

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
INDIHOME SEBAGAI PENYEDIA JASA INTERNET
PADA KOTA MAKASSAR
(Studi Kasus Wilayah Kecamatan Panakuk kang)**

SKRIPSI

Oleh

AMALIA HAQQI

NIM: 105720484514



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
INDIHOME SEBAGAI PENYEDIA JASA INTERNET
PADA KOTA MAKASSAR
(Studi Kasus Wilayah Kecamatan Panakuk kang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana

Pada Program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh

AMALIA HAQQI

NIM: 105720484514

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

MOTTO

“Sukses tidak datang dari apa yang diberikan oleh orang lain, tapi datang dari keyakinan dan kerja keras kita sendiri”

”Man Jadda Wa Jadda”

“Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan kembali”

(Al-Hadits)

Persembahan

*Alhamdulillah dengan segala kerendahan
Hati, karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini
Kupersembahkan kepada kedua orang tuaku
Sebagai ungkapan terimakasih atas segala
Ketulusan, kasih sayang, nasihat, serta Doa-Nya
Yang senantiasa mengiringi setiap langkahku
Dalam mencapai keberhasilan.*



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Pada Kota Makassar (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Panakukkang)

Nama Mahasiswa : Amalia Haqqi
No Stambuk/NIM : 105720484514
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar


Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Rabu tanggal 29 Agustus 2018.


Makassar, 29 Agustus 2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

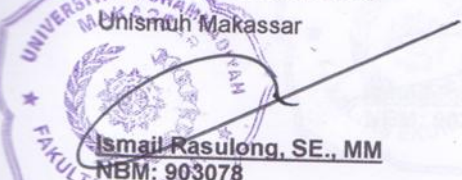

Moh Aris Pasigai, SE., MM
NIDN: 0008056301


Nasrullah, SE., MM
NIDN: 0914049104

Diketahui :

Dekan,
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar

Ketua,
Jurusan Manajemen


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078


Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Amalia Haqqi, Nim : 105720484514, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0014 / 2018 M, Tanggal 17 Dzulhijjah 1439 H / 29 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

17 Dzulhijjah 1439 H
Makassar, _____
29 Agustus 2018 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM
(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Moh. Aris Pasigai, SE. MM
2. Nasrullah, SE. MM
3. Hj. Nurinaya, ST, MM
4. Dr. Edi Jusriadi, SE., MM

(Handwritten signatures and initials for each member of the examination committee)

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

(Official stamp of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar)
Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amalia Haqqi

Stambuk : 105720484514

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : "Pengaruh Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Pada Kota Makassar (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Panakukkang)

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar dan telah diujikan pada tanggal 29 Agustus 2018.

Makassar, 29 Agustus 2018


Yang membuat Pernyataan,



Amalia Haqqi

Diketahui Oleh :

Dekan,
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,
Jurusan Manajemen


Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576

KATA PENGANTAR

Bismillahi Rahmani Rahim...

Asslamualaikum, Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademis pada Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi . Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi suri teladan bagi seluruh umat dan telah berjuang membawa alam ini dari zaman kebodohan menuju zaman kebenaran.

Dari lubuk hati yang paling dalam penulis menyampaikan terima kasih yang tiada terhingga dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada setiap orang yang telah memberikan pengalaman, motivasi serta pengetahuannya. Penghargaan yang tulus dan ucapan terima kasih dengan penuh keikhlasan juga penulis ucapkan kepada :

1. Bapak. Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE.,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasullong, SE.,MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammdiyah Makassar
4. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE.,MM selaku pembimbing I dan Bapak Nasrullah, SE, MM selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran dan dorongan dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

5. Para dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar atas segala jerih payahnya membimbing penulis selama dibangku perkuliahan
6. karyawan PT. Telekomunikasi Makassar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian serta kesediaannya memberikan data-data sebagai bahan untuk penyusunan tugas akhir
7. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan kepada setiap umatnya.
8. Kedua orang tuaku tercinta H. Alimuddin dan Nuraini Zulkarnain yang selalu memberikan motivasi serta kasih sayang kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dan juga kepada kedua saudaraku.
9. Shulistiyo Tri Adi Wibowo, S.Pd yang selalu memberikan motivasi serta segala bantuan selama ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Untuk sahabatku Astari Anugerah, St Asdirah Said, Indriani Syaf, Wulan Kusuma Wardani, Dina Dwi Larasati, Winda Putri Utami dan Viky Vinola yang senantiasa selalu memberikan semangat dan dukungan.
11. Teman-teman seperjuangan St Asrah Janna Shalehah, Ruslana Carolina, Nurinfoni Diana Ib, Siska Putri Ningsi, Nadia Effendi, Mutmainna dan Man 5 2014 yang selalu memberikan inspirasi, semangat dan motivasi selama ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik

Makassar, 29 Agustus 2018

Amalia Haqqi

ABSTRAK

AMALIA HAQQI, 2018. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MENGGUNAKAN INDIHOME SEBAGAI PENYEDIA JASA INTERNET PADA KOTA MAKASSAR (STUDI KASUS WILAYAH KECAMATAN PANAKUKKANG). Skripsi Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Moh Aris Pasigai, SE. MM dan Nasrullah, SE. MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan Indihome yang berdomisili di wilayah kecamatan panakukkang kota Makassar. Sampel yang digunakan sebanyak 67 orang dipilih berdasarkan teknik random sampling. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian kuantitatif dan Instrumen penelitian yang digunakan adalah Kuisisioner dan Dokumentasi. Pengolahan data penelitian adalah menggunakan statistik deskriptif sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Regresi dengan taraf signifikansi 0,05. Melalui pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut : Hasil koefisien korelasi sebesar 0.775 dan koefisien determinasi sebesar 0.600 yang berarti bahwa kualitas produk dan gaya hidup mempunyai pengaruh sebesar 60%. Kualitas produk dan Gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar dengan nilai F hitung sebesar 5.229 dan signifikans sebesar 0.000. Hasil uji t variabel kualitas produk sebesar 2.583 sedangkan hasil uji t variabel gaya hidup sebesar 2.127 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk lebih mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar.

Kata Kunci : Pengaruh kualitas produk dan gaya hidup, Penyedia jasa internet

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and lifestyle influencing consumers in using indihome as an internet service provider in the city of Makassar. The population in this study is all Indihome customers who live in the panakukkang sub-district of Makassar city. The sample used was 67 people selected based on random sampling technique. The type of research used is quantitative research and the research instruments used are questionnaires and documentation. Processing of research data is using descriptive statistics while the data analysis technique used is the Regression Test with a significance level of 0.05. Through the processing of data obtained the following results: The results of the correlation coefficient of 0.775 and the coefficient of determination of 0.600, which means that the quality of products and lifestyle has an influence of 60%. Product quality and lifestyle affect consumers in using indihome as an internet service provider in the city of Makassar with a calculated F value of 5,229 and a significance of 0,000. The results of the t test of the product quality variable is 2.583 while the results of the t test of the lifestyle variable are 2.127 so that it can be concluded that the product quality variable affects consumers more in using indihome as an internet service provider in the city of Makassar.

The key word : The effect of the quality of the products and lifestyle, an internet service

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
2. 1 Kerangka fikir.....	17
4. 1 Gambar normalitas	40
4. 2 Gambar uji heteroskedastisitas	41

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen Pemasaran	6
B. Kualitas Produk	8
C. Gaya Hidup	11
D. Penyedia Jasa Internet	12
E. Tinjauan Empiris	13

A. Kerangka Fikir	17
B. Hipotesis	17
III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	18
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	18
C. Devinisi Operasional Variabel dan Pengukuran	18
D. Populasi dan Sampel	19
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Teknik Analisis	21
IV.HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran umum perusahaan	24
1. Sejarah singkat	24
2. Gambaran perusahaan	25
3. Visi dan misi perusahaan	28
4. Produk indihome	28
B. Karakteristik Responden	30
C. Analisi data deskriptif	32
D. Hasil uji kualitas data.....	37
E. Hssil uji asumsi klasik	40
F. Hasil penguji hipotesis	43
G. Pembahasan	46
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	48

B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
2.1 Tinjauan Empiris	13
4.1 Karakteristik jenis kelamin responden	31
4.2 Karakteristik usia responden	31
4.3 Karakteristik profesi responden	32
4.4 Deskripsi variabel kualitas produk	33
4.5 Deskripsi vairabel gaya hidup	34
4.6 Deskripsi Variabel Penyedia Jasa Internet	36
4.7 Hasil uji kualitas data variabel kualitas produk	37
4.8 Hasil uji kualitas data variabel gaya hidup	38
4.9 Hasil uji kualitas data variabel penyedia jasa internet	38
4.10 Tabel uji reabilitas Pertanyaan	39
4.11 Tabel analisis regresi berganda	42
4.12 Tabel hasil uji R	43
4.13 Tabel hasil uji T	44
4.14 Tabel hasil uji simultan	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, manusia tidak bisa hidup tanpa orang lain. Seperti halnya jaringan, manusia sekarang seakan tidak bisa hidup tanpa jaringan. Bersyukur karena pemerintah mendirikan indihome sebagai wadah penyimpanan wifi, agar para konsumen dapat menikmati jaringan tersebut meskipun di pelosok desa.

Tingkat taraf hidup manusia mempengaruhi gaya hidup yang dijalankan selain itu juga mempengaruhi cara berfikir dalam memaksimalkan penggunaan uang yang mereka miliki. Saat ini banyak bermunculan perusahaan yang menawarkan bermacam produk dan jasa terbarunya dan konsumen tinggal memilih produk mana yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Untuk itu setiap perusahaan itu sangat perlu memperhatikan kualitas produk yang mereka produksi hal demikian dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk dipasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Berbagai usaha ditempuh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan produk jadi. Proses pengontrolan dilakukan baik secara manual maupun otomatis.

Pengontrolan manual dilakukan dengan menguji sampel proses secara manual. Kelemahannya adalah perlu tenaga dan waktu yang cukup besar untuk menginspeksi semua proses sehingga biaya produksi menjadi tinggi dan kapasitas produksinya menjadi terbatas.

Selain itu, keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya.

Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varian-varian baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.

Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen akan memberi sumbangsih bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Artinya ketika suatu produk hendak diproduksi, jauh

sebelumnya telah diketahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menghadapi tantangan dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan *mobilitas* dan *konektivitas* tanpa putus, PT. Telkom telah memperluas *portofolio* bisnisnya yang mencakup telekomunikasi, informasi, media dan *edutainment (TIME)*.

Dengan meningkatkan *infrastruktur*, memperluas teknologi *Next Generation Network (NGN)* dan memobilisasi strategi di seluruh jajaran TELKOM Group, Telkom dapat mewujudkan dan memberdayakan pelanggan *ritel* dan korporasi dengan memberikan kualitas, kecepatan, kehandalan dan layanan pelanggan yang lebih baik.

Produk Telkom yang kita kenal yaitu telpon rumah, *speedy wifi*, dan saat ini Telkom mengeluarkan produk terbarunya *UseeTv*, merupakan layanan televisi interaktif dan online media *entertainment* dari jaringan *internet speedy* yang dapat dinikmati pelanggan melalui *triple screen* (televi, PC/laptop, dan *smartphone*) dengan *fitur local live TV*, paket berlangganan *channel internasional*, koleksi *video on demand* berupa film-film *box-office*, drama dan *video klip* serta *online game*.

Alasan peneliti memilih meneliti di indihome karena, saat ini manusia seakan tidak bisa hidup tanpa adanya jaringan disekitar. Saya sebagai peneliti ingin tahu apakah indihome sebagai penyedia jasa internet baik terus digunakan atau tidak. Kekurangan dari internet indihome sering terjadinya tidak ada koneksi yang dikarenakan adanya kabel yang putus atau rusak. Sehingga konsumen harus melapor ke Telkom, tetapi terkadang kurangnya perhatian dari pihak Telkom sehingga ketika kita meminta petugas

teknisi datang kerumah untuk memperbaiki kerusakan, petugas teknisi tidak kunjung datang semenjak pengaduan.

Internet telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia. Teknologi ini berperan penting untuk mendukung berbagai kebutuhan manusia seperti komunikasi, pendidikan, bisnis, hiburan, dan sebagainya. Teknologi ini mampu memenuhi perkembangan kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Semakin lama pengguna internet semakin bertambah karena biaya yang harus dikeluarkan untuk menikmati akses internet juga semakin murah. Internet telah menjadi bagian dari gaya hidup bagi semua orang. Tanpa kita sadari, internet telah mengubah gaya hidup, kebiasaan, dan budaya kita. Internet menawarkan solusi baru untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertatap muka. Solusi ini menjadi gaya hidup baru yang lebih kita kenal sebagai situs jejaring sosial. Ada banyak situs yang menawarkan fitur-fitur menarik yang membantu semua anggotanya untuk mencari orang tertentu, entah itu keluarga jauh atau teman lama, dalam waktu yang sangat singkat. Setiap orang bisa terhubung di internet dan mereka bisa berinteraksi satu sama lain tanpa batasan apapun.

Terkait dengan hal di atas, maka penulis sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk dijadikan bahan kajian dalam penelitian ini, dengan judul ***“Pengaruh kualitas produk dan gaya hidup yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia jasa Internet pada kota Makassar”***.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah pokok dari penelitian ini adalah : Apakah kualitas produk dan gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar ?

C. Tujuan

Bersumber dari rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan : Untuk menganalisis kualitas produk dan gaya hidup yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi penulis untuk memperdalam dan memperluas wawasan mengenai kualitas produk dan gaya hidup yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai jasa internet.

2. Manfaat bagi perusahaan

Memotivasi perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas dan pelayanan jasa dalam bidang telekomunikasi.

3. Bagi akademisi

Sebagai bahan bacaan atau literatur bagi penelitian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen pemasaran

1. Pengertian Manajemen pemasaran

Pemasaran adalah proses kegiatan secara menyeluruh, terpadu dan terencana yang dilakukan oleh sebuah institusi/organisasi dalam menjalankan usaha agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dengan cara membuat produk yang memiliki nilai jual, menetapkan harga, mengkomunikasikan, dan harus mendistribusikannya melalui kegiatan pertukaran untuk dapat memuaskan konsumen dan perusahaan.

Definisi pemasaran menurut Deliyanti (2012:2) adalah pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan

Defenisi manajemen pemasaran menurut Kotler & Keller (2012:5) adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

Defenisi manajemen pemasaran menurut Sofjan Assauri (2013:12) adalah kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk,

membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memfokuskan pada pemilihan produksi yang benar untuk pertumbuhan pasar yang sesuai pada waktu yang tepat. Hal ini dapat dikatakan bahwa keputusan ini tidaklah berbeda dengan apa yang ditekankan pada manajemen pemasaran.

Bagaimanapun, dua disiplin ilmu ini memakai pendekatan dari sudut yang berbeda. Dalam manajemen pemasaran segmen pasar ditentukan oleh pengelompokan pelanggan sesuai variabel campuran pemasaran.

Dalam pendekatan strategi pemasaran, segmen pasar dibentuk untuk mengidentifikasi kelompok yang dapat memberikan perusahaan dengan keuntungan ekonomi yang terus menerus melalui kompetisi.

Menurut Sofjan Assauri (2013:5) Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Strategi pemasaran lebih difokuskan pada pelaksanaan strategi itu sendiri dari pada kegiatan peningkatan penjualan dimana strategi ini diutamakan konsumen/pelanggan dalam mempengaruhi pelanggan

diperlukan strategi pemasaran yang terkoordinasi yang menghubungkan kegiatan perusahaan dengan situasi yang ada.

3. Tujuan pemasaran

- a) Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
- b) Perusahaan dapat menjelaskan secara keseluruhan semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ketangan konsumen secara tepat.

B. Kualitas produk

1. Pengertian kualitas

Kualitas adalah standar yang harus dicapai oleh seseorang, kelompok, atau Lembaga organisasi mengenai kualitas SDM, kualitas cara kerja, serta barang dan jasa yang dihasilkan. Kualitas juga mempunyai arti yaitu memuaskan kepada yang di layani baik secara internal maupun eksternal yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan atau masyarakat. Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar, ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah

membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Tjiptono (2012:51) mengatakan bahwa kualitas merupakan “sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Danang Sunyoto (2012:236) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Kotler (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

2. Pengertian produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk biasanya sengaja dibuat oleh sekelompok orang sebagai ajang mendapatkan keuntungan melalui proses pertukaran ataupun jual beli produk yang bersangkutan.

Menurut Sangadji (2013:15) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Daryanto (2013:52) mengemukakan bahwa “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Widiyono dan Pakkanna (2013:137) produk adalah apapun yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan merk.

3. Pengertian kualitas produk

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas harus dijelaskan dan dikomunikasikan menurut hubungannya dengan masing-masing pelanggan dan menurut harapan pelanggan. Semua periklanan, promosi penjualan, atau layanan pelanggan tidak akan banyak membantu produk yang berkualitas jelek. Untuk menghindari keadaan demikian, perusahaan-perusahaan terkenal bekerja dengan keras setiap hari dan memeriksa produk pada setiap pesanan untuk meyakinkan dan menjamin bahwa tidak akan terjadi masalah kualitas produk yang sudah tentu akan membentuk nama baik perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut lainnya.

Menurut Yamit (2013:8) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

C. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi dua yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku didepan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Gaya hidup menurut Kotler dalam Susanto (2013:1) menyebutkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya.

Sedangkan menurut Yuliana (2012:14) gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu.

D. Penyedia jasa internet

Penyedia jasa internet atau yang biasa disebut ISP (Internet Service Provider) adalah perusahaan atau badan yang menyediakan jasa sambungan Internet dan jasa lainnya yang berhubungan. Kebanyakan perusahaan telepon merupakan penyedia jasa internet. Perusahaan atau organisasi ini menyediakan jasa layanan koneksi akses internet baik untuk perorangan, perkantoran, kampus, sekolah, dan lain sebagainya. ISP ini memiliki infrastruktur sebagai saran telekomunikasi yang terkoneksi pada internet. ISP akan membagi kapasitas koneksi pada internet yang dimilikinya kepada para pelanggannya yang membutuhkan jasa internet. ISP ini mempunyai jaringan baik secara domestik maupun internasional sehingga pelanggan atau pengguna dari sambungan yang disediakan oleh ISP dapat terhubung ke jaringan internet global. Jaringan disini berupa jaringan transmisi yang dapat mengalirkan data yang dapat berupa kabel (modem, sewa kabel, dan jalur lebar). Setiap atau organisasi hingga perusahaan tidak mampu melakukan akses internet tanpa melalui jasa penyedia layanan internet, walaupun mereka telah

memiliki perangkat untuk akses ke internet. Diperlukan proses pendaftaran untuk menggunakan layanan, sehingga koneksi atau proses penghubung internet dapat dilakukan. Biasanya system langganan telah ditetapkan dahulu ketentuannya. System langganan ini pembayarannya tiap bulan. Ada juga provider telekomunikasi lainnya yang menerapkan system langganan dengan menggunakan system yang berbasis kuota.

E. Tinjauan empiris

Tabel 2.1 : Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitian	Metode
1	Andawari, Anindiya Rachma & Kamal (2014) Universitas Diponegoro Ilmu dan Riset Vol 3 No 13 (2014)	Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Coffe Stove Syndicate Cafe Semarang)	Hasil menunjukkan bahwa pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen	Analisis Kuantitatif
2	Fardiani, Aprilia Nia dan Sutopo (2013) Universitas Diponegoro	Analisis pengaruh kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap	Hasil dimana pengujian hipotesis variable kualitas pelayanan, harga dan promosi menunjukkan bahwa ketiga variable	Analisis Kuantitatif

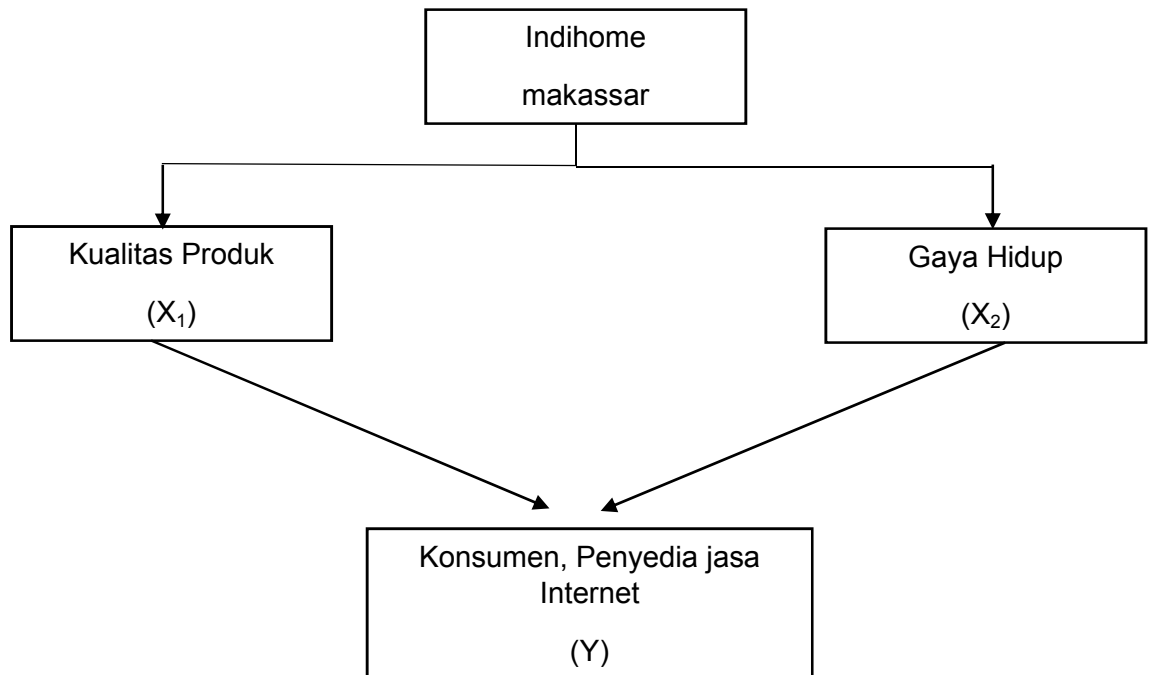
	Anali Vol.2 No 12 (2012)	Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery dan Cafe Pandanaran.	independent yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variable dependen kepuasan pelanggan	
3	Woro Mardikawati, Naili Farida (2013) Universitas Diponegoro Vol 2, No 1 (2013)	Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta- Cilacap)	1. Responden yang merasa puas ketika menggunakan jasa bus efisiensi, akan memberikan dasar hubungan jangka Panjang bagi mereka terhadap perusahaan. 2. Pelanggan akan membentuk harapan terhadap nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, dan mereka memperhitungkan dan mengevaluasi penawaran yang memberikan nilai tertinggi.	Analisis Kualitatif

			3. Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	
4	Albertus Ferry Adi (2012) Universitas Diponegoro Semarang	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada waroeng special sambal	Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen	Analisis kuantitatif dan kualitatif

		cabang lampersari semarang)		
5	Paula Dinar Widya Pranastiti (2012) Universitas Surabaya Vol 1 No 1 (2012)	Hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen dengan Word Of Mouth Communication Pada Mahasiswa Pengguna Blackberry Di Universitas Surabaya	1. Adanya korelasi yang signifikan antara kualitas produk dan WOM 2. Adanya korelasi yang signifikan antara kepuasan konsumen dan WOM 3. Adanya hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap WOM	Analisis Kuantitatif & Kualitatif

F. Kerangka Fikir

Gambar 2.1 : Kerangka Fikir



G. Hipotesis

Berdasarkan kajian teoritis dan penelitian terdahulu, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Kualitas produk dan gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan cara penulisan deskriptif, yaitu menggambarkan atau menjelaskan objek penelitian berdasarkan data dari jawaban responden yang diperoleh melalui kuisioner.

B. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Telekomunikasi (Indihome) Pettarani MAKASSAR. Adapun waktu penelitian ini, selama 2 bulan (Juli - September) 2018.

C. Devinisi operasional variabel dan pengukuran

- a. Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

Kualitas produk diukur melalui (Hapsari dan Khasanah, 2012:5) :

1. Informasi mudah didownload (diunduh)
2. Cepat dalam mendownload informasi
3. Setiap halaman dalam web ditampilkan dengan cepat
4. Mudah mengakses informasi pada tiap halaman
5. Informasi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan
6. Keragaman informasi yang disajikan menarik
7. Teks yang ditampilkan mudah dibaca dengan jelas

- b. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi dua yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat Pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2014:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pelanggan Indihome yang berdomisili di wilayah kecamatan panakukkang pada kota Makassar.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2014:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono (2014:81) menyatakan Teknik sampling menggunakan Teknik pengambilan sampel. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.

Sampel yang digunakan adalah pelanggan indihome yang berdomisili di wilayah kecamatan panakukkang pada kota Makassar sebanyak 67 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:11) dalam bukunya *Manajemen Penelitian*, Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data adalah :

a. kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya menggunakan 4 alternatif pilihan, sebagai persepsi responden atas kualitas produk dan gaya hidup yang memengaruhi konsumen menggunakan Indihome. 4 alternatif jawaban yang disiapkan meliputi :

Sangat Tidak Setuju nilainya 1

Tidak Setuju nilainya 2

Netral nilainya 3

Setuju nilainya 4

Sangat Setuju nilainya 5

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mencatat dan menyalin berbagai dokumen yang ada dalam instansi. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari metode dokumentasi adalah data yang didapatkan dari kuesioner.

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data sehingga data-data tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan analisis kuantitatif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian agar dapat diinterpretasikan dan mudah dipahami adalah :

1. Uji validitas data.

Validitas adalah Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validitas atau kesahitan suatu instrument. "Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukurnya". kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika r hitung negatif dan r hitung $<$ r tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

2. Uji reliabilitas data.

Reliability menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk diinginkan sebagai alat

pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat diandalkan. Variabel – variabel tersebut dikatakan reliable apabila cronbach alphanya memiliki nilai lebih besar dari 0.60 yang berarti bahwa instrument tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang.

3. Analisis deskriptif untuk menggambarkan data apa adanya yang meliputi data nilai total, minimum dan maksimum, rata – rata, dan standar deviasi.
4. Uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas data dan uji heteroskedastisitas.
 - a. Normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya.
 - b. Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan residual antara pengamatan satu dan pengamatan lainnya.
5. Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independent (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negatif.

6. Untuk pengujian hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Penyedia Jasa Internet

B_0 = Konstanta

B_1, β_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Gaya Hidup

ϵ = *Epsilon* (kesalahan)

7. Untuk melihat kedekatan hubungan antara variabel bebas (*Independent variabel*) terhadap variabel terikat (*dependent variabel*) dijelaskan oleh koefisien (R) apabila nilai $R > 0,05$ berarti hubungan kuat, $R = 0,05$ berarti hubungan sedang dan $R < 0,05$ berarti hubungan lemah.
8. Untuk mengukur signifikan hubungan masing – masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) akan digunakan uji t.
9. Untuk mengukur hubungan seluruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat, digunakan uji statistik yaitu uji F dengan derajat kemaknaan 95% atau alpha (α) = 5%

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan *Post Telegraf Telefoon* (PTT). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, di mulai pengoperasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg). Pada tahun 2009 momen tersebut dijadikan sebagai patokan hari lahir Telkom. Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991. Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan penawaran umum perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ/JSX) dan Bursa Efek Surabaya (BES/SSX) keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia (BEI/IDX). Bursa Efek New York (NYSE) Diperdagangkan pada tanggal 14 Juli 2003 dan Bursa Efek London

(LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo. Jumlah saham yang dilepas saat itu adalah 933 juta lembar saham. Sejak 16 Mei 2014, saham Telkom tidak lagi diperdagangkan di Bursa Efek Tokyo (TSE) dan pada 5 Juni 2014 di Bursa Efek London (LSE).

Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Sejak tahun 1989, pemerintahan Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli Telekomunikasi Indonesia. Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal. Pada 17 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "*New Telkom*" yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

2. Gambaran Perusahaan

Telkom Group menjadi satu-satunya BUMN Telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan

interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk cloud-based and server-based managed services, layanan e-Payment dan IT enabler, e-Commerce dan layanan portal lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom :

a. Telecommunication

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis utama Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak *Plain Ordinary Telephone Services* (POTS), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan usaha kecil dan menengah (UKM) serta korporasi.

b. Information

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah *New Economy Business* (NEB). Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan transaksi yang mencakup Value Added Services (VAS) dan Managed

Application/IT Outsourcing (ITO), e-payment dan IT enabler Services (iTeS).

c. Media

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan *Free To Air* (FTA) dan *Pay Tv* untuk gaya hidup digital yang modern.

d. Edutainment

Edutainment menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB. Telkom dengan menargetkan segmen pasar muda. Telkom menawarkan beragam layanan di antaranya *Ring Back Tone* (RBT), SMS Content, portel dan lain-lain.

e. Services

Services menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan Customer Portofolio Telkom kepada pelanggan Personal, Consumer/Home, SME, Enterprise, Whosale, dan International.

Sebagai perusahaan telekomunikasi, Telkom Group terus mengupayakan inovasi disektor-sektor selain telekomunikasi, serta membangun sinergi di antara seluruh produk, layanan dan solusi, dari bisnis legacy sampai New Wave Business. Untuk meningkatkan business value. Pada tahun 2012 Telkom Group mengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES

(Telecommunication, Information, Media Edutainment & Services). Untuk menjalankan portofolio bisnisnya, Telkom Group memiliki empat anak perusahaan yakni PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT. Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel).

3. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Services (TIMES) di Kawasan regional.

b. Misi

1. Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

4. Produk Indihome

Indihome merupakan layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari Internet on Fiber atau High Speed Internet, Phone (Telepon Rumah), dan IPTV (UseeTv Cable) beserta beberapa fitur tambahan seperti Indihome View (Online surveillance camera), Wifi.id Seamless, Trendmicro Antivirus, Melon, Trend Micro Security System dan masih banyak lagi.

a. Internet On Fiber atau High Speed Internet

Layanan Internet berkecepatan tinggi menggunakan fiber optic dari Telkom Indonesia yang memiliki keunggulan :

1. Lebih cepat

Fiber optic mampu mentransfer data (bandwidth) data hingga ratusan Mbps (jauh lebih cepat dibandingkan kabel coax atau copper)

2. Lebih stabil

Kecepatan fiber optik jauh lebih stabil dibandingkan coax atau copper pada saat dilakukan sharing (akses internet secara bersamaan).

3. Lebih handal

Fiber optic lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun seperti serangan petir dan gangguan electromagnet dibandingkan kabel coax atau copper. Sehingga computer anda menjadi lebih aman.

4. Lebih canggih

Fiber optic merupakan teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan fixed broadband.

b. Useetv Cable

Televisi interaktif dan personalized berteknologi internet protocol yang dilengkapi dengan fitur-fitur unggulan.

c. Telepon Rumah

Layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang lebih murah dan kualitas suara yang jernih. Paket Telepon rumah indihome menawarkan Gratis nelpon 1000 Menit atau Interlokal.

B. Karakteristik Responden

Analisis deskriptif merupakan analisis yang didasarkan pada hasil jawaban diperoleh dari responden, dimana responden membuat pernyataan dan penelitian terhadap kriteria-kriteria yang diajukan oleh penulis yang terangkum di dalam daftar pertanyaan. Kemudian data yang diperoleh dari jawaban responden atas pernyataan yang diajukan, selanjutnya dihitung persentasenya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 67 responden yaitu konsumen dari indihome yang berdomisili di wilayah kecamatan panakukkang, maka diketahui gambaran umum mengenai jenis kelamin, usia serta profesi. Secara ringkas hasil penelitian tersebut dapat ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik responden menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	29	43%
2	perempuan	38	57%
Jumlah		67	100%

Sumber : hasil olahan kuesioner, 2018.

Dari 67 responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini, 29 diantaranya laki-laki dan 38 adalah perempuan.

2. Usia Responden

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase %
20-30 Tahun	28	42 %
31-40 Tahun	19	28 %
41-50 Tahun	11	17 %
>50 Tahun	9	13 %
Jumlah	67	100 %

Sumber : hasil olahan kuesioner, 2018.

Dari 67 responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini berdasarkan usia mereka terdapat 28 yang berumur 20-30 tahun,

19 yang berumur 31-40 tahun, 11 yang berumur 41-50 dan 9 yang berumur >50 tahun.

3. Profesi Responden

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan profesi

Profesi	Frekuensi (orang)	Persentase %
Mahasiswa	21	31 %
Wiraswasta	16	24 %
Pegawai	19	29 %
Lain-lain	11	16 %
Jumlah	67	100 %

Sumber : hasil olahan kuesioner, 2018.

Dari 67 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini terdapat 21 yang berprofesi sebagai mahasiswa, 16 yang berprofesi sebagai wiraswasta, 19 yang berprofesi sebagai pegawai, 11 yang berprofesi lain-lain.

C. Analisis Data Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 67 responden melalui penyebaran kuisisioner. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing – masing variabel akan didasarkan pada lampiran.

a. Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Berikut ini adalah 5 jawaban pertama atas variabel kualitas produk yang dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Item	SS		S		N		TS		STS	
		F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1	X1	22	33%	27	40%	18	27%	0	0%	0	0%
2	X2	14	21%	29	43%	24	36%	0	0%	0	0%
3	X3	7	10%	43	65%	17	25%	0	0%	0	0%
4	X4	12	18%	30	45%	25	37%	0	0%	0	0%
5	X5	16	24%	23	34%	28	42%	0	0%	0	0%

(Sumber : data diolah 2018)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dimana pada pernyataan X1 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 27 orang dengan persentase 40%, hal ini menunjukkan bahwa Indihome tetap menjaga kualitas produknya.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X2 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 29 orang dengan persentase 43%, hal ini menunjukkan bahwa Indihome dapat direkomendasikan kepada orang lain atau keluarga.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X3 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 43 orang

dengan persentase 65%, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk Indihome.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X4 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 30 orang dengan persentase 45%, hal ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan Indihome cukup baik.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X5 sebagian besar responden menjawab kurang setuju (KS) yakni sebanyak 28 orang dengan persentase 42%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk Indihome bagi sebagian orang belum cukup baik.

b. Deskripsi Variabel Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Berikut ini adalah 5 jawaban pertama atas variabel gaya hidup yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup

No	Item	SS		S		N		TS		STS	
		F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1	X6	17	25%	23	34%	27	41%	0	0%	0	0%
2	X7	13	20%	35	52%	19	28%	0	0%	0	0%
3	X8	14	21%	25	37%	28	42%	0	0%	0	0%
4	X9	14	21%	36	54%	17	25%	0	0%	0	0%
5	X10	19	28%	16	24%	32	48%	0	0%	0	0%

(Sumber : data diolah 2018)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dimana pada pernyataan X6 sebagian besar responden menjawab kurang setuju (KS) yakni sebanyak 27 orang dengan persentase 41%, hal ini menunjukkan bahwa internet terkadang digunakan untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X7 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 35 orang dengan persentase 52%, hal ini menunjukkan bahwa Internet sering digunakan untuk pembelian online.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X8 sebagian besar responden menjawab kurang setuju (KS) yakni sebanyak 28 orang dengan persentase 42%, hal ini menunjukkan bahwa internet terkadang digunakan untuk mencari berita dan data yang dibutuhkan.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X9 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 36 orang dengan persentase 54%, hal ini menunjukkan bahwa internet sering diakses dari rumah.

Tanggapan responden terhadap pernyataan X10 sebagian besar responden menjawab kurang setuju (KS) yakni sebanyak 32 orang dengan persentase 48%, hal ini menunjukkan bahwa waktu yang digunakan dalam mengakses internet tidak lama.

c. Deskripsi Variabel Penyedia Jasa Internet

Penyedia jasa internet atau yang biasa disebut ISP (Internet Service Provider) adalah perusahaan atau badan yang menyediakan jasa sambungan Internet dan jasa lainnya yang berhubungan.

Kebanyakan perusahaan telepon merupakan penyedia jasa internet. Berikut ini adalah 5 jawaban pertama atas variabel penyedia jasa internet yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Penyedia Jasa Internet

No	Item	SS		S		N		TS		STS	
		F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1	Y11	17	25%	29	43%	21	32%	0	0%	0	0%
2	Y12	11	16%	27	41%	29	43%	0	0%	0	0%
3	Y13	12	18%	33	49%	22	33%	0	0%	0	0%
4	Y14	0	0%	15	22%	52	78%	0	0%	0	0%
5	Y15	21	31%	18	27%	28	42%	0	0%	0	0%

(Sumber : data diolah 2018)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dimana pada pernyataan Y11 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 29 orang dngan persentase 43%, hal ini menunjukkan bahwa Penyedia jasa internet sangat membantu dalam akses internet.

Tanggapan responden terhadap pernyataan Y12 sebagian besar responden menjawab kurang setuju (KS) yakni sebanyak 29 orang dengan persentase 43%, hal ini menunjukkan bahwa kecepatan akses internet Indihome dikota Makassar kurang baik.

Tanggapan responden terhadap pernyataan Y13 sebagian besar responden menjawab setuju (S) yakni sebanyak 33 orang dengan persentase 49%, hal ini menunjukkan bahwa Indihome digunakan sebagai penyedia jasa internet.

Tanggapan responden terhadap pernyataan Y14 sebagian besar responden menjawab kurang setuju (KS) yakni sebanyak 52 orang dengan persentase 78%, hal ini menunjukkan bahwa selain Indihome saya menggunakan produk lain sebagai penyedia jasa internet.

Tanggapan responden terhadap pernyataan Y15 sebagian besar responden menjawab kurang setuju (KS) yakni sebanyak 28 orang dengan persentase 42%, hal ini menunjukkan bahwa tidak semua penyedia jasa internet di kota Makassar memiliki kualitas produk yang baik.

D. Hasil Uji Kualitas Data

Ada dua prosedur yang dilakukan untuk mengukur validitas dan reliabilitas yaitu :

Uji validitas dilakukan dengan melihat “korelasi antara skor butir dengan skor faktor hams berkorelasi positif, kemudian membandingkan r tabel dengan r hitung dari tiap butir pertanyaan pada $\alpha = 0.05$ dengan derajat kebebasan $(n-k)$ ” secara rinci hasil uji validitas dan reliabilitas disajikan pada lampiran

Tabel 4.7
Validitas Instrument Pertanyaan Variabel Kualitas Produk

Item	<i>Corrected Item Total Correlation (r hitung)</i>	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0.561	0.244	Valid
Pertanyaan 2	0.467	0.244	Valid
Pertanyaan 3	0.538	0.244	Valid
Pertanyaan 4	0.552	0.244	Valid

Pertanyaan 5	0.413	0.244	Valid
--------------	-------	-------	-------

(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018 (data diolah))

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa uji validitas menunjukkan semua pertanyaan variabel Kualitas Produk valid karena r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.8
Validitas Instrument Pertanyaan Variabel Gaya Hidup

Item	<i>Corrected Item Total Correlation (r hitung)</i>	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0.489	0.244	Valid
Pertanyaan 2	0.592	0.244	Valid
Pertanyaan 3	0.344	0.244	Valid
Pertanyaan 4	0.340	0.244	Valid
Pertanyaan 5	0.381	0.244	Valid

(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018 (data diolah))

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa uji validitas menunjukkan semua pertanyaan variabel Gaya Hidup valid karena r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.9
Validitas Instrument Pertanyaan Variabel Penyedia Jasa Internet

Item	<i>Corrected Item Total Correlation (r hitung)</i>	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0.526	0.244	Valid
Pertanyaan 2	0.671	0.244	Valid
Pertanyaan 3	0.401	0.244	Valid
Pertanyaan 4	0.391	0.244	Valid
Pertanyaan 5	0.533	0.244	Valid

(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018 (data diolah))

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa uji validitas menunjukkan semua pertanyaan variabel Penyedia Jasa Internet valid karena r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Status
1	Kualitas Produk (X1)	0.655	Reliabel
2	Gaya Hidup (X2)	0.629	Reliabel
3	Penyedia Jasa Internet (Y)	0.668	Reliabel

(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018 (data diolah))

Dari hasil output reliabilitas variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $0.655 > 0.60$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel kualitas produk sudah memiliki reliabilitas yang tinggi.

Dari hasil output reliabilitas variabel Gaya Hidup menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $0.629 > 0.60$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel gaya hidup sudah memiliki reliabilitas yang tinggi.

Dari hasil output reliabilitas variabel Penyedia Jasa Internet menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $0.668 > 0.60$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel penyedia jasa internet sudah memiliki reliabilitas yang tinggi.

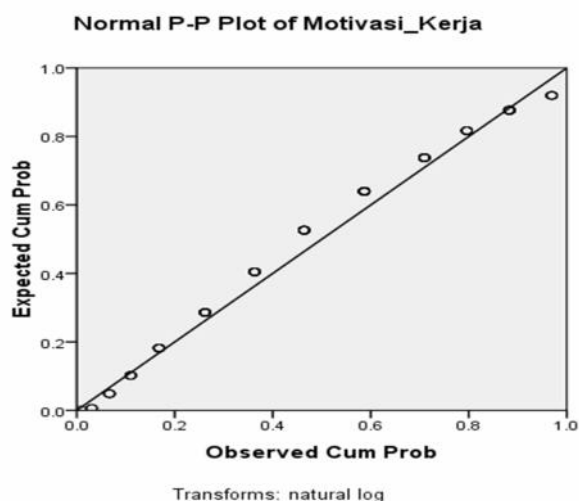
E. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dapat juga dengan melihat histogram dari residualnya. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebaliknya.

Pada penelitian ini hasil pengolahan data menampilkan grafik normal, plot yang ada menunjukkan titik menyebar sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, demikian juga dengan grafik histogram memberikan pola distribusi normal. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksikan pengaruh penyedia jasa internet berdasarkan variabel bebasnya yaitu kualitas produk dan gaya hidup.

Gambar 4.1



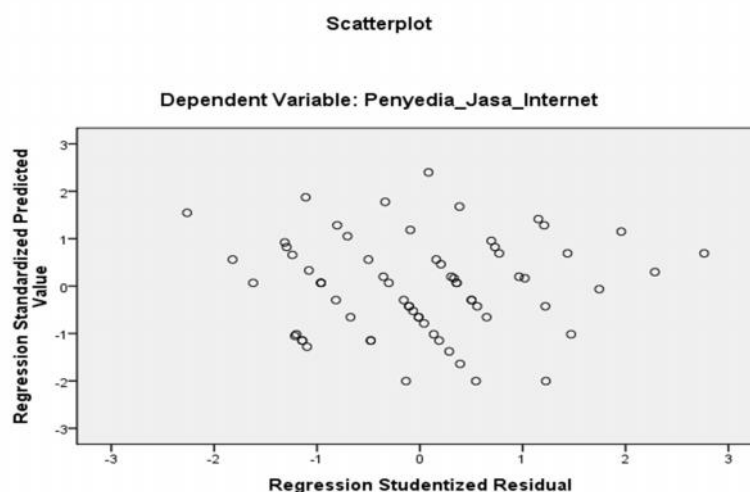
(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00,
2018 (data diolah))

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SREISD dan ZPRED dimana dasar analisisnya adalah :

1. Jika titik – titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, bergelombang, melebar kemudian menyempit maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2



(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018
(data diolah))

Dari grafik Scatterplot dan Partial Regression Plot penelitian ini terlihat titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh penyedia jasa internet berdasarkan masukan variabel bebasnya (kualitas produk dan gaya hidup).

F. Analisis Regresi berganda

Berdasarkan hasil analisis SPSS versi 16.00 maka diperoleh output sebagai berikut :

Tabel 4.11
Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.357	3.121		2.357	.000
	Kualitas_Produk	.300	.103	.247	2.583	.001
	Gaya_Hidup	.220	.116	.180	2.127	.002

a. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018

(data diolah))

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terlihat pada tabel 4.11 pada kolom *Unstandardized coefficients* bagian B diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 7.357 + 0.300 + 0.220$$

Konstanta sebesar 7.357 menyatakan jika tidak ada variabel kualitas produk (X_1) dan variabel gaya hidup (X_2) maka penyedia jasa internet yang diperoleh adalah sebesar 7.357

Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0.300 artinya penambahan 1 satuan pada X_1 akan mempunyai pengaruh menaikkan variabel penyedia jasa internet (Y) sebesar 0.300 dengan asumsi bahwa variabel X_2 tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah X_1 akan menyebabkan kenaikan variabel Y .

Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup (X_2) adalah sebesar 0.220 artinya penambahan 1 satuan pada X_2 akan mempunyai pengaruh menaikkan variabel penyedia jasa internet (Y) sebesar 0.220 dengan asumsi bahwa variabel X_2 tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah X_1 akan menyebabkan kenaikan variabel Y .

F. Hasil Penguji Hipotesis

a. Uji R (Determinan)

Berdasarkan hasil olahan SPSS, maka dibawah ini adalah hasil output SPSS versi 16.00 :

Tabel 4.12
Model Summary

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775	.740	.674	1.530	1.371

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Kualitas_Poduk

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775	.740	.674	1.530	1.371

b. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

**(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018
(data diolah))**

Dari tabel *Model Summary* diatas, dapat kita lihat hasil analisis regresi secara keseluruhan menunjukkan R sebesar 0.775 yang berarti bahwa kualitas produk dan gaya hidup mempunyai pengaruh yang kuat yaitu sebesar 77.5%. Dikatakan kuat, karena angka tersebut diatas 0.5 atau diatas 50% sedangkan nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0.740 yang berarti bahwa variabel terikat (penyedia jasa internet) mampu dijelaskan oleh variabel bebas (kualitas produk dan gaya hidup) sebesar 74% dan selebihnya 26% (100 % - 74%) dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak dapat diikutsertakan dalam penelitian ini. Kemudian koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.674 atau 67.4% pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji t (Individual)

Berdasarkan hasil olahan SPSS, maka dibawah ini adalah hasil output SPSS versi 16.00 :

**Tabel 4.13
Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	7.357	3.121		2.357	.000
	Kualitas_Produk	.300	.103	.247	2.583	.001
	Gaya_Hidup	.220	.116	.180	2.127	.002

a. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

**(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018
(data diolah))**

Dari uji t pada tabel 4.13 diatas Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap penyedia jasa internet karena nilai t hitung $2.583 > t$ tabel 1.530

Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap penyedia jasa internet karena nilai t hitung $2.127 > t$ tabel 1.530

c. Uji F (simultan)

Berdasarkan analisis SPSS versi 16.00 maka diperoleh output sebagai berikut :

Tabel 4.14

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.480	2	12.240	5.229	.000 ^a
	Residual	149.819	64	2.341		
	Total	174.299	66			

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

**(Sumber : Hasil pengolahan data primer dengan SPSS 16.00, 2018
(data diolah))**

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung $> F$ tabel yaitu $5.229 > 2.341$ kemudian taraf signifikansi 0.000 karena probabilitas (0.000) kurang dari 0.05 maka model regresi berganda bisa dipakai untuk

memprediksi pengaruh penyedia jasa internet atau bisa dikatakan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap penyedia jasa internet.

Dengan demikian hasil peneliti menerima hipotesis pada Uji F yang berarti Kualitas produk dan gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar. Sedangkan hasil penelitian uji t hipotesis dapat sepenuhnya diterima karena semua variabel bebas mempunyai angka probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05

G. PEMBAHASAN

Hasil Uji hipotesis adalah Kualitas Produk dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Penyedia Jasa Internet. Berdasarkan tabel 4.14 diketahui nilai F hitung variabel Penyedia Jasa Internet sebesar 5.229 dengan signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti Kualitas produk dan Gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar.

Dari hasil penelitian diatas juga dapat diketahui bahwa tiap – tiap variabel memiliki pengaruh yang berbeda terhadap penyedia jasa internet dimana hasil uji t variabel kualitas produk sebesar 2.583 sedangkan hasil uji t variabel gaya hidup sebesar 2.127 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk lebih mempengaruhi konsumen dalam

menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu dengan judul penelitian Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Coffe Stove Syndicate Cafe Semarang) oleh Andawari, Anindiya Rachma & Kamal (2014) Universitas Diponegoro Ilmu dan Riset Vol 3 No 13 (2014) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hasil tersebut juga menunjukkan bahwa salah satu variabel kualitas produk sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas harus dijelaskan dan dikomunikasikan menurut hubungannya dengan masing-masing pelanggan dan menurut harapan pelanggan. Semua periklanan, promosi penjualan, atau layanan pelanggan tidak akan banyak membantu produk yang berkualitas jelek.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan yang merupakan tujuan akhir dari suatu penelitian yang dijelaskan berdasarkan hasil analisis data dan pembahasannya. Dari kesimpulan penelitian ini akan dikemukakan beberapa saran atau rekomendasi bagi penelitian pengembangan hasil penelitian lebih lanjut.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasannya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.740 dan koefisien regresi sebesar $Y = 7.357 + 0.300 + 0.220$

Kualitas produk dan Gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar dengan nilai F hitung sebesar 5.229 dan signifikansi sebesar 0.000

Hasil uji t variabel kualitas produk sebesar 2.583 sedangkan hasil uji t variabel gaya hidup sebesar 2.127 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk lebih mempengaruhi konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota Makassar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran-saran yang di ajukan pada penelitian ini adalah :

1. Kualitas produk indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia sebaiknya dipertahankan bahkan ditingkatkan melihat tingginya tingkat penggunaan produk indihome. Hal tersebut guna menjaga loyalitas konsumen terhadap penggunaan produk indihome.
2. Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan gaya hidup yang mempengaruhi konsumen menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet pada kota makassar mengenai beberapa faktor selain faktor kualitas produk yang tidak diteliti diantaranya pengaruh kultur, pengaruh lingkungan, pengaruh psikologis dan pengaruh perbedaan individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Deliyanti Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LakBang PRESSindo
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks
- Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P & G. Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Widiyono dan Mukhaer Pakanna. 2013. *Pengantar bisnis, Respon Terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Yamit. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia
- Hapsari. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk Telkom Speedy di Wilayah Kota Semarang*. Vol. 1, No 2. (<http://mahasiswa.dinus.ac.id/> diakses 21 Maret 2018)
- Susanto, A. 2013. *Pengaruh Gaya Hidup Remaja Terhadap Meningkatnya Perilaku Melanggar Norma Di Masyarakat*. Vol. 7, No 2. (<http://ejournal.upi.edu/index.php/> diakses 21 Maret 2018)
- Yuliana. 2012. *Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian batik Tulis Dinar Hadi*. Jurnal Manajemen Surabaya. (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/> diakses 21 Maret 2018)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen kualitas produk dan gaya hidup

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN INDIHOME SEBAGAI PENYEDIA JASA
INTERNET PADA KOTA MAKASSAR**

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Lama Bekerja :

Petunjuk dalam Melakukan Pengisian Kuesioner :

Dalam melakukan pengisian kuesioner berilah tanda centang (...) pada kolom jawaban dari masing-masing pertanyaan yang telah disediakan yang jawabannya paling sesuai menurut anda.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

KUALITAS PRODUK (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Indihome harus tetap dapat menjaga kualitas produknya.					
2.	Anda akan merekomendasikan kepada orang lain atau keluarga untuk menggunakan produk indihome.					
3.	Anda merasa puas dengan indihome.					
4.	Anda merasa layanan yang diberikan indihome sudah baik.					
5.	Anda merasa kualitas produk indihome sudah baik.					

Gaya Hidup (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sering menggunakan internet untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan saya.					
2.	Saya sering melakukan pembelian online.					
3.	Saya sering menggunakan internet untuk mencari berita dan data yang saya butuhkan.					
4.	Saya sering mengakses internet di rumah.					
5.	Saya sering menghabiskan banyak waktu untuk mengakses internet.					

Penyedia Jasa Internet (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Penyedia jasa internet sangat membantu saya yang membutuhkan akses internet					
2.	Kecepatan akses internet Indihome dikota Makassar sangat baik					
3.	Saya menggunakan Indihome sebagai penyedia jasa internet.					
4.	Saya menggunakan penyedia jasa internet selain dari Indihome					
5.	Penyedia jasa internet di kota makassar memiliki kualitas produk yang baik					

Lampiran 2. Data hasil penelitian

No	Kualitas produk					Gaya Hidup					Penyedia jasa internet					Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	3	4	4	5	3	4	3	4	5	4	3	4	2	5	57
2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	50
3	5	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	2	5	58
4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	52
5	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	2	5	55
6	4	3	3	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	2	4	52

7	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	52
8	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	2	5	55
9	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	2	4	63
10	5	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	57
11	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	61
12	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	2	4	59
13	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	2	5	63
14	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	5	5	2	3	58
15	5	4	4	3	3	4	4	3	5	5	5	4	4	2	5	60
16	5	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	5	2	3	57
17	4	4	3	3	5	5	5	5	4	3	5	4	4	2	3	59
18	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5	2	5	62
19	5	4	5	5	3	3	3	5	4	3	5	5	4	2	5	61
20	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	3	5	4	2	5	59
21	5	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	4	2	5	62
22	5	5	4	3	3	5	4	4	3	3	3	3	5	2	5	57
23	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	2	3	58
24	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	2	3	61
25	5	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	3	2	5	57
26	5	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	2	3	59
27	3	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	3	5	2	5	59
28	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	5	5	3	2	4	55
29	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	2	3	56
30	4	4	5	5	5	3	3	5	3	3	3	5	5	2	4	59
31	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	2	5	61
32	4	4	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	3	2	4	53
33	4	3	3	4	3	5	3	3	4	5	4	4	4	2	3	54
34	3	3	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	2	4	55
35	4	5	3	3	3	5	4	3	5	5	5	5	4	2	3	59
36	4	3	3	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	2	3	56
37	5	3	4	4	3	3	3	4	5	3	4	3	5	2	3	54

38	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	3	2	3	54
39	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	55
40	3	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	51
41	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	2	4	57
42	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	51
43	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	2	3	57
44	3	3	4	4	5	3	4	5	4	3	3	4	5	2	4	56
45	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	2	5	57
46	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	2	5	62
47	3	5	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	3	2	5	56
48	3	4	3	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	2	5	55
49	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	2	3	52
50	3	3	4	4	3	4	4	3	5	3	3	3	3	2	4	51
51	4	5	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	5	2	5	57
52	4	3	4	5	3	3	4	3	4	5	5	4	3	2	3	55
53	3	4	4	5	4	3	4	3	4	5	3	3	4	2	4	55
54	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	51
55	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	5	52
56	5	3	4	4	3	3	4	5	4	3	4	3	4	2	3	54
57	5	3	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	4	56
58	4	5	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	2	5	56
59	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	51
60	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3	3	4	5	2	3	53
61	4	3	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	2	4	54
62	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	3	2	3	55
63	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	54
64	3	3	4	3	5	3	4	3	4	5	4	3	3	2	4	53
65	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	5	2	3	52
66	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	4	3	2	3	58
67	3	3	4	5	5	3	4	3	4	5	4	3	3	2	4	55

Lampiran 3. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Validitas Kualitas Produk

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P_1	4.06	.776	67
P_2	3.85	.744	67
P_3	3.85	.584	67
P_4	3.81	.723	67
P_5	3.82	.796	67
P_jumlah	19.39	1.825	67

Correlations

		P_1	P_2	P_3	P_4	P_5	P_jumlah
P_1	Pearson Correlation	1	.331**	.221	.021	-.179	.561**
	Sig. (2-tailed)		.006	.073	.866	.148	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_2	Pearson Correlation	.331**	1	-.017	-.167	-.020	.467**
	Sig. (2-tailed)	.006		.890	.176	.871	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_3	Pearson Correlation	.221	-.017	1	.397**	-.058	.538**
	Sig. (2-tailed)	.073	.890		.001	.639	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_4	Pearson Correlation	.021	-.167	.397**	1	.202	.552**
	Sig. (2-tailed)	.866	.176	.001		.101	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_5	Pearson Correlation	-.179	-.020	-.058	.202	1	.413**
	Sig. (2-tailed)	.148	.871	.639	.101		.001
	N	67	67	67	67	67	67
P_jumlah	Pearson Correlation	.561**	.467**	.538**	.552**	.413**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	67	67	67	67	67	67

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

Hasil Validitas Gaya Hidup

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P_1	3.85	.803	67
P_2	3.91	.690	67
P_3	3.79	.769	67
P_4	3.96	.684	67
P_5	3.81	.857	67
P_jumlah	19.31	1.626	67

Correlations

		P_1	P_2	P_3	P_4	P_5	P_jumlah
P_1	Pearson Correlation	1	.386**	-.051	-.206	-.109	.489**
	Sig. (2-tailed)		.001	.680	.095	.381	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_2	Pearson Correlation	.386**	1	.078	-.105	-.030	.592**
	Sig. (2-tailed)	.001		.529	.398	.811	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_3	Pearson Correlation	-.051	.078	1	.011	-.269*	.344**
	Sig. (2-tailed)	.680	.529		.931	.028	.004
	N	67	67	67	67	67	67
P_4	Pearson Correlation	-.206	-.105	.011	1	.114	.340**
	Sig. (2-tailed)	.095	.398	.931		.357	.005
	N	67	67	67	67	67	67
P_5	Pearson Correlation	-.109	-.030	-.269*	.114	1	.381**
	Sig. (2-tailed)	.381	.811	.028	.357		.001
	N	67	67	67	67	67	67
P_jumlah	Pearson Correlation	.489**	.592**	.344**	.340**	.381**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.005	.001	
	N	67	67	67	67	67	67

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

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

Hasil Validitas Penyedia Jasa Internet

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P_1	3.94	.756	67
P_2	3.73	.730	67
P_3	3.85	.702	67
P_4	2.00	.000	67
P_5	3.90	.855	67
P_jumlah	17.42	1.625	67

Correlations

		P_1	P_2	P_3	P_4	P_5	P_jumlah
P_1	Pearson Correlation	1	.327**	-.160	. ^a	-.033	.526**
	Sig. (2-tailed)		.007	.197	.	.790	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_2	Pearson Correlation	.327**	1	.098	. ^a	.051	.671**
	Sig. (2-tailed)	.007		.430	.	.679	.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_3	Pearson Correlation	-.160	.098	1	. ^a	.081	.401**
	Sig. (2-tailed)	.197	.430		.	.543	.001
	N	67	67	67	67	67	67
P_4	Pearson Correlation	-.110	.065	. ^a	1	.001	.391**
	Sig. (2-tailed)	.168	.320		.	.993	.001
	N	67	67	67	67	67	67
P_5	Pearson Correlation	-.033	.051	-.001	. ^a	1	.533**
	Sig. (2-tailed)	.790	.679	.993	.		.000
	N	67	67	67	67	67	67
P_jumlah	Pearson Correlation	.526**	.671**	.401**	. ^a	.533**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.	.000	
	N	67	67	67	67	67	67

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

a. Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Hasil Reliabilitas Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	67	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.655	.582	5

Inter-Item Correlation Matrix

	P_1	P_2	P_3	P_4	P_5
P_1	1.000	.331	.221	.021	.179
P_2	.331	1.000	.017	.167	.020
P_3	.221	.017	1.000	.397	.058
P_4	.021	.167	.397	1.000	.202
P_5	.179	.020	.058	.202	1.000

Inter-Item Covariance Matrix

	P_1	P_2	P_3	P_4	P_5
P_1	.602	.191	.100	.012	.110
P_2	.191	.553	.007	.090	.012
P_3	.100	.007	.341	.168	.027
P_4	.012	.090	.168	.522	.116
P_5	.110	.012	.027	.116	.634

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P_1	15.33	2.345	.162	.186	.167

P_2	15.54	2.616	.068	.146	.263
P_3	15.54	2.525	.251	.214	.112
P_4	15.58	2.398	.184	.233	.149
P_5	15.57	2.764	-.025	.093	.360

Hasil Reliabilitas Gaya Hidup

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	67	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	Based on Standardized Items ^a	N of Items
.629	.541	5

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

Inter-Item Correlation Matrix

	P_1	P_2	P_3	P_4	P_5
P_1	1.000	.386	.051	.206	.109
P_2	.386	1.000	.078	.105	.030
P_3	.051	.078	1.000	.011	.269
P_4	.206	.105	.011	1.000	.114
P_5	.109	.030	.269	.114	1.000

Inter-Item Covariance Matrix

	P_1	P_2	P_3	P_4	P_5
P_1	.644	.214	.032	.113	.075
P_2	.214	.477	.042	.050	.018
P_3	.032	.042	.592	.006	.178

P_4	.113	.050	.006	.468	.067
P_5	.075	.018	.178	.067	.735

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P_1	15.46	2.010	.005	.193	.173 ^a
P_2	15.40	1.790	.204	.161	.483 ^a
P_3	15.52	2.374	.137	.092	.029
P_4	15.36	2.355	.086	.053	.053 ^a
P_5	15.51	2.314	.156	.098	.077

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

Hasil Reliabilitas Penyedia Jasa Internet

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	67	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.668	.535	5

Inter-Item Correlation Matrix

	P_1	P_2	P_3	P_5
P_1	1.000	.327	.160	.033
P_2	.327	1.000	.098	.051

Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas Data

Case Processing Summary

	Kualitas_Produk	Gaya_Hidup	Penyedia_Jasa_Inter net
Series or Sequence Length	67	67	67
Number of Missing Values in the Plot			
User-Missing	0	0	0
System-Missing	0	0	0

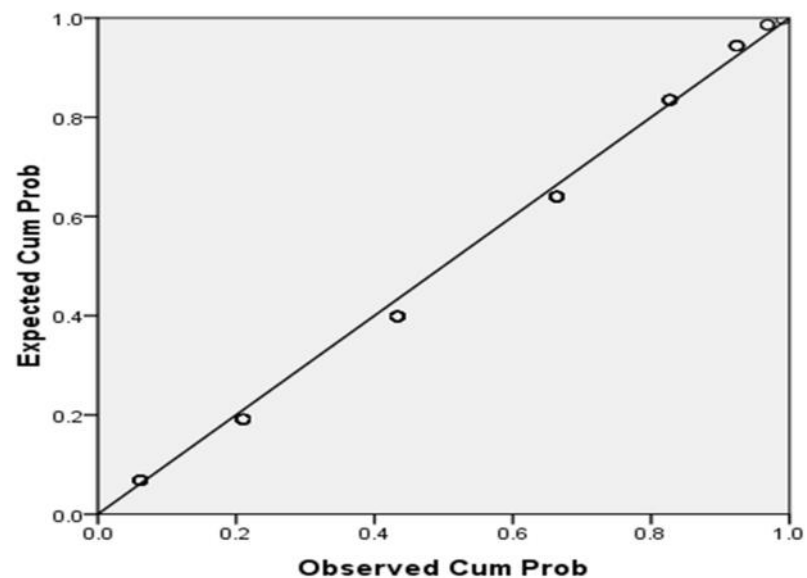
The cases are unweighted.

Estimated Distribution Parameters

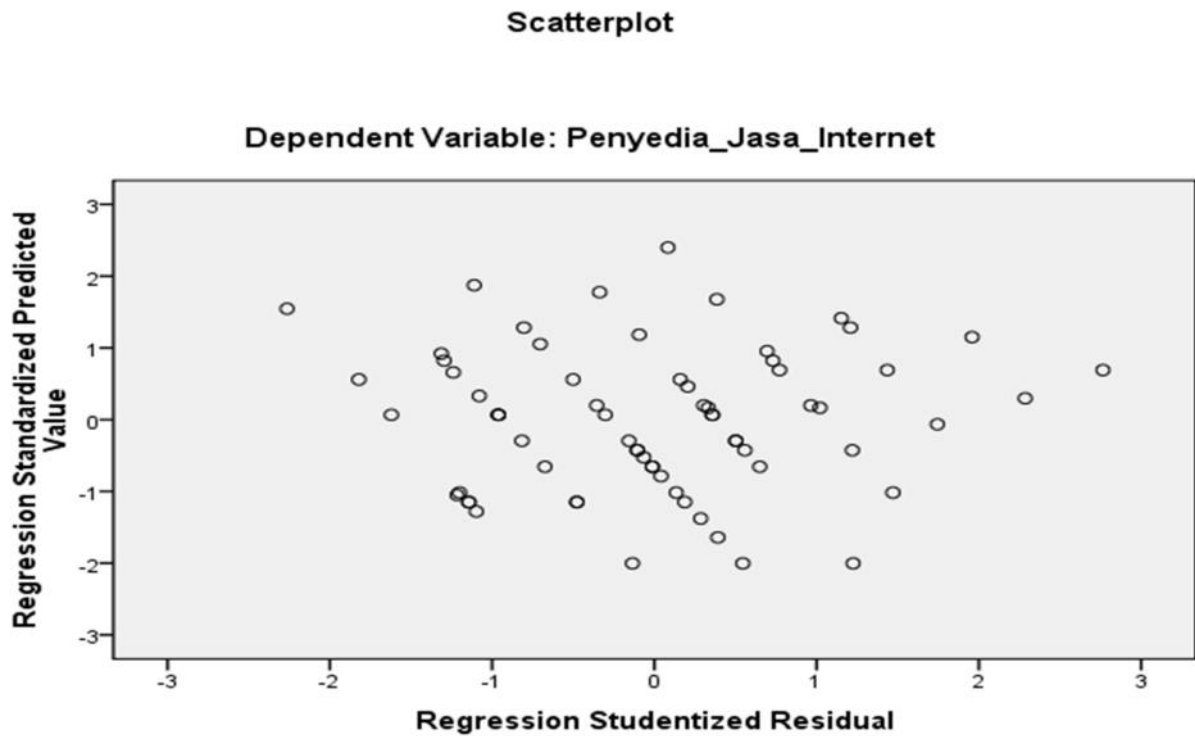
		Kualitas_Produk	Gaya_Hidup	Penyedia_Jasa_Inter net
Normal Distribution	Location	19.39	19.31	17.42
	Scale	1.825	1.626	1.625

The cases are unweighted.

Normal P-P Plot of Penyedia_Jasa_Internet



Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6. Hasil uji regresi

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Gaya_Hidup, Kualitas_Produk ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775	.740	.674	1.530	1.371

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.480	2	12.240	5.229	.000 ^a
	Residual	149.819	64	2.341		
	Total	174.299	66			

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.357	3.121		2.357	.000
	Kualitas_Produk	.220	.103	.247	2.127	.002
	Gaya_Hidup	.300	.116	.300	2.583	.001

a. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.20	18.88	17.42	.609	67
Std. Predicted Value	-2.002	2.399	.000	1.000	67
Standard Error of Predicted Value	.195	.608	.309	.098	67
Adjusted Predicted Value	16.05	18.86	17.42	.621	67
Residual	-3.359	4.161	.000	1.507	67
Std. Residual	-2.195	2.720	.000	.985	67
Stud. Residual	-2.264	2.764	.001	1.008	67
Deleted Residual	-3.571	4.297	.003	1.580	67
Stud. Deleted Residual	-2.341	2.922	.003	1.025	67
Mahal. Distance	.089	9.453	1.970	1.950	67
Cook's Distance	.000	.108	.016	.026	67
Centered Leverage Value	.001	.143	.030	.030	67

a. Dependent Variable: Penyedia_Jasa_Internet

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian







Biografi Penulis



Amalia Haqqi, lahir pada 7 Maret 1996 di Makassar adalah anak ke dua dari pasangan H. Alimuddin dan Ibu Nuraini Zulkarnain. Jenjang pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah sekolah dasar (SD) Negeri 71 Rappojawa, Kota Makassar dan lulus pada tahun 2008, kemudian melanjutkan sekolah di SMP Negeri 4 Kota Makassar dan lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan sekolah di SMAN 1 Makassar lulus pada tahun 2014. Kemudian penulis mengikuti program S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar mulai tahun 2014 sampai dengan sekarang.