkan tanggapan yang baik dari pengguna kartu prabayar simPATI seperti dengan sendirinya pengguna merekomendasikan kartu simPATI ke teman atau keluarga. Selain itu, pengguna akan terus loyal atau menggunakan kartu prabayar simPATI dalam jangka lama, tidak terpikirkan untuk beralih ke operator lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada pihak sebagai berikut :

- a. Bagi mahasiswa, hendaknya lebih bijak dalam menggunakan kartu prabayar disesuaikan dengan kebutuhan tidak hanya sekedar membeli saja, mengkonsumsi saja, agar tidak dikategorikan perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu sebagai mahasiswa juga harus bijak dalam menentukan produk yang memiliki manfaat sesuai kebutuhan.
- b. Bagi peneliti lain hendaknya mempertimbangkan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga diharapkan untuk peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa dengan penelitian ini mengambil variabel lain yang tidak diteliti seperti harga, kualitas pelayan dan citra merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyanti, M. 2004. *Perilaku Konsumen*. Buku 1. Jember. Universitas Jember.
- Durianto, dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hadi, S. 2004. *Metodologi Research Jilid 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hartimbul, F h. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Rama Widya.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ciracas, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Indeks kelompok gramedia, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Edisi 1*. Salemba Empat, Jakarta
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen. Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Nabhan, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Priyatno, D. 2010. *Paham Analisa Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sugiyono, & Susanto, A. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2017. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. dkk. 2008. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. 2014. *Riset Pemasaran*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Widiyanto, M. A. 2014. *Statistika*. Bandung: Kalam Hidup

Wijayanti, T. 2014. *Marketing Plan! Dalam Bisnis. Second Edition*. Jakarta: PT. Gramedia.

JURNAL

Lenzun, J.J., Massie, J.D.D., & Adare, D. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA : Vol.2 No.3, 2303-1174*.

Manus, F. W. dan Lumanauw, B. 2015. Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA : Vol. 3 No.2, 2303-1174*.

Soim, F. M. 2016. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli kartu perdana Simpati di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB)*. 35 (1) : 151.

Suwardi, (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pengembangan Humaniora*. 11 (1).

Wedarini, N.M.S. (2012). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi". *Repository Universitas Udayana*.

INTERNET

Jalan Tikus. 2019. Aplikasi My Telkomsel. <https://jalantikus.com/tips/aplikasi-my-telkomsel/>. (Diakses pada tanggal 02 maret 2019)

Kementerian Komunikasi dan Informasi. 2017. Jumlah pelanggan kartu prabayar. Online. <http://www.kominfo.go.id>. (Diakses pada tanggal 25 agustus 2018).

Top Brand Award. 2018. Top Brand Award indeks 2018 Fase 1. http://www.top-brand.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1. (diakses pada tanggal 15 juli 2018).

Wikipedia. 2019. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/SimPATI>. (Diakses pada tanggal 03 maret 2019).

Lampiran 1						
Matriks Penelitian						
Judul	Masalah	Variabel	Indikator	Sumber data	Metode Penelitian	Hipotesis
Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kartu Prabayar <i>Simpati</i> Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	Apakah ada pengaruh yang signifikan dari persepsi tentang kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kartu prabayar <i>Simpati</i> Telkomsel	a. Variabel bebas : kualitas produk (X) b. Variabel terikat : kepuasan konsumen (Y)	Kualitas Produk (X) a. Kinerja b. Fitur c. Service ability d. Persepsi terhadap kualitas Kepuasan Konsumen (Y) : a. Membeli kembali b. Kesiediaan Merekomendasi	a. Responden sebanyak 41 orang b. Informan utama yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015, 2016 dan 2017 yang menggunakan kartu prabayar <i>simPATI</i>	a. Jenis penelitian Penelitian kuantitatif b. Metode pengumpulan data : wawancara, kuisisioner dan observasi c. Tempat penelitian Metode purposive d. Jenis & data : Data primer dan data sekunder e. Metode	Ada pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kartu prabayar <i>simPATI</i>

Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015- 2017)				c. Informasi pendukung yaitu sumber yang berhubungan dengan penelitian seperti jurnal dan data lainnya.	pengolahan data : Editing, skoring, tabulasi f. Analisis data Analisis regresi linier sederhana	Telkomsel
--	--	--	--	--	--	-----------

Lampiran 2**PEDOMAN PENGUMPULAN DATA**

1. Metode Angket

Data yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
Kepuasan mahasiswa terhadap kualitas produk simPATI dan seberapa besar kepuasan mahasiswa	Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015-2017 yang menggunakan kartu simPATI

2. Metode Wawancara

Data yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
menggunakan kartu simPATI Berkaitan dengan kualitas produk yang didapatkan dengan kesesuaian harapan	Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015-2017 yang menggunakan kartu simPATI

3. Metode Observasi

Data yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
Jumlah pengguna simPATI pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi	Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015-2017 yang menggunakan kartu simPATI

Lampiran 3

PEDOMAN KUISIONER

No.	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Jumlah Soal	Skala
1.	Kualitas Produk	1. Kinerja 2. Fitur 3. Serviceability 4. Persepsi terhadap kualitas	1 s/d 9	9 soal	Likert
2.	Kepuasan Konsumen	1. Membeli kembali 2. Kesiediaan merekomendasi kan	10 s/d 14	5 soal	Likert

Lampiran 4**KUISIONER PENELITIAN**

Kepada

Yth. Bapak/ Ibu/ Sdr/ Sdri.

Responden

di

TEMPAT

Dengan hormat,

Kuesioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang Berjudul “Pengaruh kualitas produk Terhadap kepuasan konsumen produk kartu prabayar simPATI Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2015-2017)” yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan Studi Program S1 fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Jember.

Untuk itu saya mohon bantuan saudara/saudari untuk bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan benar. Peneliti berjanji akan menjaga kerahasiaan jawaban saudara dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas perhatian dan ketersediaanya peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya

Septi Nuristiqomah.

150210301037

LEMBAR KUISIONER

No. Responden :

I. Identitas Responden

Nama :

NIM :

Jenis Kelamin :

Umur :

Angkatan :

Nomor HP :

II. Petunjuk Pengisian

Untuk menjawab semua pertanyaan dibawah ini, mohon anda memberikan jawaban sejujurnya dengan cara berikut :

- a. Mohon tulislah identitas diri anda
- b. Mohon berilah jawaban dari setiap pertanyaan dengan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia
- c. Mohon berikan jawaban sesuai dengan keadaan yang ada agar penelitian ini mendapatkan data yang valid.
- d. Pilihan jawaban terdiri dari :

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

III. Daftar Pertanyaan KUISIONER

1. Kualitas Produk (X)

Indikator : Kinerja						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk kartu prabayar simpati telkomsel mudah dan nyaman digunakan ketika registrasi maupun pemakaian selanjutnya.					
2	Produk kartu prabayar simpati hampir tidak pernah mengalami gangguan yang mengakibatkan layanan Internet terganggu					
Indikator : Fitur						
3	Produk kartu prabayar simpati telkomsel memiliki banyak varian harga dan jenis paket data internet sesuai kebutuhan saya.					
4	Produk kartu prabayar simpati memiliki beberapa macam paket internet.					
Indikator : Serviceability						
5	Produk kartu prabayar simpati telkomsel memiliki sinyal yg kuat meskipun di daerah terpencil untuk kemudahan konsumen					

6	Banyak outlet dan konter yang menyediakan produk kartu prabayar Simpati Telkomsel sehingga mudah diperoleh					
7	Produk kartu prabayar simpati telkomsel memiliki fasilitas servis Grapari di setiap daerah untuk kenyamanan konsumen					
Indikator : Persepsi terhadap kualitas						
8	Produk kartu prabayar simpati telkomsel memiliki kualitas baik karena memberikan kualitas jaringan yang sangat cepat untuk akses telepon dan internet..					
9	Produk kartu prabayar simpati telkomsel memiliki kualitas baik karena memiliki jangkauan jaringan yang luas.					

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator : membeli kembali						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
10	Saya membeli kartu prabayar simpati kembali jika kartu yang saya miliki rusak/hilang					
11	Saya membeli kartu prabayar simpati kembali jika ada paket data internet yang sesuai dengan yang saya butuhkan					
12	Saya membeli kartu prabayar simpati karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan dan sesuai dengan kemampuan saya membeli					
Indikator : kesediaan merekomendasikan						
13	Saya merekomendasikan produk kartu prabayar simpati ke teman atau kerabat mengenai pengalaman kualitas produk kartu yang memuaskan.					
14	Saya sering memantau program promo simpati di media social dan <i>men-share</i> ke teman atau ke akun media sosial saya.					

Lampiran 5

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara ditujukan kepada konsumen produk kartu prabayar simPATI Telkomsel yaitu mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNEJ angkatan 2015-2017.

Beberapa pertanyaan yang akan diajukan :

A. Informasi mengenai responden

1. Siapa nama anda ?
2. Angkatan dan NIM berapa ?
3. Berapa lama menggunakan kartu simPATI ?

B. Informasi mengenai kualitas produk dan kepuasan konsumen

1. Mengapa anda memilih kartu prabayar simpati dalam pelengkap penggunaan telepon seluler ?
2. Untuk apa saja anda biasanya menggunakan kartu simPATI ?
3. Bagaimana kualitas produk yang diberikan perusahaan simpati menurut anda ?
4. Apakah kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh anda sebagai konsumen kartu prabayar simpati ?
5. Apakah anda nyaman dalam penggunaan kartu simpati ?
6. menurut anda variasi harga dan jenis paket data yang disediakan perusahaan apakah sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan anda ?
7. menurut anda apakah kartu prabayar simpati memiliki kualitas jaringan yang bagus ?
8. menurut anda apakah kartu prabayar simpati sudah terjangkau di daerah terpencil ?
9. apakah fasilitas pelayanan seperti grapari memudahkan anda ketika mengalami kendala ?
10. dimana saja anda temukan promosi-promosi simpati ?

11. bagaimana menurut anda mengenai produk simpati telkomsel dibandingkan dengan produk kartu prabayar lain yang menawarkan harga di bawah simpati ?
12. apakah anda pernah merekomendasikan simpati ke teman atau keluarga anda ?



Lampiran 6**TRANSKRIP WAWANCARA**

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pengguna simPATI.

Responden 1

Peneliti : Mengapa anda memilih kartu prabayar simpati dalam pelengkap penggunaan telepon seluler ?

Responden : Karena jangkauan jaringan simPATI itu luas mbak jadi komunikasi lancar

Peneliti : Untuk apa saja anda biasanya menggunakan kartu simPATI ?

Responden : Untuk menjelajah internet, sosmed, telephone dan sms

Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang diberikan perusahaan simpati menurut anda ?

Responden : Kalau bagi saya sih kualitas simPATI sangat baik dibandingkan yang lain, karena sinyal yang disediakan itu bagus

Peneliti : Apakah kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh anda sebagai konsumen kartu prabayar simpati ?

Responden : Kurang lebih sudah cukup

Peneliti : Apakah anda nyaman dalam penggunaan kartu simpati ?

Responden : Nyaman sekali, Saya sudah menggunakan kartu simPATI dari smp kelas 3. Saya tetap menggunakan simPATI karena sudah nyaman dan jika dibandingkan dengan kartu yang lain simPATI memiliki kualitas jaringan yang bagus, sinyal

simPATI di desa saya sangat bagus. Selain itu juga, simPATI dari dulu kan sudah terkenal bagus

Peneliti : Menurut anda variasi harga dan jenis paket data yang disediakan perusahaan apakah sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan anda ?

Responden : Untuk saat ini varian harga dan jenis paket data yang ditawarkan itu beragam dan murah sih, jadi kalau saya masih mampu.

Peneliti : Menurut anda apakah kartu prabayar simpati memiliki kualitas jaringan yang bagus ?

Responden : Kalau masalah jaringan simPATI jaringannya sangat bagus

Peneliti : menurut anda apakah kartu prabayar simpati sudah terjangkau di daerah terpencil ?

Responden : Ya terjangkau, karena setiap konter pasti menyediakan kartu simPATI

Peneliti : Apakah fasilitas pelayanan seperti grapari memudahkan anda ketika mengalami kendala ?

Responden : Sepertinya memudahkan ya, tapi untungnya saya belum mengalami masalah ketika menggunakan simPATI

Peneliti : Dimana saja anda biasanya temukan promosi-promosi kartu simPATI ?

Responden : Di jalan saya sering melihat banyak outlet-outlet kartu seluler yang menawarkan promo kartu simPATI

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai produk simpati telkomsel dibandingkan dengan produk kartu prabayar lain yang

menawarkan harga di bawah simPATI ?

Responden : Menurut saya simPATI lebih bagus dari pada kartu seluler lainnya

Peneliti : Apakah anda pernah merekomendasikan simPATI ke teman atau keluarga anda ?

Responden : Pernah ke teman.



TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pengguna simPATI.

Responden 2

Peneliti : Mengapa anda memilih kartu prabayar simpati dalam pelengkap penggunaan telepon seluler ?

Responden : Saya menggunakan kartu prabayar simPATI Telkomsel karena jaringannya bagus, sinyalnya menjangkau keseluruhan daerah seperti di daerah terpencil rumah saya sinyalnya lumayan bagus, telepon dan internetan lancar.

Peneliti : Untuk apa saja anda biasanya menggunakan kartu simPATI ?

Responden : Untuk telepon dan internetan mbak

Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang diberikan perusahaan simpati menurut anda ?

Responden : Kualitas simPATI sangat baik, apalagi sinyalnya menjangkau seluruh daerah

Peneliti : Apakah kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh anda sebagai konsumen kartu prabayar simpati ?

Responden : Sudah mbak, tapi kadang waktu mati lampu jaringan nya suka hilang jadi internetnya lemot

Peneliti : Apakah anda nyaman dalam penggunaan kartu simpati ?

Responden : Cukup nyaman

Peneliti : Menurut anda variasi harga dan jenis paket data yang disediakan perusahaan apakah sesuai dengan kemampuan

dan kebutuhan anda ?

Responden : Ya kalau masalah harga simPATI memang mahal dibanding yang lain, tapi kan simPATI memiliki jaringan luas, sinyal bagus dibandingkan yang lain. Jadi bagi saya sih tidak masalah dengan harga yang ditawarkan simPATI saat ini selagi masih terjangkau bagi saya.

Peneliti : Menurut anda apakah kartu prabayar simpati memiliki kualitas jaringan yang bagus ?

Responden : Iya mbak, apalagi di daerah kota jarang ada masalah jaringan atau sulit jaringan

Peneliti : menurut anda apakah kartu prabayar simpati sudah terjangkau di daerah terpencil ?

Responden : Menurut saya sudah

Peneliti : Apakah fasilitas pelayanan seperti grapari memudahkan anda ketika mengalami kendala ?

Responden : Iya memudahkan dan sangat membantu

Peneliti : Dimana saja anda biasanya temukan promosi-promosi kartu simpati ?

Responden : Di iklan televisi, iklan di media sosial, pamflet di jalan-jalan

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai produk simpati telkomsel dibandingkan dengan produk kartu prabayar lain yang menawarkan harga di bawah simpati ?

Responden : Meskipun simPATI harganya lebih mahal dibanding yang lain tapi kualitasnya bagus

Peneliti : Apakah anda pernah merekomendasikan simpati ke teman

atau keluarga anda ?

Responden : Sering sih, apalagi di lingkungan keluarga



TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pengguna simPATI.

Responden 3

Peneliti : Mengapa anda memilih kartu prabayar simpati dalam pelengkap penggunaan telepon seluler ?

Responden : Karena tidak ada kendala sinyal mbak, komunikasi lancar

Peneliti : Untuk apa saja anda biasanya menggunakan kartu simPATI ?

Responden : Untuk browsing dan social media mbak

Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang diberikan perusahaan simpati menurut anda ?

Responden : Sangat baik

Peneliti : Apakah kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh anda sebagai konsumen kartu prabayar simpati ?

Responden : Selama saya menggunakan simPATI saya belum mengalami masalah. Kualitas yang diberikan simPATI sesuai dengan yang ditawarkan dan yang saya harapkan, sekarang simPATI juga banyak promo paket data, sms dan telepon yang murah.

Peneliti : Apakah anda nyaman dalam penggunaan kartu simpati ?

Responden : Iya nyaman, saya sudah lama menggunakan simPATI

Peneliti : Menurut anda variasi harga dan jenis paket data yang disediakan perusahaan apakah sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan anda ?

Responden : Iya meskipun harganya mahal kualitas yang diberikan sesuai

yang diharapkan. Harganya pun masih terjangkau untuk mahasiswa Karena saya biasanya beli paket data yang harga dibawah 30.000 ribu rupiah dapat digunakan selama 1 bulan.

Peneliti : Menurut anda apakah kartu Prabayar Simpati memiliki kualitas jaringan yang bagus ?

Responden : Iya mbak

Peneliti : menurut anda apakah kartu Prabayar Simpati sudah terjangkau di daerah terpencil ?

Responden : Sudah mbak

Peneliti : Apakah fasilitas pelayanan seperti Grapari memudahkan anda ketika mengalami kendala ?

Responden : Fasilitas yang disediakan Telkomsel seperti Grapari sangat membantu saya, karena dulu saya pernah kehilangan handphone, dan saya membutuhkan nomor kartu yang ada di dalam handphone yang hilang tersebut, Untung ada Grapari jadi nomor saya yang hilang bisa saya miliki lagi dengan bantuan layanan Grapari. Selain itu, Grapari sendiri disetiap kota pasti ada jadi dekat dijangkau. Mangkannya saya senang menggunakan SimPATI.

Peneliti : Dimana saja anda biasanya temukan promosi-promosi kartu Simpati ?

Responden : Paling sering di Instagram, Facebook, dan di jalan ada pamflet gitu

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai produk Simpati Telkomsel dibandingkan dengan produk kartu Prabayar lain yang menawarkan harga di bawah Simpati ?

Responden : Kalau saya tidak terpengaruh dengan hal itu, selagi harga simPATI masih terjangkau bagi saya, saya tidak ganti ke operator lain.

Peneliti : Apakah anda pernah merekomendasikan simpati ke teman atau keluarga anda ?

Responden : Ya tentu saja pernah ke teman dan keluarga



Lampiran 7

Daftar Responden

No	NIM	Jenis Kelamin	Umur
1	150210301001	Perempuan	22
2	150210301006	Perempuan	22
3	150210301006	Perempuan	22
4	150210301011	Laki-laki	22
5	150210301012	Perempuan	22
6	150210301020	Laki-laki	21
7	150210301024	Perempuan	22
8	150210301025	Perempuan	22
9	150210301034	Perempuan	21
10	150210301036	Perempuan	22
11	150210301044	Perempuan	22
12	150210301049	Perempuan	22
13	150210301050	Laki-laki	22
14	150210301061	Laki-laki	22
15	150210301064	Perempuan	21
16	150210301065	Perempuan	22
17	150210301068	Perempuan	22
18	150210301077	Perempuan	22
19	150210301080	Perempuan	22
20	150210301086	Laki-laki	21
21	160210301015	Laki-laki	21
22	160210301019	Perempuan	19
23	160210301020	Laki-laki	20
24	160210301023	Laki-laki	22
25	160210301037	Perempuan	20
26	160210301053	Perempuan	20
27	160210301056	Laki-laki	21
28	160210301059	Perempuan	19
29	160210301066	Laki-laki	21
30	160210301084	Perempuan	21
31	160210301095	Laki-laki	22
32	160210301096	Perempuan	21
33	170210301007	Perempuan	20

34	170210301021	Perempuan	20
35	170210301040	Perempuan	19
36	170210301053	Laki-laki	19
37	170210301059	Perempuan	20
38	170210301064	Perempuan	19
39	170210301080	Perempuan	19
40	170210301092	Perempuan	20
41	170210301112	Perempuan	20



Lampiran 8

DATA HASIL REKAPITULASI KUISIONER

A. Variabel X

No	Kualitas Produk								Jumlah	
	A		B		C		D			
1	5	4	5	4	4	3	3	4	4	36
2	5	4	5	5	4	4	5	4	3	39
3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	38
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	36
6	5	5	4	4	5	4	5	5	5	42
7	4	3	4	4	3	3	3	4	4	32
8	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
9	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
10	5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
11	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
12	4	4	5	5	5	4	5	4	5	41
13	5	4	4	4	4	4	4	3	4	36
14	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42
15	4	4	4	5	3	4	4	3	4	35
16	5	5	5	4	5	4	5	4	4	41
17	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
18	5	5	4	5	4	4	4	4	5	40
19	4	4	5	5	4	4	5	4	5	40

20	5	4	5	5	3	4	5	5	4	40
21	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
23	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39
24	4	3	3	4	3	4	3	3	4	31
25	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
26	5	4	5	5	5	4	5	4	4	41
27	5	5	5	5	4	4	5	4	4	41
28	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
30	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
31	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33
32	4	4	4	5	3	5	4	4	4	37
33	5	4	5	5	3	4	5	5	5	41
34	4	3	3	4	3	4	3	3	4	31
35	3	3	3	4	3	4	3	3	4	30
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	4	3	3	5	3	4	4	3	4	33
38	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
39	3	3	4	4	3	4	3	3	4	31
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	3	5	3	4	4	3	4	34

B. Variabel Y

No	Kepuasan Konsumen					Jumlah
	A			B		
1	5	4	4	4	5	22
2	5	4	5	5	4	23
3	5	5	5	5	4	24
4	5	4	5	5	4	23
5	5	4	4	4	4	21
6	5	5	5	5	5	25
7	4	3	4	4	3	18
8	5	4	5	5	4	23
9	5	5	4	4	5	23
10	5	5	5	4	5	24
11	5	4	4	5	5	23
12	5	5	4	5	5	24
13	5	5	4	4	4	22
14	5	5	5	5	5	25
15	5	4	4	5	4	22
16	5	5	5	4	5	24
17	5	5	5	4	4	23
18	5	5	5	5	4	24
19	4	4	5	4	5	22
20	5	5	5	5	5	25
21	5	4	5	5	4	23
22	4	4	4	4	4	20
23	5	4	4	5	4	22
24	4	3	4	4	3	18
25	5	5	4	4	4	22
26	5	5	5	5	5	25

27	5	5	4	5	5	24
28	4	4	3	4	4	19
29	5	5	4	5	4	23
30	5	5	4	4	4	22
31	5	4	4	4	4	21
32	5	4	5	4	4	22
33	5	5	4	5	5	24
34	4	4	4	4	3	19
35	4	3	4	4	3	18
36	5	3	5	5	4	22
37	5	4	4	4	4	21
38	5	4	4	4	4	21
39	4	3	4	4	3	18
40	5	5	5	4	4	23
41	5	3	4	5	4	21

Lampiran 9

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN

a. Kualitas Produk

Correlations											
		Item1_Y	Item2_Y	Item3_Y	Item4_Y	Item5_Y	Item6_Y	Item7_Y	Item8_Y	Item9_Y	Skor_total
Item1_Y	Pearson Correlation	1	,625**	,432**	,094	,519**	,143	,479**	,483**	-,119	,666**
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,559	,001	,371	,002	,001	,457	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item2_Y	Pearson Correlation	,625**	1	,526**	,214	,569**	,208	,594**	,444**	,179	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,179	,000	,193	,000	,004	,264	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item3_Y	Pearson Correlation	,432**	,526**	1	,415**	,433**	,099	,544**	,473**	,229	,755**

	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,007	,005	,538	,000	,002	,151	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item4_Y	Pearson Correlation	,094	,214	,415**	1	-,021	,292	,386*	,072	,302	,456**
	Sig. (2-tailed)	,559	,179	,007		,895	,064	,013	,653	,055	,003
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item5_Y	Pearson Correlation	,519**	,569**	,433**	-,021	1	,071	,464**	,329*	,152	,656**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,005	,895		,659	,002	,035	,344	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item6_Y	Pearson Correlation	,143	,208	,099	,292	,071	1	,370*	,093	,130	,373*
	Sig. (2-tailed)	,371	,193	,538	,064	,659		,017	,565	,417	,016
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item7_Y	Pearson Correlation	,479**	,594**	,544**	,386*	,464**	,370*	1	,617**	,267	,842**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,013	,002	,017		,000	,091	,000

	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item8_Y	Pearson Correlation	,483**	,444**	,473**	,072	,329*	,093	,617**	1	,291	,687**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,002	,653	,035	,565	,000		,065	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Item9_Y	Pearson Correlation	-,119	,179	,229	,302	,152	,130	,267	,291	1	,408**
	Sig. (2-tailed)	,457	,264	,151	,055	,344	,417	,091	,065		,008
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Skor_total	Pearson Correlation	,666**	,782**	,755**	,456**	,656**	,373*	,842**	,687**	,408**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000	,016	,000	,000	,008	
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Kepuasan konsumen

		Correlations					
		Item1_X	Item2_X	Item3_X	Item4_X	Item5_X	Skor_total
Item1_X	Pearson Correlation	1	,552**	,359*	,458**	,541**	,777**
	Sig. (2-tailed)		,000	,021	,003	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41
Item2_X	Pearson Correlation	,552**	1	,278	,169	,635**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,078	,292	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41
Item3_X	Pearson Correlation	,359*	,278	1	,327*	,279	,609**
	Sig. (2-tailed)	,021	,078		,037	,077	,000
	N	41	41	41	41	41	41
Item4_X	Pearson Correlation	,458**	,169	,327*	1	,332*	,594**

	Sig. (2-tailed)	,003	,292	,037		,034	,000
	N	41	41	41	41	41	41
Item5_X	Pearson Correlation	,541**	,635**	,279	,332*	1	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,077	,034		,000
	N	41	41	41	41	41	41
Skor_total	Pearson Correlation	,777**	,783**	,609**	,594**	,808**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Lampiran 10

HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN

Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	41	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	41	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,817	9

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1_Y	32,59	9,049	,550	,795
Item2_Y	33,02	8,674	,701	,777
Item3_Y	32,88	8,360	,645	,782
Item4_Y	32,54	10,055	,325	,819
Item5_Y	33,20	8,811	,516	,800
Item6_Y	33,02	10,474	,259	,823
Item7_Y	32,80	7,961	,764	,764
Item8_Y	33,10	8,990	,577	,792
Item9_Y	32,85	10,178	,266	,826

Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	41	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	41	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,749	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1_X	17,34	2,980	,676	,675
Item2_X	17,85	2,328	,567	,691
Item3_X	17,76	3,039	,394	,746
Item4_X	17,68	3,122	,393	,745
Item5_X	17,95	2,398	,639	,654

X1.4	Pearson Correlation	,316	,657**	,394*	1	,222	,445*	,154	,679**	,440*	,784**
	Sig. (2-tailed)	,089	,000	,031		,237	,014	,417	,000	,015	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,166	,234	-,011	,222	1	,259	,272	-,033	,161	,437*
	Sig. (2-tailed)	,382	,214	,954	,237		,167	,146	,863	,395	,016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,552**	,594**	,306	,445*	,259	1	,228	,480**	,171	,690**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,100	,014	,167		,225	,007	,367	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,191	,239	,017	,154	,272	,228	1	,206	,097	,407*
	Sig. (2-tailed)	,312	,203	,927	,417	,146	,225		,274	,609	,026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,541**	,701**	,484**	,679**	-,033	,480**	,206	1	,189	,757**

	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,007	,000	,863	,007	,274		,317	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	,273	,241	,201	,440*	,161	,171	,097	,189	1	,476**
	Sig. (2-tailed)	,145	,200	,286	,015	,395	,367	,609	,317		,008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor_total	Pearson Correlation	,701**	,858**	,557**	,784**	,437*	,690**	,407*	,757**	,476**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,016	,000	,026	,000	,008	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,793	9

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	30,27	10,685	,582	,758
X1.2	30,73	11,237	,820	,746
X1.3	30,30	11,803	,432	,779
X1.4	31,27	9,513	,661	,744
X1.5	30,63	11,826	,220	,820
X1.6	30,60	11,559	,608	,762
X1.7	30,50	12,534	,271	,797
X1.8	30,80	10,028	,638	,748
X1.9	30,63	12,309	,355	,788

Correlations

Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Skor_total
Y1.1	Pearson Correlation	1	,118	,172	,267	,665**	,643**
	Sig. (2-tailed)		,535	,363	,153	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	,118	1	,266	,097	,234	,629**
	Sig. (2-tailed)	,535		,156	,611	,214	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	,172	,266	1	,379*	,269	,676**
	Sig. (2-tailed)	,363	,156		,039	,150	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	,267	,097	,379*	1	,126	,502**
	Sig. (2-tailed)	,153	,611	,039		,507	,005
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	,665**	,234	,269	,126	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000	,214	,150	,507		,000
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,613	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	15,03	2,930	,441	,530
Y1.2	15,83	2,626	,272	,634
Y1.3	15,43	2,599	,400	,541
Y1.4	15,20	3,338	,313	,590
Y1.5	15,83	2,626	,490	,494

Lampiran 12

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,72484868
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,065
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
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.

Lampiran 13

HASIL UJI LINEARITAS

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kepuasan konsumen * kualitas produk	41	100,0%	0	0,0%	41	100,0%

Report			
kepuasan konsumen			
kualitas produk	Mean	N	Std. Deviation
30,00	18,0000	1	.
31,00	18,3333	3	,57735
32,00	18,5000	2	,70711
33,00	21,0000	2	,00000
34,00	21,0000	1	.
35,00	21,0000	3	1,00000
36,00	22,0000	5	,70711
37,00	22,5000	2	,70711
38,00	22,7143	7	,48795
39,00	23,0000	4	,81650
40,00	23,7500	4	1,25831

41,00	24,2000	5	,44721
42,00	25,0000	2	,00000
Total	22,1463	41	2,01942

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan konsumen * Kualitas produk	Between Groups	(Combined)	148,477	12	12,373	23,656	,000
		Linearity	142,106	1	142,106	271,690	,000
		Deviation from Linearity	6,371	11	,579	1,107	,392
	Within Groups		14,645	28	,523		
	Total		163,122	40			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kepuasan konsumen * kualitas produk	,933	,871	,954	,910

Lampiran 14

HASIL ANALISIS INFERENSIAL

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,933 ^a	,871	,868	,73408

a. Predictors: (Constant), kualitas produk

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142,106	1	142,106	263,707	,000 ^b
	Residual	21,016	39	,539		
	Total	163,122	40			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas produk

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,446	1,280		1,130	,265
	kualitas produk	,559	,034	,933	16,239	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Lampiran 15

SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: (0331)- 330224, 334267, 337422, 333147 * Faximile: 0331-339029
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor 2333/UN25.1.5/LT/2019
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

25 MAR 2019

Yth. Ketua
Program Studi Pendidikan Ekonomi
FKIP Universitas Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama : Septi Nuristqomah
NIM : 150210301037
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)". Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

Prof. Dr. Suratno, M. Sc.
NIP. 196706251992031003

Lampiran 16

Dokumentasi Penelitian





Lampiran 17

LEMBAR KONSULTASI



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Septi Nuristiqomah
NIM/ Angkatan : 150210301037/2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)
Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M. M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	16 oktober 2018	ACC judul	
2.	23 november 2018	konsultasi BAB I, II, III	
3.	13 Desember 2018	Revisi BAB I, II, III	
4.	13 Desember 2018	Revisi BAB I, II, III	
5.	18 Desember 2018	Revisi BAB I, II, III	
6.	18 Desember 2018	Ala Juma	
7.	8 maret 2019	konsultasi BAB IV, V	
8.	13 maret 2019	Revisi BAB IV, V	
9.	19 maret 2019	Revisi BAB IV, V	
10.	22 maret 2019	Revisi BAB IV, V	
11.	29 maret 2019	Revisi BAB IV, V	
12.	29 maret 2019	Ala Juma	
13.			
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Septi Nuristiqomah
NIM/ Angkatan : 150210301037/2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPATI Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017)
Pembimbing II : Mukhamad Zulianto, S.Pd, M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	16 Oktober 2018	ACC Judul	<i>[Signature]</i>
2.	1 November 2018	Konsultasi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
3.	9 November 2018	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
4.	22 November 2018	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
5.	3 Desember 2018	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
6.	17 Desember 2018	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
7.	21 Desember 2018	ACC SEMPRO	<i>[Signature]</i>
8.	15 Maret 2019	Konsultasi BAB IV, V	<i>[Signature]</i>
9.	21 Maret 2019	Revisi BAB IV, V	<i>[Signature]</i>
10.	29 Maret 2019	Revisi BAB IV, V	<i>[Signature]</i>
11.	4 April 2019	Revisi BAB IV, V	<i>[Signature]</i>
12.	12 April 2019	ACC SIDANG	<i>[Signature]</i>
13.			
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 18

Tabel Nilai Kritis untuk Korelasi r Product – Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,380	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148

18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0,128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0,115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0,105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0,097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0,091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0,086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0,081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Lampiran 19

NILAI PEDOMAN F TABEL

Nilai-nilai Kritis F

Untuk tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0.05$

df2	df 1				
	1	2	3	4	5
1	161.4	199	216	225	230
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77

19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43

44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35

69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31

94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31



Lampiran 20**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Septi Nuristiqomah
2. Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 03 September 1996
3. Agama : Islam
4. Status : Belum menikah
5. Nama Ayah : Mulyono
6. Nama Ibu : Dwi Suswati
7. Alamat : Dsn. Curah Pacul RT/RW 001/001 Ds.
Tambak rejo, Kec. Muncar, Banyuwangi
8. Alamat di Jember : Jl. Kalimantan, gang kelinci no. 69
9. Email : septinuris10@gmail.com

B. Pendidikan

NO.	NAMA SEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	SDN 3 Kaliploso	Kec. Cluring-Banyuwangi	2009
2.	SMPN 2 Muncar	Kec. Muncar-Banyuwangi	2012
3.	SMAN 1 Purwoharjo	Kec.Purwoharjo-Banyuwangi	2015
4.	Universitas Jember	Sumbersari-Jember	2019