

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Distribusi Frekuensi Responden Operator GSM

Pada penelitian ini telah dilakukan survey terhadap 379 responden yang merupakan konsumen operator seluler GSM di wilayah DKI Jakarta, yang juga merupakan bagian dari target pasar 3G mereka (operator GSM). Adapun pembagian dari distribusi frekuensi responden operator GSM dari hasil survey yang telah didapatkan dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Operator GSM

No.	Operator	Jumlah responden
1.	Telkomsel	120
2.	Indosat	153
3.	Excelcomindo (XL)	73
4.	Natrindo Telepon Seluler (AXIS)	17
5.	Huchison (3)	16
	Total	379

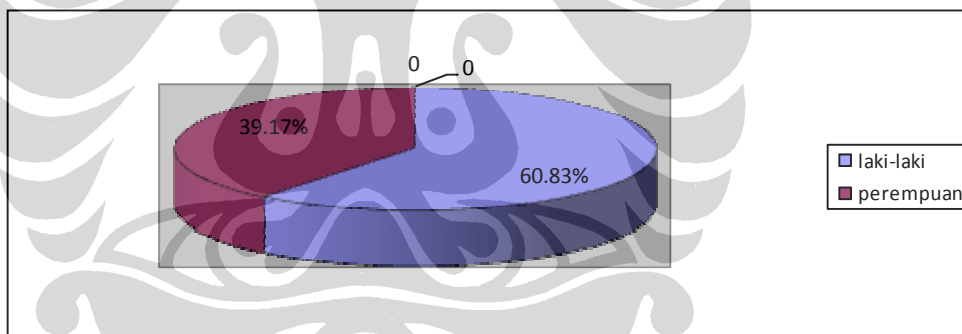
4.2. Analisis Statistik Deskriptif Distribusi Frekuensi Segmentasi Demografis

Adapun yang menjadi karakteristik dari profil demografis responden operator seluler GSM dibagi dalam beberapa segmen, yaitu segmen jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan rata-rata per bulan, pendidikan terakhir, serta anggaran rata-rata untuk telekomunikasi seluler dalam sebulan.

4.2.1 Profil Demografis Responden Telkomsel

4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden

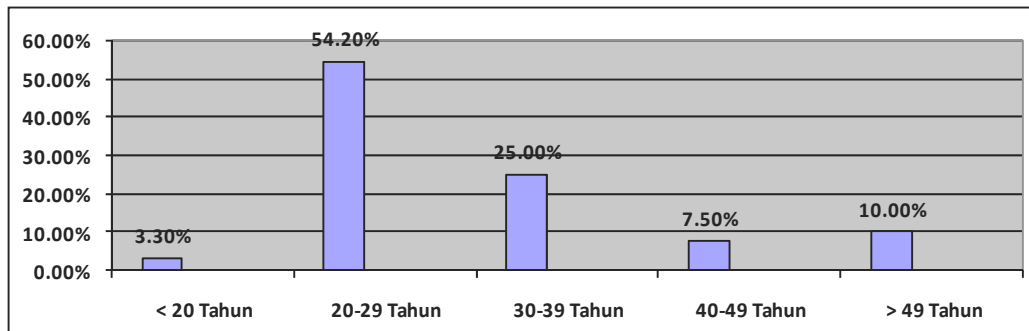
Jenis kelamin dibagi menjadi 2 kelompok yakni laki-laki dan perempuan, yang masing-masing distribusi frekuensinya dapat dilihat pada tabel 1.1 yang tertera pada lampiran 1. Adapun persentase data yang diperoleh adalah seperti pada gambar 4.2.1.1



Gambar 4.2.1.1 Komposisi jenis kelamin responden Telkomsel

4.2.1.2 Usia Responden

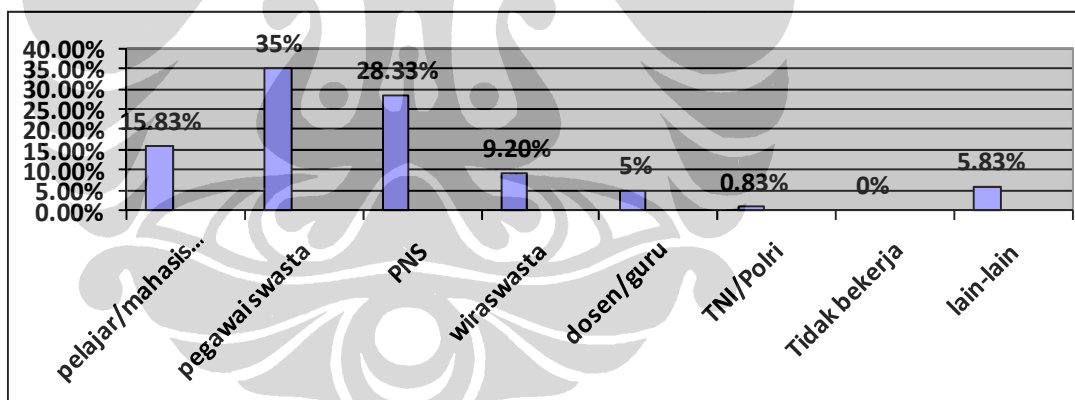
Untuk variabel usia responden, dikelompokkan menjadi 5 kelompok usia yang terdiri dari kurang dari 20 tahun, antara 20 tahun sampai dengan 29 tahun, antara 30 tahun sampai dengan 39 tahun, antara 40 tahun sampai dengan 49 tahun, serta lebih dari 49 tahun. Adapun distribusi frekuensinya dapat dilihat pada tabel 1.2 yang tertera pada lampiran 1. Data dalam bentuk persentase ditampilkan pada gambar 4.2.1.2



Gambar 4.2.1.2 Komposisi usia responden Telkomsel

4.2.1.3 Pekerjaan responden

Output untuk pekerjaan responden Telkomsel dapat dilihat pada tabel 1.3 yang tertera pada lampiran 1. Adapun data yang diperoleh dalam bentuk persentase jenis pekerjaan responden Telkomsel ditampilkan pada gambar 4.2.1.3.

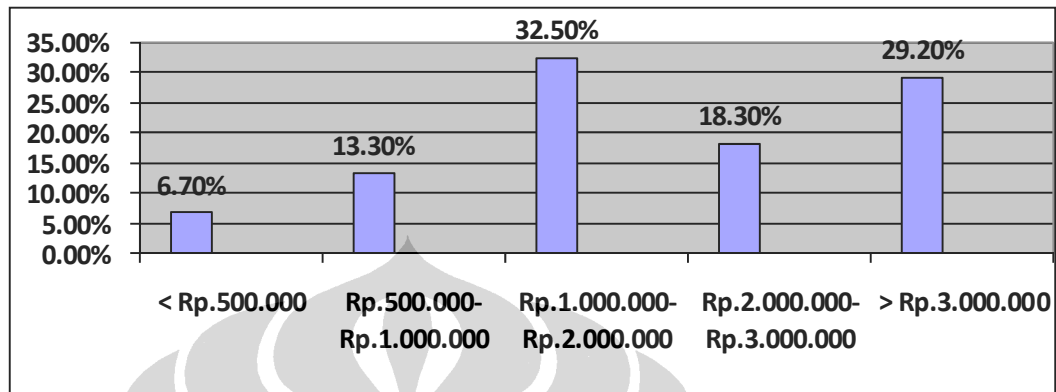


Gambar 4.2.1.3 Komposisi pekerjaan responden Telkomsel

4.2.1.4 Pendapatan Rata - Rata Perbulan

Distribusi frekuensi pendapatan rata - rata perbulan responden Telkomsel dapat dilihat pada tabel 1.4 yang tertera pada lampiran 1, dan data yang diperoleh

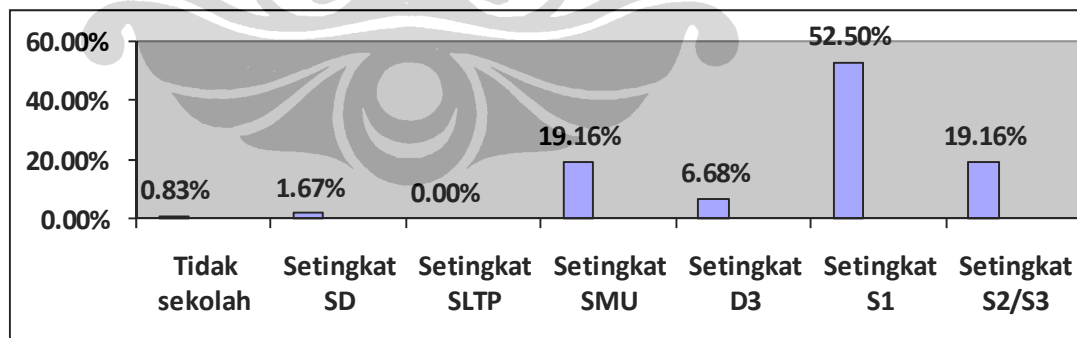
dalam bentuk persentase komposisi pendapatan rata – rata perbulan responden Telkomsel ditampilkan pada gambar 4.2.1.4.



Gambar 4.2.1.4 Komposisi pendapatan rata-rata perbulan responden Telkomsel

4.2.1.5 Tingkat Pendidikan

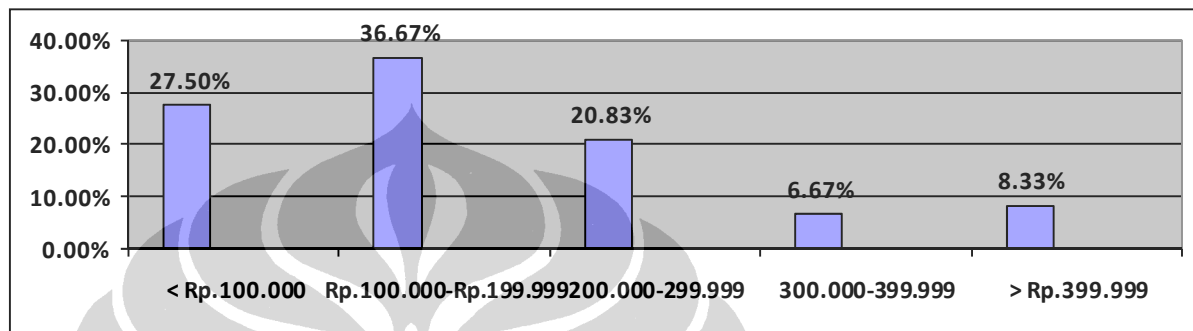
Distribusi frekuensi untuk tingkat pendidikan responden Telkomsel dapat dilihat pada tabel 1.5 yang tertera pada lampiran 1. Adapun data yang diperoleh secara persentase komposisi tingkat pendidikan responden Telkomsel adalah seperti pada gambar 4.2.1.5.



Gambar 4.2.1.5 Komposisi tingkat pendidikan responden Telkomsel

4.2.1.6 Anggaran Rata-Rata Belanja Telekomunikasi Seluler perbulan

Distribusi frekuensi anggaran rata – rata belanja keperluan telekomunikasi seluler perbulan responden dapat dilihat pada tabel 1.6 yang tertera pada lampiran 1, dan persentase data yang diperoleh adalah seperti pada gambar 4.2.1.6.

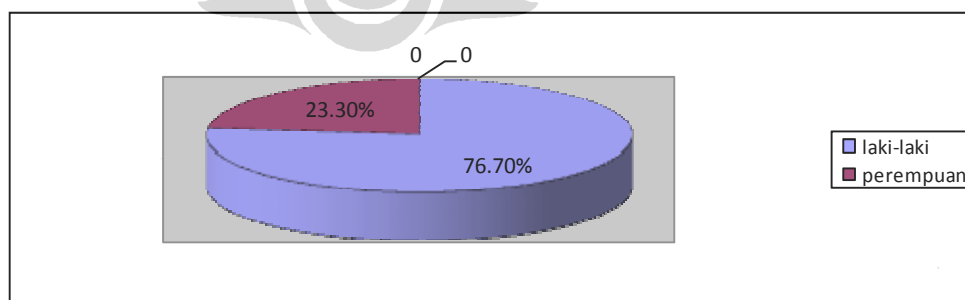


Gambar 4.2.1.6 Komposisi Anggaran belanja telekomunikasi perbulan responden Telkomsel

4.2.2. Profil Demografis Responden Excelcomindo (XL)

4.2.2.1 Jenis Kelamin Responden

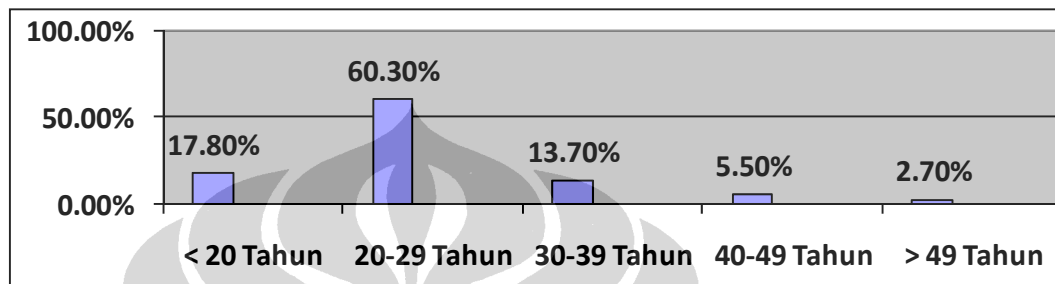
Distribusi frekuensi jenis kelamin responden XL dapat dilihat pada tabel 1.7 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh dapat ditampilkan pada gambar 4.2.2.1.



Gambar 4.2.2.1 Komposisi jenis kelamin responden XL

4.2.2.2 Usia Responden

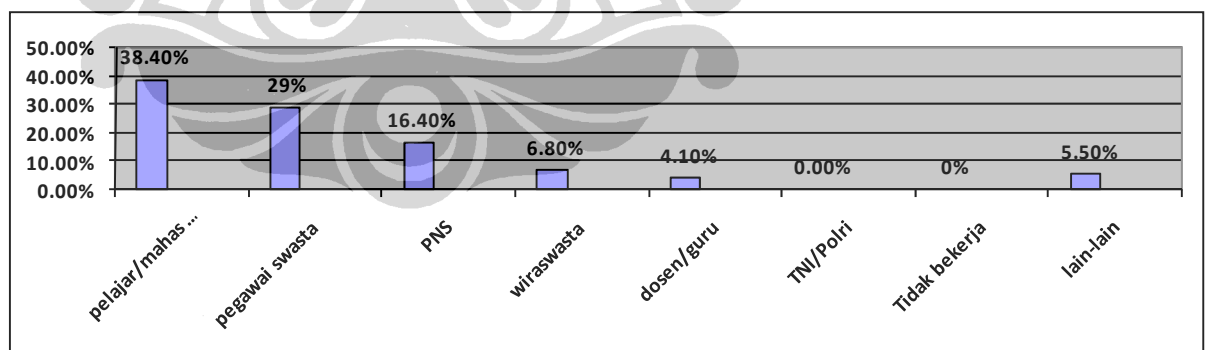
Distribusi frekuensi usia responden XL dapat dilihat pada tabel 1.8 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.2.2.



Gambar 4.2.2.2 Komposisi usia responden XL

4.2.2.3 Pekerjaan Responden

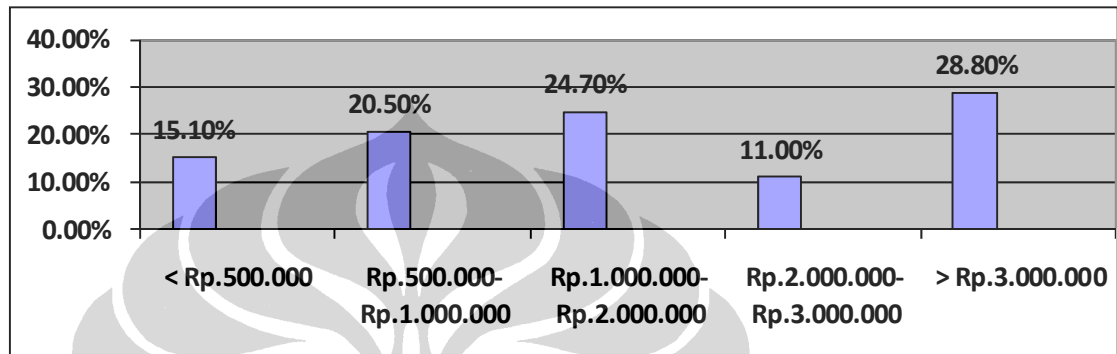
Distribusi fekuensi pekerjaan responden XL dapat dilihat pada tabel 1.9 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.2.3



Gambar 4.2.2.3 Komposisi pekerjaan responden XL

4.2.2.4 Pendapatan Rata-Rata Perbulan Responden

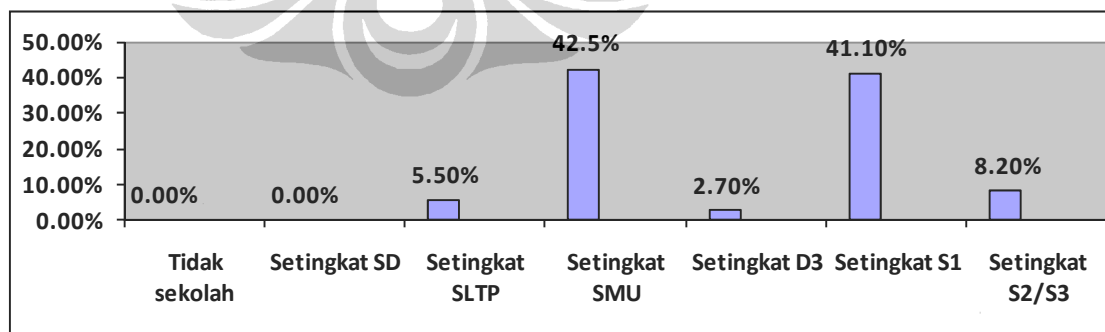
Distribusi frekuensi pendapatan rata - rata responden XL dapat dilihat pada tabel 1.10 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.2.4.



Gambar 4.2.2.4 Komposisi pendapatan rata-rata perbulan responden XL

4.2.2.5 Tingkat Pendidikan Responden

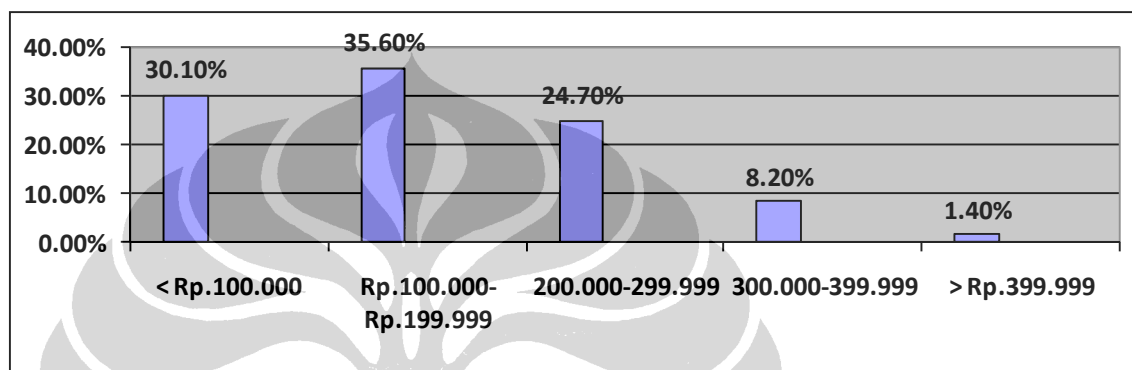
Distribusi frekuensi tingkat pendidikan responden XL dapat dilihat pada tabel 1.11 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.2.5



Gambar 4.2.2.5 Komposisi tingkat pendidikan responden XL

4.2.2.6 Anggaran Rata - Rata Belanja Telekomunikasi Seluler Perbulan

Distribusi frekuensi anggaran rata – rata belanja keperluan telekomunikasi seluler perbulan responden XL dapat dilihat pada tabel 1.12 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.2.6.

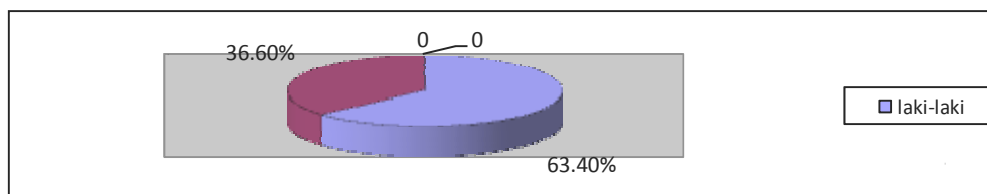


Gambar 4.2.2.6 Komposisi anggaran belanja telekomunikasi seluler perbulan responden XL

4.2.3 Profil Demografis Responden Indosat

4.2.3.1 Jenis Kelamin Responden

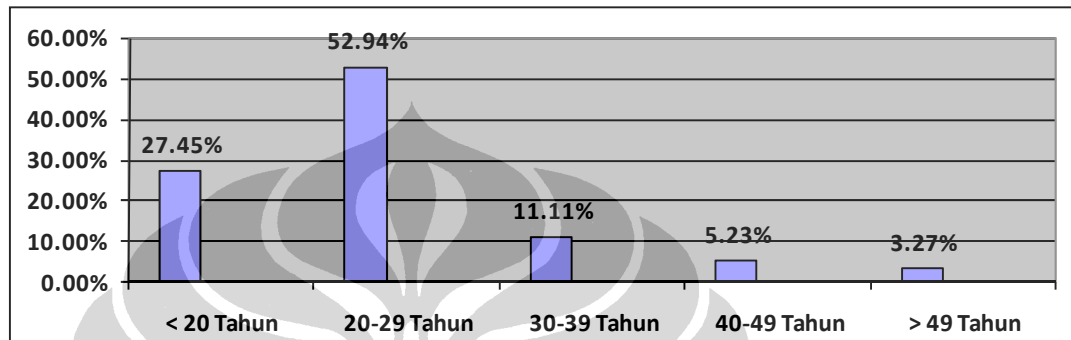
Distribusi frekuensi jenis kelamin responden Indosat dapat dilihat pada tabel 1.13 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.3.1



Gambar 4.2.3.1 Komposisi jenis kelamin responden Indosat

4.2.3.2 Usia Responden

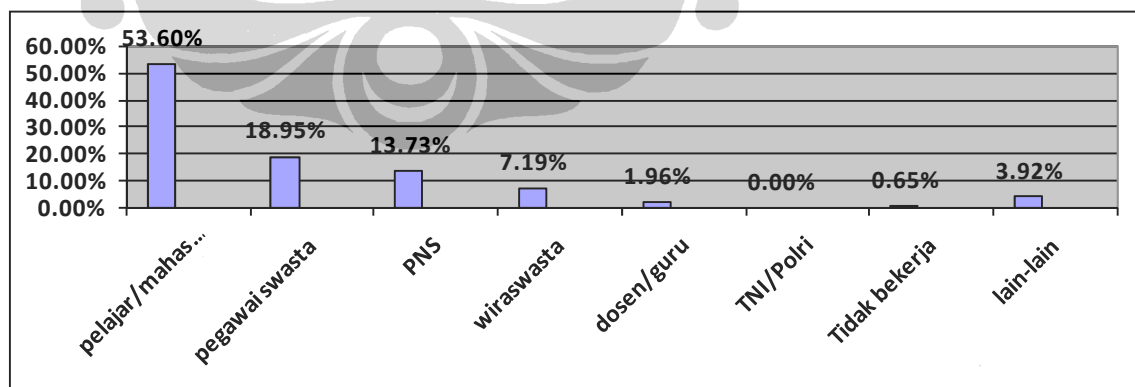
Distribusi frekuensi usia responden Indosat dapat dilihat pada tabel 1.14 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh adalah ditampilkan pada gambar 4.2.3.2



Gambar 4.2.3.2 Komposisi usia responden Indosat

4.2.3.3 Pekerjaan Responden

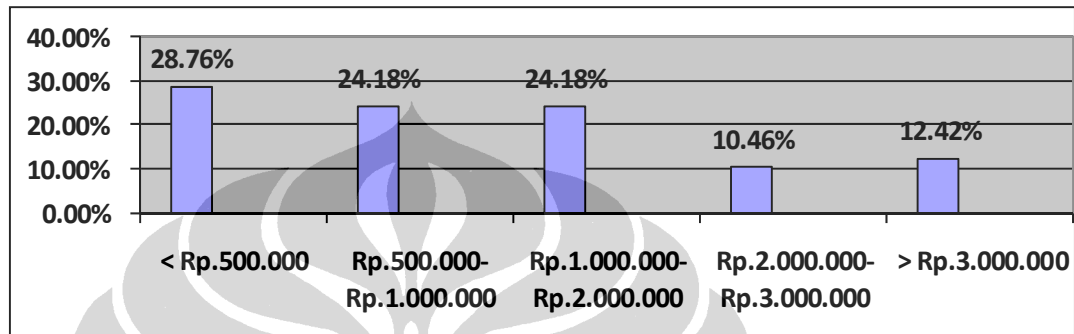
Distribusi frekuensi pekerjaan responden Indosat dapat dilihat pada tabel 1.15 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.3.3



Gambar 4.2.3.3 Komposisi pekerjaan responden Indosat

4.2.3.4 Pendapatan Rata - Rata Perbulan

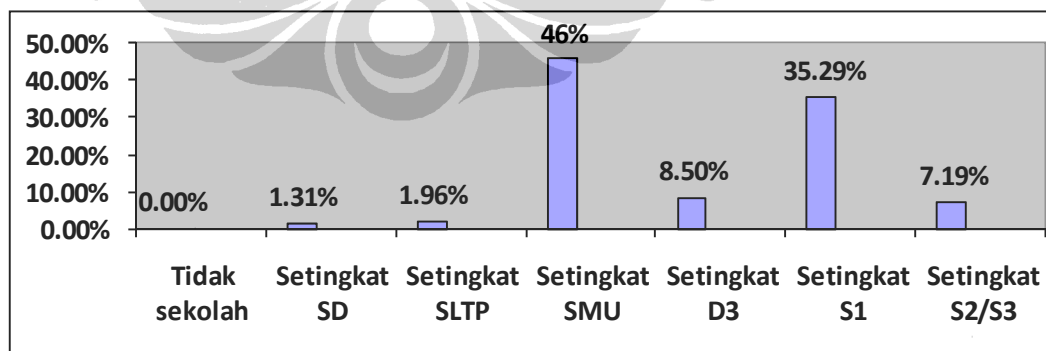
Distribusi frekuensi pendapatan rata - rata responden perbulan dapat dilihat pada tabel 1.16 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.3.4



Gambar 4.2.3.4 Komposisi pendapatan rata-rata perbulan responden Indosat

4.2.3.5 Tingkat Pendidikan

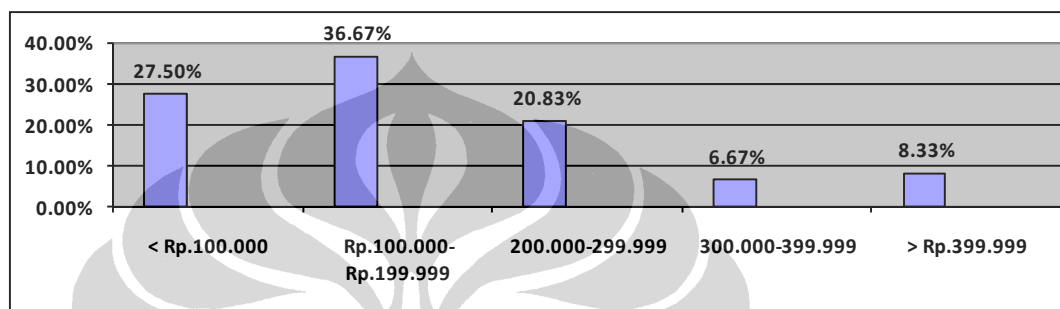
Distribusi frekuensi tingkat pendidikan responden Indosat dapat dilihat pada tabel 1.17 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.3.5.



Gambar 4.2.3.5 Komposisi tingkat pendidikan responden Indosat

4.2.3.6 Anggaran Rata-Rata Belanja telekomunikasi Perbulan

Distribusi frekuensi anggaran rata – rata belanja keperluan telekomunikasi seluler perbulan responden Indosat dapat dilihat pada tabel 1.18 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.3.6.

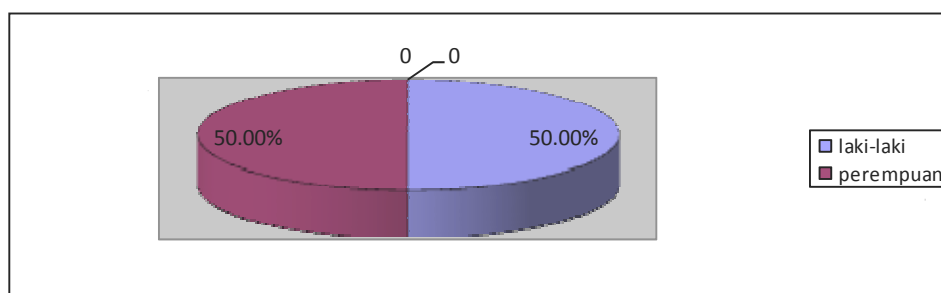


Gambar 4.2.3.6 Komposisi Anggaran belanja telekomunikasi perbulan responden Indosat

4.2.4 Profil Demografis Responden Natrindo Telepon Seluler (AXIS)

4.2.4.1 Jenis Kelamin Responden

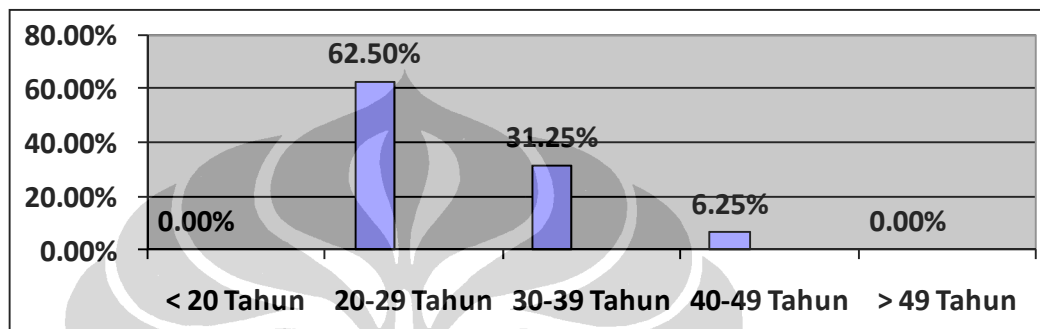
Distribusi frekuensi jenis kelamin responden Natrindo Telepon Seluler (AXIS) dapat dilihat pada tabel 1.19 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.4.1.



Gambar 4.2.4.1 Komposisi jenis kelamin responden Natrindo Telepon Seluler

4.2.4.2 Usia Responden

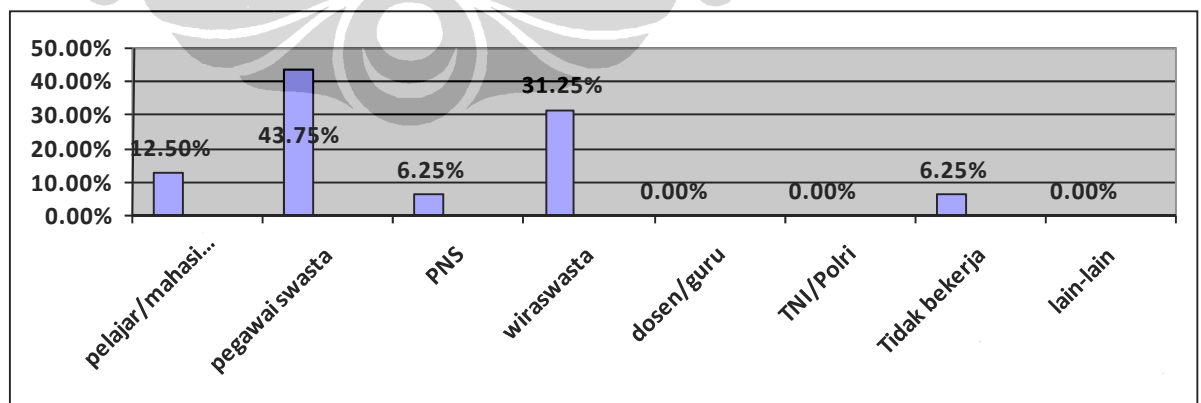
Distribusi frekuensi usia responden Natrindo Telepon Seluler (AXIS) dapat dilihat pada tabel 1.20 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.4.2.



Gambar 4.2.4.2 Komposisi usia responden Natrindo Telepon Seluler

4.2.4.3 Pekerjaan Responden

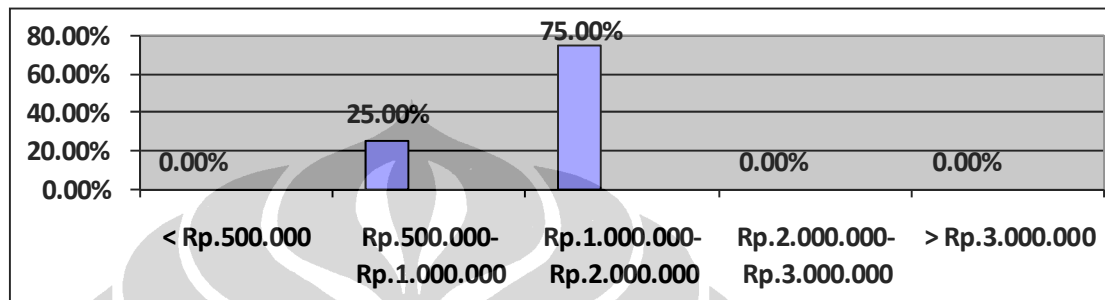
Distribusi frekuensi pekerjaan responden Natrindo Telepon Seluler (AXIS) dapat dilihat pada tabel 1.21 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.4.3



Gambar 4.2.4.3 Komposisi pekerjaan responden Natrindo Telepon Seluler

4.2.4.4 Pendapatan rata-rata perbulan

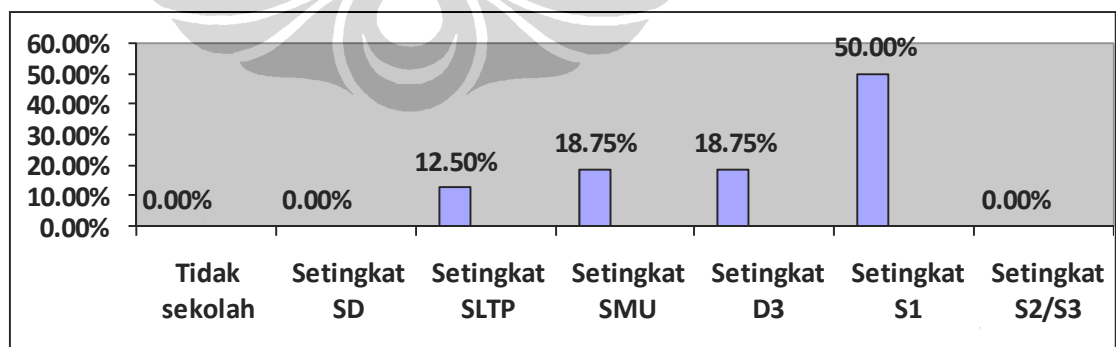
Distribusi frekuensi pendapatan rata - rata responden perbulan dapat dilihat pada tabel 1.22 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.4.4.



Gambar 4.2.4.4 Komposisi pendapatan rata-rata perbulan responden Natrindo Telepon Seluler

4.2.4.5 Tingkat Pendidikan

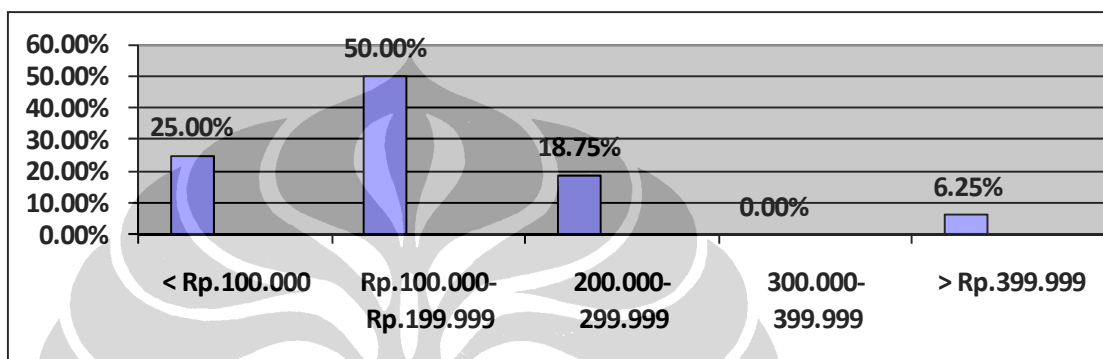
Distribusi frekuensi tingkat pendidikan responden Natrindo Telepon Seluler (AXIS) dapat dilihat pada tabel 1.23 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.4.5.



Gambar 4.2.4.5 Komposisi tingkat pendidikan responden Natrindo Telepon Seluler

4.2.4.6 Anggaran Rata - Rata belanja Telekomunikasi Seluler Perbulan

Distribusi frekuensi anggaran rata – rata belanja keperluan telekomunikasi seluler perbulan responden Natrindo Telepon Seluler (AXIS) dapat dilihat pada tabel 1.24 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.4.6.

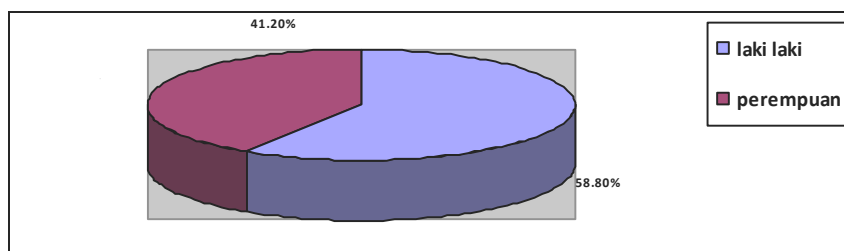


Gambar 4.2.4.6 Komposisi anggaran belanja telekomunikasi perbulan responden NTS

4.2.5 Profil Demografis Responden Three (3)

4.2.5.1 Jenis Kelamin Responden

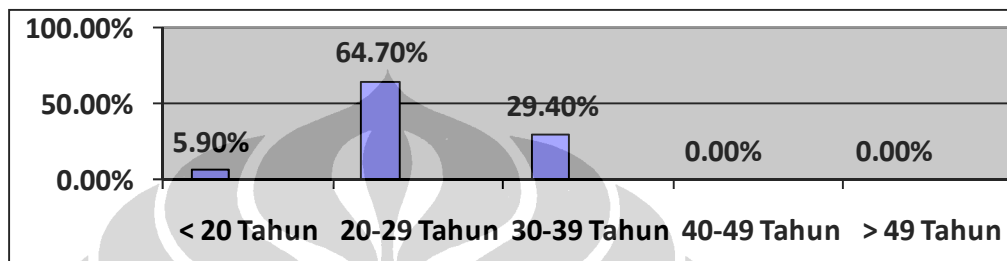
Distribusi frekuensi jenis kelamin responden Three (3) dapat dilihat pada tabel 1.25 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.5.1.



Gambar 4.2.5.1 Komposisi jenis kelamin responden Three (3)

4.2.5.2 Usia Responden

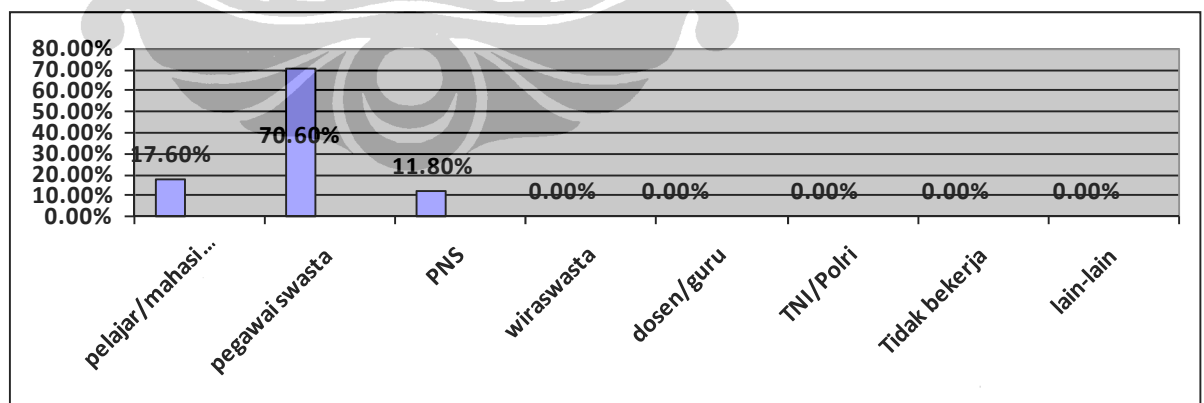
Distribusi frekuensi usia responden Three (3) dapat dilihat pada tabel 1.26 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.5.2.



Gambar 4.2.5.2 Komposisi usia responden Three (3)

4.2.5.3 Pekerjaan Responden

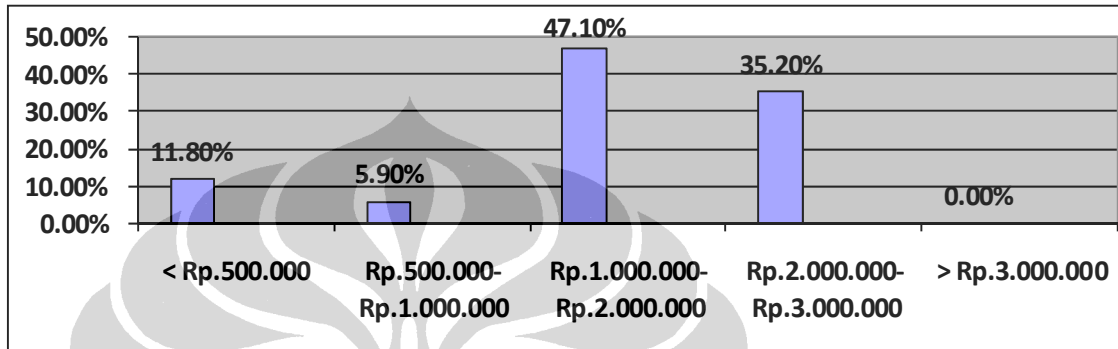
Distribusi frekuensi pekerjaan responden Three (3) dapat dilihat pada tabel 1.27 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.5.3



Gambar 4.2.5.3 Komposisi pekerjaan responden Three (3)

4.2.5.4 Pendapatan Rata-Rata Perbulan

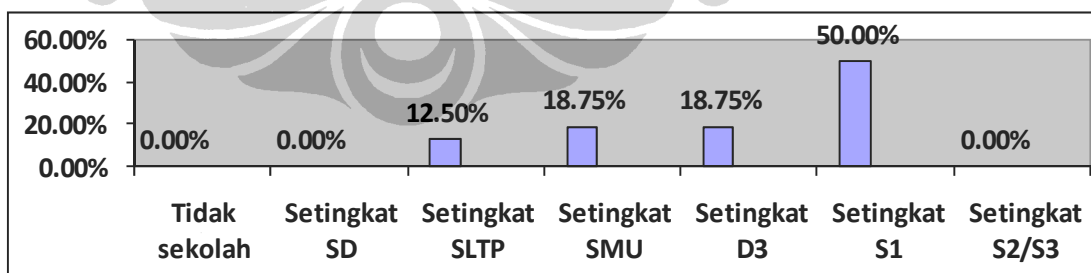
Distribusi frekuensi pendapatan rata - rata responden perbulan dapat dilihat pada tabel 1.28 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.5.4.



Gambar 4.2.5.4 Komposisi pendapatan rata-rata perbulan responden Three (3)

4.2.5.5 Tingkat Pendidikan

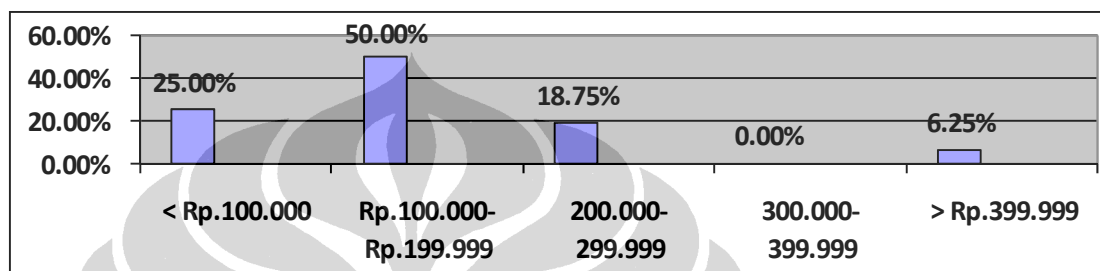
Distribusi frekuensi tingkat pendidikan responden Three (3) dapat dilihat pada tabel 1.29 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.5.5.



Gambar 4.2.5.5 Komposisi tingkat pendidikan responden Three (3)

4.2.5.6 Anggaran Rata - Rata Belanja Telekomunikasi Seluler Perbulan

Distribusi frekuensi anggaran rata – rata belanja keperluan telekomunikasi seluler perbulan responden Three (3) dapat dilihat pada tabel 1.30 yang tertera pada lampiran 1, dan komposisi data secara persentase yang diperoleh ditampilkan pada gambar 4.2.5.6.



Gambar 4.2.5.6 Komposisi Anggaran belanja telekomunikasi perbulan responden Three (3)

4.3 Pengujian Korelasi Pada Karakteristik Demografis Konsumen dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi dan Layanan 3G

Pengujian korelasi pada penelitian ini, digunakan software SPSS versi 15 yang digunakan untuk membantu mengolah data dalam mencari besarnya koefisien korelasi Spearman Rank dan taraf signifikansinya dengan cara memasukkan data-data yang telah didapatkan dari hasil survey melalui kuesioner. Setiap subvariabel dari profil demografis konsumen masing – masing diteliti hubungannya dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

4.3.1 Output Pengujian Korelasi Profil Demografis Pada Operator Telkomsel

- Korelasi antara usia responden dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.1 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar (-) 0.304 dengan taraf signifikansi sebesar $0.001 <$

0.01. Maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan negatif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pendapatan dan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.2 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.247 dengan taraf signifikansinya sebesar $0.006 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang sangat lemah dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara anggaran rata-rata untuk telekomunikasi seluler perbulan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.3 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.325 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara tingkat pendidikan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.4 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.151 dengan taraf signifikansi sebesar $0.100 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara jenis kelamin dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan yang dilakukan dengan mencari nilai chi square seperti yang terlampir pada tabel 2.5 lampiran 2, didapatkan hasil sebesar 4.956 dengan $DF = 4$. Dikarenakan nilai chi square hitung $<$ nilai chi square tabel sebesar 9.488, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pekerjaan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan yang dilakukan dengan mencari nilai chi square seperti yang terlampir pada tabel 2.6 lampiran 2, Chi square hasil perhitungan sebesar 36.468 dengan $DF = 24$. Dari tabel chi kuadrat didapatkan bahwa pada taraf signifikansi 0.05 dengan $DF = 24$ sebesar nilai chi kuadrat sebesar 35.415. Karena $36.468 > 35.415$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

4.3.2 Output Pengujian Korelasi Profil Demografis Pada Operator Excelcomindo (XL)

- Korelasi antara usia responden dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.7 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar $(-) 0.082$ dengan taraf signifikansi sebesar $0.493 > 0.05$ menunjukkan hubungan kedua variabel tidak signifikan. Oleh sebab itu H_0 diterima, dan H_1 ditolak

- Korelasi antara pendapatan dan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.8 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.159 dengan taraf signifikansi sebesar $0.179 > 0.05$ menunjukkan hubungan tersebut tidak signifikan. Oleh sebab itu H_0 diterima, dan H_1 ditolak

- Korelasi antara anggaran rata-rata untuk telekomunikasi dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.9 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.266 dengan taraf signifikansi sebesar $0.023 < 0.05$,

maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya hubungan kedua variabel tersebut cukup dan signifikan.

- Korelasi antara tingkat pendidikan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.10 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.263 dengan taraf signifikansi sebesar $0.025 < 0.05$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan dengan arah positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pekerjaan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.12 lampiran 2, didapat chi square hasil perhitungan sebesar 21.459 dengan DF sebesar 20 dengan taraf kepercayaan 5% chi square tabel sebesar 31.410. Karena chi square hitung $<$ chi square tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara jenis kelamin dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.11 lampiran 2, nilai chi square hitung sebesar 5.440 dengan $DF = 4$. Dikarenakan nilai chi square hitung $<$ nilai chi square tabel sebesar 9.488, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

4.3.3 Output Pengujian Korelasi Profil Demografis Pada Operator Indosat

- Korelasi antara usia responden dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.13 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar (-) 0.070 dengan taraf signifikansi sebesar $0.390 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara pendapatan dan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.14 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.225 dengan taraf signifikansi sebesar $0.005 < 0.01$. Oleh sebab itu, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan positif yang lemah dan signifikan antara kedua variabel tersebut..

- Korelasi antara anggaran rata-rata untuk telekomunikasi seluler dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.15 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.181 dengan taraf signifikansi sebesar $0.025 < 0.05$. Oleh sebab itu, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang lemah dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara tingkat pendidikan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.16 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.231 dengan taraf signifikansi sebesar $0.004 < 0.01$. Oleh sebab itu, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang lemah dan signifikan antara kedua variabel tersebut..

- Korelasi antara jenis kelamin dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.17 lampiran 2, nilai chi square sebesar 2.490 dengan $DF = 4$. Dikarenakan nilai chi square hitung $<$ nilai chi square tabel sebesar 9.488, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pekerjaan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.18 lampiran 2, Chi square hasil perhitungan sebesar 49.351 dengan DF=24. Dari tabel chi kuadrat didapatkan bahwa pada taraf signifikansi 0.05 dengan DF 24 sebesar nilai chi kuadrat sebesar 35.415. Karena $49.351 > 35.415$, maka ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

4.3.4 Output Pengujian Korelasi Profil Demografis Pada Operator Natrindo Telepon Seluler (AXIS)

- Korelasi antara usia responden dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.19 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar (-) 0.357 dengan taraf signifikansi sebesar $0.175 > 0.05$, hubungan tidak signifikan. Maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara pendapatan dan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.20 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.302 dengan taraf signifikansi sebesar $0.256 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara anggaran rata-rata untuk telekomunikasi dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.21 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.551 dengan taraf signifikansi sebesar $0.027 < 0.05$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara tingkat pendidikan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan multimedia melalui jaringan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.22 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.226 dengan taraf signifikansi sebesar $0.400 > 0.05$ menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan. Maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara pekerjaan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan multimedia melalui jaringan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.24 lampiran 2, Chi square hasil perhitungan sebesar 8.555 dengan $DF = 8$. Dari tabel chi kuadrat didapatkan bahwa pada taraf signifikansi 0.05 dengan $DF = 8$ nilai chi kuadrat sebesar 15.507. Karena $8.555 > 15.507$, maka tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara jenis kelamin dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.23 lampiran 2, Chi square hasil perhitungan sebesar 5.943 dengan $DF = 2$. Dikarenakan nilai chi square hitung $>$ nilai chi square tabel sebesar 5.591, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

4.3.5 Output Pengujian Korelasi Profil Demografis Pada Operator Three (3)

- Korelasi antara usia responden dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.25 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.448 dengan taraf signifikansi sebesar $0.071 > 0.05$. Maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel.

- Korelasi antara pendapatan dan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.26 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.233 dengan taraf signifikansinya sebesar $0.367 > 0.05$, maka hubungan tersebut tidak signifikan. Oleh sebab itu H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara anggaran rata-rata untuk telekomunikasi dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.27 lampiran 2, Koefisien korelasi sebesar 0.138 dengan taraf signifikansi sebesar $0.598 > 0.05$, maka hubungan tersebut tidak signifikan. Oleh sebab itu H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara tingkat pendidikan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan multimedia melalui jaringan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.28 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.219 dengan taraf signifikansi sebesar $0.398 > 0.05$ menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan. Maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara pekerjaan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan multimedia melalui jaringan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.30 lampiran 2, Chi square hasil perhitungan sebesar 2.904 dengan $DF = 6$. Dari tabel chi kuadrat didapatkan bahwa pada taraf signifikansi 0.05 dengan $DF = 6$ nilai chi kuadrat sebesar 12.592. Karena $2.904 < 12.592$, maka tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut..

- Korelasi antara jenis kelamin dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.29 lampiran 2, nilai chi square hitung sebesar 4.305 dengan $DF = 3$. Dikarenakan nilai chi square hitung $<$ nilai chi square tabel sebesar 7.815, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut.

4.4 Analisis Deskriptif Pengetahuan Responden Tentang 3G Beserta Aplikasi dan Layanannya

Pada penelitian ini ada beberapa pertanyaan yang telah disurvei kepada responden mengenai pengetahuan mereka tentang 3G beserta aplikasi dan layanannya. Pertanyaan yang disurvei meliputi intensitas mereka mendengar tentang 3G, pengetahuan mereka mengenai kelebihan teknologi jaringan 3G, pengetahuan mengenai aplikasi dan layanan yang dapat dihadirkan melalui teknologi jaringan 3G, media informasi yang dijadikan sumber info tentang 3G oleh responden, serta efektivitas media promosi yang menyajikan info seputar tarif dan cara penggunaan aplikasi dan layanan yang tersedia.

4.4.1 Pengetahuan Responden Operator Telkomsel

Hasil yang diperoleh berdasarkan survey yang telah dilakukan, seperti yang terlampir pada tabel 1.31 pada lampiran 1, dapat disimpulkan bahwa 97.5 % responden Telkomsel yang disurvei pernah mendengar tentang 3G, akan tetapi berdasarkan data yang terlampir pada tabel 1.32 lampiran 1 persentase responden yang memiliki tingkat pengetahuan baik tentang kelebihan dari teknologi jaringan 3G hanya sebesar 67.5 % dari keseluruhan responden Telkomsel yang disurvei, sisanya memiliki pengetahuan yang kurang baik (sedikit tahu), tidak pernah tahu, dan juga ragu – ragu. Sedangkan dalam hal pengetahuan akan aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui teknologi jaringan 3G, berdasarkan tabel 1.33 yang tertera pada

lampiran 1, hanya 68.3 % responden yang mengetahui dengan baik berbagai aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui teknologi jaringan 3G. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tidak semua responden yang pernah mendengar tentang 3G, mengetahui akan kelebihan serta jenis aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui teknologi ini. Sehingga dapat diasumsikan bahwa peran operator dalam memberikan informasi tentang 3G masih jauh dari efektif.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dengan cara merangking hasil dari kuesioner mengenai pengetahuan responden Telkomsel terhadap aplikasi dan layanan 3G mulai dari jenis aplikasi dan layanan yang paling populer/familiar diduduki oleh jenis layanan video call, lalu akses internet, serta download content. Jenis layanan seperti halnya mobile video, video sms, dan mobile tv merupakan jenis layanan yang kurang populer menurut responden Telkomsel dalam penelitian ini.

Adapun mengenai sumber media yang dijadikan sumber informasi bagi responden dalam mengenal serta mendengar mengenai teknologi 3G beserta aplikasi dan layanannya dipaparkan pada tabel 1.34 pada lampiran 1. Hasil yang didapatkan secara persentase dari keseluruhan responden Telkomsel (dengan 2 data yang hilang) adalah sebagai berikut : 38.10 % responden memperoleh informasi dari media elektronik berupa televisi/radio, 29.70 % responden memperoleh informasi dari media cetak berupa majalah/Koran, 10 % responden memperoleh informasi dari website operator, 12.70 % responden memperoleh informasi dari orang sekitar, dan 9.30 % responden memperoleh informasi dari promosi lainnya (promosi di tempat – tempat umum seperti di pusat – pusat perbelanjaan, dan lain – lain). Artinya, peran media elektronik berupa tv atau radio dapat diasumsikan media yang paling penting dalam melakukan promosi ataupun pemberian informasi kepada konsumen.

Dari sisi efektivitas promosi/informasi yang diberikan operator kepada responden Telkomsel mengenai tarif dan prosedur/cara penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang tersedia, seperti yang terlihat pada tabel 1.35 pada lampiran 1, didapatkan hasil sebagai berikut, 10.80 % responden menyatakan informasi yang

diberikan melalui promosi yang ada sangat tidak efektif, 39.20 % responden menyatakan kurang efektif, 30.80 % responden bersikap ragu – ragu, 24.20 % responden menyatakan efektif, dan hanya 5 % responden yang menyatakan informasi yang diperoleh dari promosi sudah sangat efektif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa operator masih kurang memberikan informasi mengenai tariff dan prosedur penggunaan dari berbagai aplikasi dan layanan 3G yang tersedia, sehingga konsumen tidak mengetahui dengan baik mengenai hal tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan crosstabulation yang dilakukan antara efektivitas info dan sumber media yang dijadikan informasi seperti pada tabel 1.36 lampiran 1, sumber yang paling efektif mengenai tariff dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan berasal dari website operator, lalu media cetak, kemudian promosi lainnya.

4.4.2 Pengetahuan Responden Operator Excelcomindo (XL)

Hasil yang diperoleh berdasarkan survey yang telah dilakukan, seperti yang terlampir pada tabel 1.37 pada lampiran 1, didapatkan informasi bahwa 98.7 % responden XL pernah mendengar 3G, namun yang mengetahui dengan baik akan kelebihan dari teknologi ini berdasarkan tabel 1.38 lampiran 1 hanya sebesar 72.6 % responden. Sedangkan responden yang mengetahui akan aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui teknologi jaringan 3G berdasarkan tabel 1.39 lampiran 1 juga sebesar 72.6 %. Hal ini mengindikasikan bahwa XL belum efektif dalam memberikan pengetahuan kepada konsumen mengenai teknologi 3G.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dengan cara merangking hasil dari kuesioner mengenai pengetahuan responden XL terhadap aplikasi dan layanan 3G mulai dari jenis aplikasi dan layanan yang paling populer/familiar diduduki oleh layanan video call, akses internet baik via handset 3G ataupun modem usb wireless 3G/3.5G, serta download content.

Adapun mengenai sumber media yang dijadikan sumber informasi bagi responden dalam mengenal serta mendengar mengenai teknologi 3G beserta aplikasi dan layanannya dipaparkan pada tabel 1.40 pada lampiran 1. Hasil yang didapatkan

secara persentase dari keseluruhan responden XL (dengan 1 data yang hilang) adalah mayoritas responden memperoleh informasi dari media elektronik berupa tv atau radio, kemudian media cetak, lalu diduduki oleh website operator dan orang sekitar dengan persentase yang sama.

Dari sisi efektivitas promosi/informasi yang diberikan operator kepada responden XL mengenai tarif dan prosedur/cara penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang tersedia, seperti yang terlihat pada tabel 1.41 pada lampiran 1 (dengan 1 data yang hilang), didapatkan hasil sebagai berikut, dimana 9.70 % responden menyatakan informasi mengenai tariff dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang diberikan melalui promosi yang ada sangat tidak efektif, 37.50 % responden menyatakan kurang efektif, 18.10 % responden bersikap ragu – ragu, 31.90 % responden menyatakan efektif, dan hanya 2.80 % responden yang menyatakan informasi yang diperoleh dari promosi sudah sangat efektif. Berdasarkan hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel 1.42 pada lampiran 1, sumber media yang paling efektif yaitu website operator dan promosi lainnya, lalu diikuti oleh media cetak dan media elektronik.

4.4.3 Pengetahuan Responden Operator Indosat

Hasil yang diperoleh berdasarkan survey yang telah dilakukan, seperti yang terlampir pada tabel 1.43 pada lampiran 1, didapatkan informasi bahwa 96.1 % responden Indosat pernah mendengar tentang 3G dengan skala yang berbeda – beda. Namun, berdasarkan tabel 1.44 lampiran 1 hanya 69.9 % responden yang mengetahui dengan baik kelebihan dari teknologi ini, serta berdasarkan tabel 1.45 lampiran 1, hanya sebesar 70.6 % responden yang memiliki pengetahuan baik akan aplikasi dan layanan 3G secara umum. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Indosat juga dapat dikatakan belum efektif dalam penyampaian info mengenai 3G.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dengan cara merangking hasil dari kuesioner mengenai pengetahuan responden Indosat terhadap aplikasi dan layanan 3G mulai dari jenis aplikasi dan layanan yang paling populer/familiar diduduki oleh jenis

layanan akses internet via handset 3G ataupun modem usb wireless 3G/3.5G, video call, dan download content.

Adapun mengenai sumber media yang dijadikan sumber informasi bagi responden dalam mengenal serta mendengar mengenai teknologi 3G beserta aplikasi dan layanannya dipaparkan pada tabel 1.46 pada lampiran 1. Hasil yang didapatkan secara persentase dari keseluruhan responden Indosat (dengan 5 data yang hilang) adalah sebagai berikut : 30.40 % responden memperoleh informasi dari media elektronik berupa televisi/radio, 25.00 % responden memperoleh informasi dari media cetak berupa majalah/Koran, 16.20 % responden memperoleh informasi dari website operator, 15.60 % responden memperoleh informasi dari orang sekitar, dan 12.80 % responden memperoleh informasi dari promosi lainnya (promosi di tempat – tempat umum seperti di pusat – pusat perbelanjaan, dan lain – lain).

Dari sisi efektivitas promosi/informasi yang diberikan operator kepada responden Indosat mengenai tarif dan prosedur/cara penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang tersedia, seperti yang terlihat pada tabel 1.47 pada lampiran 1 (dengan 3 data yang hilang), didapatkan hasil sebagai berikut, dimana 9.30 % responden menyatakan informasi tariff dan cara penggunaan pada aplikasi dan layanan 3G yang diberikan sangat tidak efektif, 32.00 % responden menyatakan kurang efektif, 16.70 % responden bersikap ragu – ragu, 38.00 % responden menyatakan efektif, dan hanya 4.00 % responden yang menyatakan informasi yang diperoleh dari promosi sudah sangat efektif. Berdasarkan hasil crosstabulation pada tabel 1.48 lampiran 1 diperoleh info bahwa website operator lalu promosi lain merupakan 2 media yang paling efektif selama ini dalam hal penginformasian mengenai tariff dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang ada.

4.4.4 Pengetahuan Responden Operator Natrindo Telepon Seluler (AXIS)

Hasil yang diperoleh berdasarkan survey yang telah dilakukan, seperti yang terlampir pada tabel 1.49 pada lampiran 1, didapatkan informasi bahwa 93.75 % responden pernah mendengar 3G, akan tetapi berdasarkan tabel 1.50 lampiran 1,

hanya 43.73 % responden yang mengetahui dengan baik akan kelebihan teknologi ini. Disamping itu seperti yang tertera pada tabel 1.51 lampiran 1, hanya 70.6 % responden yang mengetahui jenis aplikasi dan layanan 3G yang ada.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dengan cara merangking hasil dari kuesioner mengenai pengetahuan responden AXIS terhadap aplikasi dan layanan 3G mulai dari jenis aplikasi dan layanan yang paling populer/familiar diduduki oleh akses internet baik via handset 3G maupun modem usb wireless 3G/3.5G, video call, dan download content

Adapun mengenai sumber media yang dijadikan sumber informasi bagi responden dalam mengenal serta mendengar mengenai teknologi 3G beserta aplikasi dan layanannya dipaparkan pada tabel 1.52 pada lampiran 1. Hasil yang didapatkan secara persentase dari keseluruhan responden AXIS adalah sebagai berikut : 25.00 % responden memperoleh informasi dari media elektronik berupa televisi/radio, 12.50 % responden memperoleh informasi dari media cetak berupa majalah/Koran, 18.75 % responden memperoleh informasi dari website operator, 18.75 % responden memperoleh informasi dari orang sekitar, dan 25.00 % responden memperoleh informasi dari promosi lainnya (promosi di tempat – tempat umum seperti di pusat – pusat perbelanjaan, dan lain – lain).

Dari sisi efektivitas promosi/informasi yang diberikan operator kepada responden AXIS mengenai tarif dan prosedur/cara penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang tersedia, seperti yang terlihat pada tabel 1.53 pada lampiran 1, didapatkan hasil sebagai berikut, dimana 12.50 % responden menyatakan informasi yang diberikan melalui promosi yang ada sangat tidak efektif, 50.00 % responden menyatakan kurang efektif, 6.25 % responden bersikap ragu – ragu, 25.00 % responden menyatakan efektif, dan hanya 6.25 % responden yang menyatakan informasi yang diperoleh dari promosi sudah sangat efektif. Disamping itu berdasarkan tabel 1.54 lampiran 1, media yang paling efektif dalam penginformasian

tariff dan cara penggunaan aplikasi dan layanan diduduki oleh website operator, lalu media elektronik, media cetak, dan terakhir promosi lainnya.

4.4.5 Pengetahuan Responden Operator Three (3)

Hasil yang diperoleh berdasarkan survey yang telah dilakukan, seperti yang terlampir pada tabel 1.55 pada lampiran 1, didapatkan informasi bahwa semua responden Three dalam penelitian ini pernah mendengar tentang 3G, namun seperti yang tertera pada tabel 1.56 lampiran 1, hanya 53.6% responden saja yang memiliki pengetahuan baik mengenai kelebihan teknologi ini, serta berdasarkan tabel 1.57 lampiran 1, sebesar 76.5 % responden Three pada penelitian ini mengetahui dengan baik berbagai aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui teknologi jaringan 3G. Artinya sekitar setengah dari keseluruhan responden Three memiliki pengetahuan baik tentang kelebihan 3G, dan tiga per empat keseluruhan responden Three tahu akan aplikasi dan layanan 3G.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dengan cara merangking hasil dari kuesioner mengenai pengetahuan responden Three terhadap aplikasi dan layanan 3G mulai dari jenis aplikasi dan layanan yang paling populer/familiar didapatkan hasil berupa 3 urutan rangking teratas sebagai berikut : Akses internet baik via handset 3G maupun modem usb wireless 3G/3.5G, video call, download berbagai jenis content

Adapun mengenai sumber media yang dijadikan sumber informasi bagi responden dalam mengenal serta mendengar mengenai teknologi 3G beserta aplikasi dan layanannya dipaparkan pada tabel 1.58 pada lampiran 1. Hasil yang didapatkan secara persentase dari keseluruhan responden Three (3) adalah sebagai berikut : 17.60 % responden memperoleh informasi dari media elektronik berupa televisi/radio, 11.80 % responden memperoleh informasi dari media cetak berupa majalah/Koran, 58.80 % responden memperoleh informasi dari website operator, 11.80 % responden memperoleh informasi dari orang sekitar, dan tidak ada responden yang memperoleh informasi dari promosi lainnya (promosi di tempat – tempat umum seperti di pusat – pusat perbelanjaan, dan lain – lain).

Dari sisi efektivitas promosi/informasi yang diberikan operator kepada responden Three mengenai tarif dan prosedur/cara penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang tersedia, seperti yang terlihat pada tabel 1.59 pada lampiran 1, didapatkan hasil sebagai berikut, dimana tidak ada responden yang menyatakan informasi yang diberikan melalui promosi yang ada sangat tidak efektif, 23.50 % responden menyatakan kurang efektif, 23.50 % responden bersikap ragu – ragu, 41.20 % responden menyatakan efektif, dan hanya 11.80 % responden yang menyatakan informasi yang diperoleh dari promosi sudah sangat efektif. Berdasarkan perhitungan secara crosstabulation seperti yang tertera pada tabel 1.60 lampiran 1, media yang paling efektif dalam hal penyampaian informasi tentang tariff aplikasi dan layanan 3G serta prosedur penggunaannya adalah website operator, media elektronik, lalu media cetak, dan yang terakhir adalah promosi lainnya.

4.5 Korelasi antara pengetahuan responden tentang 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Pada bagian ini akan diteliti antara beberapa subvariabel dari pengetahuan responden tentang 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan melalui jaringan 3G. Subvariabel yang diteliti adalah mengenai intensitas responden dalam mendengar 3G, pengetahuan responden mengenai kelebihan dari teknologi jaringan 3G, pengetahuan akan berbagai aplikasi dan layanan 3G secara umum, serta efektivitas promosi ataupun informasi yang memberikan pengetahuan kepada pelanggan mengenai tarif dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui jaringan 3G.

4.5.1 Output Pengujian Korelasi Pada Responden Telkomsel

- Korelasi intensitas mendengar 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.31 lampiran B, koefisien korelasi sebesar 0.500 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pengetahuan responden tentang kelebihan teknologi 3G & Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.31 lampiran B, koefisien korelasi sebesar 0.560 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pengetahuan aplikasi dan layanan 3G dengan Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.31 lampiran B, koefisien korelasi sebesar 0.563 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara efektivitas info tariff (pengetahuan konsumen tentang tariff dan prosedur penggunaan) dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.31 lampiran B, koefisien korelasi sebesar 0.392 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

Dari hasil analisis korelasi yang telah dilakukan, peringkat hubungan terkuat berdasarkan koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan aplikasi dan layanan 3G memiliki koefisien korelasi terbesar sebesar 0.563 dengan arah hubungan yang positif.
2. Pengetahuan akan kelebihan teknologi jaringan 3G memiliki koefisien korelasi sebesar 0.560 dengan arah hubungan yang positif
3. Intensitas mendengar tentang 3G memiliki koefisien korelasi sebesar 0.500 dengan arah hubungan positif
4. Efektivitas informasi akan tarif dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan (pengetahuan konsumen tentang tariff dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan) memiliki koefisien korelasi sebesar 0.392 dengan arah hubungan positif

4.5.2 Output Pengujian Korelasi Pada Responden Excelcomindo

- Korelasi intensitas mendengar 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.32 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.259 dengan taraf signifikansi sebesar $0.027 < 0.05$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pengetahuan responden tentang kelebihan teknologi 3G & Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.32 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.444 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pengetahuan aplikasi dan layanan 3G dengan Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.32 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.390 dengan taraf signifikansi sebesar $0.001 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara efektivitas informasi tariff dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.32 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.224 dengan taraf signifikansi sebesar $0.059 < 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

Dari hasil analisis korelasi yang telah dilakukan, peringkat hubungan terkuat berdasarkan koefisien korelasi adalah pada variabel pengetahuan responden tentang kelebihan teknologi jaringan 3G.

4.5.3 Output Pengujian Korelasi Pada Responden Indosat

- Korelasi intensitas mendengar 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.33 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.264 dengan taraf signifikansi sebesar $0.001 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pengetahuan responden tentang kelebihan teknologi 3G & Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.33 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.363 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 <$

0.01, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pengetahuan aplikasi dan layanan 3G dengan Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.33 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.451 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara efektivitas info promosi dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.33 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.170 dengan taraf signifikansi sebesar $0.038 < 0.05$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan yang lemah dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

Dari hasil interpretasi data yang ada, maka dapat diamati bahwa pada variabel pengetahuan responden tentang 3G yang memiliki koefisien korelasi dalam menentukan keeratan hubungan terkuat adalah pada variabel pengetahuan responden tentang berbagai aplikasi dan layanan 3G, kemudian diikuti oleh pengetahuan responden mengenai kelebihan teknologi jaringan 3G.

4.5.4 Output Pengujian Korelasi Pada Responden NTS (AXIS)

- Korelasi intensitas mendengar 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.34 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar (-) 0.178 dengan taraf signifikansi sebesar $0.510 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara pengetahuan responden tentang kelebihan teknologi 3G & Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.34 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.574 dengan taraf signifikansi sebesar $0.020 < 0.05$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara pengetahuan aplikasi dan layanan 3G dengan Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.34 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.534 dengan taraf signifikansi sebesar $0.033 < 0.05$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara efektivitas info tariff dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.34 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.651 dengan taraf signifikansi sebesar $0.006 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

Dari hasil analisis korelasi yang telah dilakukan, peringkat hubungan terkuat berdasarkan koefisien korelasi adalah efektivitas informasi akan tarif dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan 3G, lalu pengetahuan responden tentang kelebihan teknologi jaringan 3G.

4.5.5 Output Pengujian Korelasi Pada Responden Three (3)

- Korelasi intensitas mendengar 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.35 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.060 dengan taraf signifikansi sebesar $0.819 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara pengetahuan responden tentang kelebihan teknologi 3G & Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.35 lampiran B, koefisien korelasi sebesar 0.132 dengan taraf signifikansi sebesar $0.614 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara pengetahuan aplikasi dan layanan 3G dengan Intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.35 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.652 dengan taraf signifikansi sebesar $0.005 < 0.01$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan positif yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

- Korelasi antara efektivitas info promosi dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan seperti yang terlampir pada tabel 2.35 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.387 dengan taraf signifikansi sebesar $0.125 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

Dari hasil pengujian korelasi tersebut diatas, dapat ditemukan bahwa pada variabel dari faktor pengetahuan responden tentang 3G, hanya variabel pengetahuan responden mengenai aplikasi dan layanan 3G secara umum saja yang memiliki

hubungan dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G. Adapun sifat hubungan tersebut memiliki tingkat keeratan yang kuat serta signifikan.

4.6 Analisis Deskriptif Persepsi Responden

Pada survey yang dilakukan terhadap responden, ada beberapa item pertanyaan untuk mengukur atau mengetahui persepsi secara umum dari responden yang merupakan pelanggan seluler GSM baik yang menggunakan aplikasi dan layanan multimedia melalui jaringan 3G ataupun pelanggan yang tidak pernah menggunakannya. Pertanyaan mengenai persepsi responden dibagi atas beberapa hal yang terkait dengan persepsi terhadap harga perangkat maupun tarif dari aplikasi dan layanan, serta manfaat dari perangkat serta jenis-jenis layanan yang dapat diakses via jaringan 3G

4.6.1 Persepsi Responden Operator Telkomsel

Dalam hal harga perangkat 3G, baik berupa handset 3G maupun modem 3G/3.5G, dari hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel 1.61 yang tertera pada lampiran 1 (dengan 6 data yang hilang), didapatkan hasil bahwa sebesar 76.3 % responden menyatakan harga perangkat 3G masih terbilang mahal 7.19 % responden bersikap ragu – ragu, dan sisanya tidak menyetujui hal tersebut.

Dalam hal persepsi terhadap aspek manfaat penggunaan perangkat, untuk handset 3G, dari hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel 1.61 yang tertera pada lampiran 1 (dengan 5 data yang hilang), didapatkan hasil bahwa sebesar 67.8 % responden menganggap adanya segi manfaat, responden yang bersikap ragu – ragu sebesar 8.7 %, sedangkan yang tidak setuju hanya sebesar 26.5 %. Dalam hal manfaat perangkat modem 3G/3.5G, 15.6 % responden menyatakan tidak adanya segi manfaat dalam kepemilikan modem usb wireless 3G/3.5G, 8.7 % bersikap ragu-ragu, dan sekitar 75.8 % responden menganggap adanya segi manfaat pada perangkat tersebut. Artinya modem usb wireless 3G/3.5G memiliki aspek manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan perangkat handset dengan kemampuan 3G.

Dalam hal persepsi responden terhadap aspek manfaat dari aplikasi dan layanan 3G secara umum, seperti yang ditampilkan pada tabel 1.61 yang tertera pada lampiran 1, sekitar 73.60 % responden dalam penelitian ini yang menyetujui bahwa aplikasi dan layanan 3G secara umum membawa manfaat dalam menunjang aktivitas telekomunikasi sehari-hari. Jenis aplikasi dan layanan yang paling bermanfaat menurut responden adalah akses internet, lalu video call, kemudian disusul oleh download content.

Untuk persepsi terhadap harga layanan, berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, menurut responden Telkomsel jenis aplikasi dan layanan termahal ditempati oleh mobile video, lalu mobile TV, disusul oleh video call, akses internet, video sms, dan terakhir atau yang termurah adalah download content.

4.6.2 Persepsi Responden Operator Excelcomindo (XL)

Dalam hal harga perangkat 3G, baik berupa handset 3G maupun modem 3G/3.5G, dari hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel 1.62 yang tertera pada lampiran 1 (dengan 3 data yang hilang), didapatkan hasil bahwa sebesar 72.85 % responden menganggap harga perangkat 3G/3.5G masih mahal.

Dalam hal persepsi terhadap aspek manfaat penggunaan perangkat, untuk handset 3G, dari hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel 1.62 yang tertera pada lampiran 1 (dengan 1 data yang hilang), didapatkan hasil bahwa responden yang menyetujui dengan taraf pernyataan setuju dan sangat setuju terhadap aspek manfaat dari handset 3G sebesar 79.17 %. Dalam hal manfaat perangkat modem 3G/3.5G (dengan 2 data yang hilang), 73.3 % responden menyatakan adanya aspek manfaat dari modem usb wireless 3G/3.5G. Artinya menurut responden XL, handset 3G lebih bermanfaat dibandingkan modem usbwireless 3G/3.5G.

Dalam hal persepsi responden terhadap aspek manfaat dari aplikasi dan layanan 3G secara umum, seperti yang ditampilkan pada tabel 1.62 yang tertera pada

lampiran 1, 71.80 % responden XL menganggap aplikasi dan layanan 3G membawa manfaat dalam menunjang aktivitas telekomunikasi sehari – hari,. Artinya mayoritas responden XL dalam penelitian ini bersikap positif terhadap aspek manfaat dari aplikasi dan layanan yang dapat dihadirkan melalui teknologi jaringan 3G. Dari hasil perhitungan yang dilakukan secara peringkat, diperoleh hasil mengenai peringkat manfaat dari aplikasi dan layanan 3G responden XL sebagai berikut, yakni aplikasi dan layanan yang paling bermanfaat diduduki oleh akses internet, lalu download berbagai content, video call, mobile tv, mobile video, dan peringkat terakhir adalah video sms.

Untuk persepsi terhadap harga layanan, berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, menurut responden XL jenis aplikasi dan layanan termahal ditempati oleh video call, lalu mobile video, mobile tv, disusul oleh akses internet via modem usb 3G/3.5G, kemudian download content, dan yang terakhir adalah video sms dan akses internet via handset 3G.

4.6.3 Persepsi Responden Operator Indosat

Dari hasil pengolahan data yang terlampir pada tabel 1.63 yang tertera pada lampiran 1 (dengan 1 data yang hilang), diperoleh hasil bahwa responden yang menganggap harga perangkat 3G masih mahal sebesar 70.4 % yang terdiri dari responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju.

Dari hasil pengolahan data terlampir pada tabel 1.63 yang tertera pada lampiran 1 (dengan 1 data yang hilang), sekitar 61 % responden menganggap handset dengan kemampuan 3G sebenarnya memberikan manfaat dalam menunjang aktivitas telekomunikasi sehari – hari, untuk perangkat modem 3G/3.5G, sebesar 64.5 % responden menganggap modem usb wireless 3G/3.5G yang diperuntukkan dalam hal akses internet nirkabel sangat bermanfaat,

Dari hasil perhitungan yang dilakukan secara peringkat, diperoleh hasil mengenai peringkat manfaat dari aplikasi dan layanan 3G responden Indosat, akses internet, download content serta video call merupakan tiga aplikasi dan layanan tertinggi yang dianggap bermanfaat bagi konsumen.

Dari data – data yang ada didapatkan hasil bahwa urutan aplikasi dan layanan dari yang paling mahal menurut persepsi responden Indosat pada penelitian ini diurutkan sebagai berikut: video call, mobile video, mobile tv, video sms, download content, akses internet via modem usb wireless 3G/3.5G dan akses internet via handset 3G.

4.6.4 Persepsi Responden Operator Natrindo Telepon Seluler (AXIS)

Dari hasil pengolahan data dapat diamati pada tabel 1.64 lampiran 1, bahwa 18.75 % responden tidak menganggap harga perangkat 3G/3.5G terbilang mahal, 37.5 % bersikap ragu-ragu, hal tersebut dikarenakan mereka tidak mengetahui harga perangkat 3G/3.5G yang berada di pasaran ataupun mereka mengatakan hal tersebut bersifat relative. Sebesar 43.75 % responden menganggap harga perangkat 3G/3.5G masih mahal.

Dari hasil pengolahan data yang tertera pada tabel 1.64 lampiran 1, didapatkan bahwa responden Natrindo Telepon Seluler yang menyatakan bahwa handset dengan teknologi 3G bermanfaat sebesar 81.25 %, artinya mayoritas responden Natrindo Telepon Seluler pada penelitian ini menganggap handset dengan kemampuan 3G cukup memberikan manfaat. Untuk perangkat modem usb wireless 3G/3.5G sekitar 75 % responden menganggap adanya segi manfaat terhadap perangkat tersebut. Artinya handset 3G lebih bermanfaat bagi responden AXIS dibandingkan dengan modem usb wireless 3G/3.5G.

Dari pengolahan data yang tertera pada tabel 1.64 lampiran 1, didapatkan bahwa 50 % responden menganggap layanan 3G secara umum sebenarnya memberikan manfaat, 6.25 % responden saja yang menganggap tidak bermanfaat. Sisanya bersikap ragu – ragu, hal tersebut dikarenakan bagi mereka tidak semua jenis aplikasi dan layanan yang ada cukup bermanfaat, ataupun mereka kurang mengetahui fungsi dari layanan yang ada. Menurut responden Natrindo Telepon Seluler (AXIS) jenis aplikasi dan layanan yang paling bermanfaat berdasarkan urutannya adalah

sebagai berikut : akses internet baik via handset 3G maupun modem usb wireless 3G/3.5G, download content, video call, mobile video, mobile tv, video sms.

Dari data – data yang ada didapatkan hasil bahwa urutan aplikasi dan layanan dari yang paling mahal menurut persepsi responden diurutkan sebagai berikut : Akses internet via hp/handset 3G, lalu Mobile TV, mobile video, download content, akses internet via modem usb wireless 3G/ 3.5G memiliki persentase yang sama, terakhir adalah video call dan video sms memiliki persentase yang sama

4.6.5 Persepsi Responden Operator Three (3)

Dari hasil pengolahan data seperti yang tertera pada tabel 1.65 lampiran 1, didapatkan bahwa sebesar 64.70 % responden menganggap harga perangkat 3G/3.5G masih mahal.

Dari hasil pengolahan data seperti yang tertera pada tabel 1.65 lampiran 1, didapatkan bahwa seluruh responden Three pada penelitian ini menyatakan bahwa handset dengan teknologi 3G memiliki aspek manfaat dalam mendukung aktivitas telekomunikasi sehari – hari. Untuk perangkat modem usb wireless 3G/3.5G untuk akses internet, sekitar 64.70 % responden menganggap adanya segi manfaat terhadap perangkat tersebut.

Dari hasil pengolahan data seperti yang tertera pada tabel 1.65 lampiran 1, didapatkan bahwa 76.50 % responden menganggap layanan 3G secara umum sebenarnya memberikan manfaat, 5.90 % responden saja yang menganggap tidak bermanfaat. Sisanya bersikap ragu – ragu, hal tersebut dikarenakan bagi mereka tidak semua jenis aplikasi dan layanan yang ada cukup bermanfaat, ataupun mereka kurang mengetahui fungsi dari layanan yang ada.

Dari data – data yang ada didapatkan hasil bahwa urutan aplikasi dan layanan dari yang paling mahal diurutkan sebagai berikut: video call dan download content, akses internet via hp 3G dan modem usb wireless 3G/3.5G, mobile video, video sms, mobile tv.

4.7 Pengujian Korelasi Pada Persepsi Responden

Dalam hal ini, pengujian korelasi antara faktor persepsi konsumen dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G hanya dilakukan pada variabel persepsi harga perangkat 3G, dan persepsi manfaat dari aplikasi dan layanan 3G secara umum.

4.7.1 Pengujian Korelasi Persepsi Responden Operator Telkomsel

- korelasi antara persepsi harga perangkat dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Pada variabel persepsi konsumen mengenai persepsi harga perangkat 3G, berdasarkan tabel 2.36 lampiran 2 ternyata memiliki hubungan negative sebesar (-) 0.130 dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G pada pelanggan Telkomsel. akan tetapi kekuatan hubungannya sangat lemah dan tidak signifikan, sehingga H_0 diterima, dan H_1 ditolak

- korelasi antara persepsi manfaat aplikasi dan layanan 3G secara umum dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari data berdasarkan tabel 2.36 lampiran 2, terlihat koefisien korelasi sebesar 0.476 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, yang artinya terdapat hubungan positif yang cukup dan signifikan antara responden yang menganggap layanan 3G bermanfaat dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G tersebut. Maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima.

4.7.2 Pengujian Korelasi Persepsi Responden Operator Excelcomindo (XL)

- Korelasi antara persepsi harga perangkat 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan data yang tertera pada tabel 2.37 lampiran 2, didapatkan koefisien korelasi sebesar (-) 0.156 dengan taraf signifikansi $0.198 > 0.05$, hubungan tidak signifikan. Maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara manfaat aplikasi dan layanan 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Dari hasil pengolahan yang tertera pada tabel 2.37 lampiran 2, didapatkan koefisien korelasi sebesar 0.401 dengan taraf signifikansi sebesar $0.001 < 0.01$. Maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang cukup antara responden yang menganggap aplikasi dan layanan 3G bermanfaat dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G, dan hubungan kedua variabel tersebut signifikan.

Dari variabel persepsi konsumen, hubungan yang memiliki keeratan berdasarkan koefisien korelasi tertinggi adalah pada sub variabel manfaat aplikasi dan layanan 3G, artinya XL harus lebih memperkenalkan aspek manfaat dari aplikasi dan layanan 3G yang disediakan oleh operator tersebut kepada konsumennya. Karena bila konsumen menganggap aplikasi dan layanan yang ada bermanfaat, mereka akan lebih sering lagi dalam menggunakan aplikasi dan layanan yang tersedia.

4.7.3 Pengujian Korelasi Persepsi Responden Operator Indosat

- Berdasarkan tabel 2.38 lampiran 2, antara persepsi konsumen tentang mahalnya harga perangkat 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G memiliki koefisien korelasi (-) 0.064 dengan taraf signifikansi sebesar $0.433 < 0.05$, hubungan tidak signifikan, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.
- Berdasarkan tabel 2.38 lampiran 2, antara persepsi konsumen tentang aspek manfaat dari aplikasi dan layanan 3G dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G dihasilkan koefisien korelasi sebesar 0.354 dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan positif yang cukup dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Responden yang menganggap aplikasi dan layanan 3G secara umum

memberikan aspek manfaat, cenderung memiliki tingkat intensitas yang lebih besar dalam penggunaan aplikasi dan layanan 3G.

4.7.4 Pengujian Korelasi Persepsi Responden Operator NTS (AXIS)

- korelasi antara persepsi harga perangkat dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Berdasarkan tabel 2.39 lampiran 2, pada variabel persepsi konsumen mengenai persepsi harga perangkat 3G, ternyata memiliki hubungan negative sebesar (-) 0.425 dengan taraf signifikansi sebesar $0.101 > 0.05$ menunjukkan hubungan tidak signifikan. Maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- korelasi antara persepsi manfaat aplikasi dan layanan secara umum dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Berdasarkan tabel 2.39 lampiran 2, didapatkan koefisien korelasi sebesar 0.599 dengan taraf signifikansi sebesar $0.014 < 0.05$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan positif yang kuat keeratannya dan signifikan antara responden yang menganggap layanan 3G bermanfaat dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G tersebut.

4.7.5 Pengujian Korelasi Persepsi Responden Operator Three (3)

- korelasi antara persepsi harga perangkat dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Berdasarkan tabel 2.40 lampiran 2, pada variabel persepsi konsumen mengenai persepsi harga perangkat 3G, ternyata memiliki hubungan negative sebesar (-) 0.077 dengan taraf signifikansi sebesar $0.769 > 0.05$ menunjukkan hubungan tidak signifikan. Maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

- Korelasi antara persepsi manfaat aplikasi dan layanan secara umum dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G

Berdasarkan tabel 2.40 lampiran 2, koefisien korelasi sebesar 0.036 dengan taraf signifikansi sebesar $0.891 > 0.05$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

4.8 Penggunaan Aplikasi dan Layanan 3G

- Dari 120 responden dengan operator Telkomsel, dengan 1 responden tidak mengisi intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G (missing), responden yang menggunakan aplikasi dan layanan 3G baik dalam skala intensitas sesekali, jarang , sering, ataupun sangat sering sejumlah 89 orang responden
- Dari 73 responden dengan operator XL, responden yang menggunakan aplikasi dan layanan 3G baik dalam skala intensitas sesekali, jarang , sering, ataupun sangat sering sejumlah 63 orang responden.
- Dari 153 responden Indosat yang disurvei, 128 orang responden menggunakan aplikasi dan layanan 3G dengan skala intensitas yang berbeda – beda, dimulai dari yang tingkat penggunaannya sesekali hingga sangat sering.
- Dari 16 responden dengan operator Natrindo Telepon Seluler (AXIS), responden yang menggunakan aplikasi dan layanan 3G baik dalam skala intensitas sesekali, jarang , sering, ataupun sangat sering sejumlah 13 orang responden
- Dari 17 responden dengan operator Three (3), responden yang menggunakan aplikasi dan layanan 3G baik dalam skala intensitas sesekali, jarang , sering, ataupun sangat sering sejumlah 17 orang responden.
- Jenis aplikasi dan layanan yang paling banyak diakses oleh responden kelima operator tersebut diatas adalah sebagai berikut : Akses internet, video call, download content

4.9 Kepuasan Pelanggan

Dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan operator dalam hal penggunaan akses berbagai aplikasi dan layanan melalui teknologi jaringan 3G, pada penelitian ini digunakan beberapa variabel pengukuran, diantaranya adalah variabel tarif akses aplikasi dan layanan melalui jaringan 3G, transparansi tarif yang diberlakukan oleh operator, kondisi sinyal 3G yang tersedia pada perangkat baik pada handset 3G ataupun modem usb wireless 3G / 3.5 G, keberhasilan operator dalam menangani blankspot, kecepatan akses yang terealisasi pada teknologi jaringan 3G, pelayanan operator dalam menangani keluhan pelanggan, serta kecepatan dan ketanggapan operator dalam pemulihan gangguan teknis yang ada.

Adapun pengukuran tingkat kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan metode atau teknik gap analysis dan tingkat kepuasan berdasarkan customer satisfaction index.

Gap analysis dilakukan untuk mengetahui hingga sejauh mana perbedaan antara harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan operator dengan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Adapun dasar perhitungan yang ada dilakukan dengan cara mencari nilai rerata tingkat kepuasan pelanggan. Bila nilai rerata harapan pelanggan lebih rendah jika dibandingkan dengan rerata tingkat kepuasan yang dirasakan, maka hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penyelenggaraan telekomunikasi telah mampu memenuhi dan memuaskan harapan pelanggan. Namun, apabila yang terjadi sebaliknya, maka hal tersebut mengindikasikan perlu adanya perbaikan oleh operator untuk memenuhi harapan pelanggan.

Customer satisfaction index digunakan untuk mengetahui keadaan tingkat kepuasan pelanggan suatu operator, dalam hal ini responden yang disurvei, yang hasilnya diukur serta dibandingkan dengan parameter – parameter berupa persentase berdasarkan standar customer satisfaction index.

4.9.1 Kepuasan Pelanggan 3G Operator Telkomsel

Berdasarkan perhitungan atau pengolahan data yang telah dilakukan dengan metode gap analisis pada pelanggan maupun pengguna 3G dari operator Telkomsel, didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.1 yang tertera pada lampiran 3. Adapun hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut.

- Pada variabel besaran tarif (rata – rata tarif yang diberlakukan dalam mengakses aplikasi dan layanan melalui teknologi jaringan 3G) memiliki gap sebesar (-) 1.5921 antara tingkat kepuasan yang dirasakan dengan tingkat harapan responden.
- Pada variabel transparansi tarif memiliki gap sebesar (-) 1.1842 antara tingkat kepuasan yang dirasakan dengan tingkat harapan responden.
- Pada variabel kondisi sinyal (kekuatan sinyal pada perangkat) memiliki gap sebesar (-) 1.1710 antara tingkat kepuasan yang dirasakan dengan tingkat harapan responden.
- Pada variabel seputar blankspot (keberhasilan operator dalam menangani blankspot) memiliki gap sebesar (-) 1.5623 antara tingkat kepuasan yang dirasakan dengan tingkat harapan responden.
- Pada variabel kecepatan akses yang terealisasi pada teknologi jaringan 3G memiliki gap sebesar (-) 1.3553 antara tingkat kepuasan yang dirasakan dengan tingkat harapan responden.
- Pada variabel pelayanan pelanggan (respon petugas dalam menangani keluhan pelanggan) memiliki gap sebesar (-) 0.6316 antara tingkat kepuasan yang dirasakan dengan tingkat harapan responden.
- Pada variabel penanganan gangguan teknis (kecepatan dan ketanggapan petugas dalam pemulihan gangguan teknis yang terjadi) memiliki gap sebesar

(-) 0.9737 antara tingkat kepuasan yang dirasakan dengan tingkat harapan responden.

Dari hasil perhitungan yang dilakukan melalui Gap analysis berdasarkan penelitian ini dapat diamati bahwa kepuasan pelanggan operator Telkomsel belum memenuhi harapan. Hal tersebut terlihat dengan masih besarnya gap yang terjadi antara kepuasan dan harapan pelanggan. Dari ketujuh variabel yang dinilai, hanya respon dalam menangani keluhan pelanggan dan kecepatan petugas operator dalam menangani keluhan dan gangguan teknis saja yang memiliki gap kurang dari 1, hal itu pun masih terbilang tinggi dimana gap yang terjadi adalah antara kisaran 0.5 hingga 1. Pada variabel yang lain nilainya masih melebihi 1, dan gap tertinggi berada pada variabel besaran tarif (rata – rata tarif yang diberlakukan untuk mengakses aplikasi dan layanan multimedia melalui jaringan 3G), kemudian keberhasilan operator dalam menangani blankspot, lalu diikuti dengan kecepatan akses yang terealisasi dalam melakukan akses aplikasi dan layanan melalui jaringan 3G.

Berdasarkan perhitungan dan pengolahan data yang telah dilakukan dengan mengacu pada standar customer satisfaction index, didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.2 yang tertera pada lampiran 3. Adapun rata – rata weight average yang diperoleh dari total weight score pelanggan ataupun pengguna 3G Telkomsel sebesar 2.9012.

$$\text{Satisfaction index} = (2.9012 : 5) \times 100 \%$$

$$\text{Satisfaction index} = 58.024 \%$$

Dengan acuan yang ada pada tabel customer satisfaction index pada bab sebelumnya, indeks kepuasan pelanggan 3G dari operator Telkomsel sebesar 58.024 % berada pada kondisi very poor. Artinya Telkomsel masih sangat perlu mengadakan perbaikan – perbaikan terhadap beberapa faktor diatas untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggannya.

4.9.2 Kepuasan pelanggan 3G operator Excelcomindo (XL)

Berdasarkan perhitungan atau pengolahan data yang telah dilakukan dengan metode gap analisis pada pelanggan maupun pengguna 3G dari operator Excelcomindo (XL), didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.3 yang tertera pada lampiran 3.

Dari hasil perhitungan yang dilakukan melalui Gap analysis berdasarkan penelitian ini dapat diamati bahwa kepuasan pelanggan operator Excelcomindo (XL) belum memenuhi harapan. Hal tersebut terlihat dengan masih besarnya gap yang terjadi antara kepuasan dan harapan pelanggan. Dari ketujuh variabel yang dinilai, kepuasan seputar kecepatan akses menjadi permasalahan terbesar. Hal ini terlihat dari paling besarnya gap yang terlalu mencolok di antara variabel yang lain. Kemudian permasalahan seputar blankspot sinyal 3G, tarif akses, serta kecepatan penanganan seputar masalah teknis yang terjadi juga memiliki gap yang besar, yaitu lebih dari 1, sehingga hal – hal tersebut harus dijadikan perhatian oleh XL dalam melakukan perbaikan – perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan 3G yang ada.

Berdasarkan perhitungan dan pengolahan data yang telah dilakukan dengan mengacu pada standar customer satisfaction index, didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.4 yang tertera pada lampiran 3. Adapun rata – rata weight average yang diperoleh dari total weight score pelanggan ataupun pengguna 3G operator Excelcomindo (XL) yakni sebesar 3.0228.

$$\text{Satisfaction index} = (3.0228 : 5) \times 100 \%$$

$$\text{Satisfaction index} = 60.46 \%$$

Dengan acuan yang ada pada tabel customer satisfaction index pada bab sebelumnya, indeks kepuasan pelanggan 3G dari operator Excelcomindo (XL) sebesar 60.46 % berada pada kondisi very poor. Artinya XL masih sangat perlu mengadakan perbaikan – perbaikan terhadap beberapa faktor yang diperlukan untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan 3G operator tersebut.

4.9.3 Kepuasan Pelanggan 3G Operator Indosat

Berdasarkan perhitungan atau pengolahan data yang telah dilakukan dengan metode gap analisis pada pelanggan maupun pengguna 3G dari operator Indosat, didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.5 yang tertera pada lampiran 3. Adapun informasi yang didapatkan bahwa kepuasan pelanggan operator Indosat belum memenuhi harapan. Hal tersebut terlihat dengan masih besarnya gap yang terjadi antara kepuasan dan harapan pelanggan. Dari ketujuh variabel yang dinilai, permasalahan seputar blankspot menjadi permasalahan utama dalam hal kepuasan pelanggan Indosat. Hal ini dapat diamati dengan begitu besarnya gap yang terjadi diantara kepuasan dan harapan konsumen Indosat. Gap terbesar kedua terjadi pada hal realisasi kecepatan akses, pelanggan merasa bahwa kecepatan akses yang terealisasi pada penggunaan akses aplikasi dan layanan melalui jaringan 3G masih sangat tidak memuaskan dan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Lalu, permasalahan seputar tarif, konsumen menganggap tarif yang diberlakukan untuk mengakses aplikasi dan layanan melalui jaringan 3G masih sangat mahal. Oleh sebab itu, Indosat sangat perlu untuk lebih memfokuskan perhatian utama pada ketiga hal tersebut, karena ketiga hal tersebut menjadi permasalahan utama yang cukup serius menurut pelanggan dan pengguna 3G Indosat.

Berdasarkan perhitungan dan pengolahan data yang telah dilakukan dengan mengacu pada standar customer satisfaction index, didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.6 yang tertera pada lampiran 3. Adapun rata – rata weight average yang diperoleh dari total weight score pelanggan ataupun pengguna 3G operator Indosat yakni sebesar 2.9562.

$$\text{Satisfaction index} = (2.9562 : 5) \times 100 \%$$

$$\text{Satisfaction index} = 59.12 \%$$

Dengan acuan yang ada pada tabel customer satisfaction index pada bab sebelumnya, indeks kepuasan pelanggan 3G dari operator Indosat sebesar 59.12 % berada pada kondisi very poor. Artinya Indosat masih sangat perlu mengadakan

perbaikan – perbaikan terhadap beberapa faktor yang diperlukan untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan 3G operator tersebut.

4.9.4 Kepuasan Pelanggan 3G Operator Natrindo Telepon Seluler (AXIS)

Berdasarkan perhitungan atau pengolahan data yang telah dilakukan dengan metode gap analisis pada pelanggan maupun pengguna 3G dari operator Natrindo Telepon Seluler (AXIS), didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.7 yang tertera pada lampiran 3. Adapun informasi yang didapatkan adalah kepuasan pelanggan operator Natrindo Telepon Seluler juga belum memenuhi harapan. Hal tersebut terlihat dengan masih besarnya gap yang terjadi antara kepuasan dan harapan pelanggan. Dari ketujuh variabel yang dinilai, permasalahan seputar blankspot menjadi permasalahan utama dalam hal kepuasan pelanggan Natrindo Telepon Seluler. Hal ini dapat diamati dengan begitu besarnya gap yang terjadi diantara variabel – variabel yang lain. Gap terbesar kedua terjadi pada hal realisasi kecepatan akses, pelanggan merasa bahwa kecepatan akses yang terealisasi pada penggunaan akses aplikasi dan layanan melalui jaringan 3G masih sangat tidak memuaskan. Lalu, permasalahan seputar masih mahalnya anggapan konsumen mengenai tarif yang diberlakukan, dimana masih belum sesuai dengan harapan mereka, sehingga Natrindo Telepon Seluler perlu untuk melakukan perbaikan dalam hal – hal tersebut diatas demi untuk memenuhi dan meningkatkan kepuasan pelanggan ataupun pengguna aplikasi dan layanan melalui jaringan 3G operator ini.

Berdasarkan perhitungan dan pengolahan data yang telah dilakukan dengan mengacu pada standar customer satisfaction index, didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.8 yang tertera pada lampiran 3. Adapun rata – rata weight average yang diperoleh dari total weight score pelanggan ataupun pengguna 3G operator Natrindo Telepon Seluler (AXIS) yakni sebesar 3.1038.

$$\text{Satisfaction index} = (3.1038 : 5) \times 100 \%$$

$$\text{Satisfaction index} = 62.08 \%$$

Dengan acuan yang ada pada tabel customer satisfaction index pada bab sebelumnya, indeks kepuasan pelanggan 3G dari operator Natrindo Telepon Seluler sebesar 62.08 % juga berada pada kondisi very poor. Artinya Natrindo Telepon Seluler (AXIS) masih sangat perlu mengadakan perbaikan – perbaikan terhadap beberapa faktor yang diperlukan untuk meningkatkan indeks kepuasan pelanggannya.

4.9.5 Kepuasan Pelanggan 3G Operator Three (3)

Berdasarkan perhitungan atau pengolahan data yang telah dilakukan dengan metode gap analysis pada pelanggan maupun pengguna 3G dari operator Three (3), didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.9 yang tertera pada lampiran 3. Adapun informasi yang didapatkan adalah ketujuh variabel yang dinilai memiliki gap yang sangat besar antara harapan pelanggan dan kepuasan yang dirasakan, yakni lebih besar dari 1. Artinya operator Three (3) masih belum mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan maupun pengguna aplikasi dan layanan 3G operator tersebut. Dari hasil yang ada, didapatkan nilai gap tertinggi berada pada variabel besaran tarif, lalu diikuti oleh keberhasilan operator dalam menangani blankspot, kemudian permasalahan seputar kecepatan akses dan penanganan dalam pemulihan gangguan teknis.

Berdasarkan perhitungan dan pengolahan data yang telah dilakukan dengan mengacu pada standar customer satisfaction index, didapatkan output seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.10 yang tertera pada lampiran 3. Adapun rata – rata weight average yang diperoleh dari total weight score pelanggan ataupun pengguna 3G operator Three (3) yakni sebesar 2.8916.

$$\text{Satisfaction index} = (2.8916 : 5) \times 100 \%$$

$$\text{Satisfaction index} = 57.83 \%$$

Dengan acuan yang ada pada tabel customer satisfaction index pada bab sebelumnya, indeks kepuasan pelanggan 3G dari operator Three (3) sebesar 57.83 % juga berada pada kondisi very poor. Artinya operator Three (3) sangat perlu untuk

memperbaiki faktor – faktor yang menjadi permasalahan pelanggannya, agar dapat meningkatkan indeks kepuasan pelanggannya menjadi lebih baik

4.10 Contoh Implementasi Hasil Penelitian Pada Salah Satu Operator

(Telkomsel)

Pada proses pemasaran, diperlukan strategi – strategi yang tepat dalam menunjang keberhasilan pasar sebuah produk. Penentuan faktor – faktor yang berpengaruh dari sisi konsumen dalam menggunakan sebuah produk sangat perlu untuk diamati serta dievaluasi. Hal tersebut dikarenakan, faktor – faktor yang ada dapat digunakan untuk proses penentuan strategi pemasaran dan evaluasi segmentasi pasar sebuah produk.

Dari hasil penelitian ini, maka sebaiknya Telkomsel perlu untuk memfokuskan segmentasi pasar 3G kepada konsumen mereka yang memiliki anggaran belanja pulsa telekomunikasi dan pendapatan perbulan besar, yang dapat diasumsikan sebagai konsumen kalangan menengah keatas, berusia muda, dengan jenis pekerjaan pegawai swasta ataupun pegawai negeri sipil.

Selain itu, Telkomsel perlu untuk lebih meningkatkan dalam hal pengenalan jenis aplikasi dan layanan yang disediakan oleh operator ini, serta memberikan informasi yang lebih efektif kepada konsumennya mengenai kelebihan dari teknologi jaringan 3G , mengingat kedua hal tersebut memiliki tingkat keeratan yang kuat dengan intensitas konsumen dalam penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang tersedia. Perbandingan antara responden yang pernah mendengar dengan yang memiliki pengetahuan baik mengenai kelebihan teknologi 3G sebesar 0.69, sedangkan perbandingan antara responden yang pernah mendengar dan mengetahui dengan baik dalam hal aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui teknologi jaringan 3G sebesar 0.700. Artinya pemahaman informasi yang diberikan kepada responden oleh operator ini belum cukup efektif, dan masih perlu untuk ditingkatkan. Dalam hal pengetahuan responden mengenai tariff dan prosedur penggunaan aplikasi dan layanan 3G yang ada, mayoritas responden menyatakan belum efektif informasi

tentang tariff yang diberikan operator. Adapun sumber media yang paling efektif adalah website operator, sedangkan media elektronik berupa tv/radio , dan media cetak masih sangat minim tingkat efektivitasnya, padahal kedua media tersebut merupakan sumber media yang paling banyak dikases oleh konsumen. Sehingga Telkomsel perlu untuk lebih menginformasikan mengenai jenis aplikasi dan layanan yang ada, baik berupa tariff maupun cara penggunaannya melalui kedua media iklan tersebut.

Berdasarkan penelitian ini, jenis aplikasi dan layanan yang paling populer dan paling bermanfaat di kalangan responden Telkomsel adalah jenis aplikasi dan layanan akses internet, video call, serta download content. Untuk jenis layanan lainnya, dapat dikatakan kurang populer dan kurang bermanfaat bagi responden Telkomsel. Dalam hal persepsi konsumen, aspek manfaat akan aplikasi dan layanan memiliki keeratan yang cukup dengan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G, sehingga Telkomsel perlu untuk memfokuskan ketiga aplikasi dan layanan tersebut diatas, disamping memperkenalkan layanan – layanan yang belum familiar di kalangan konsumen. Selain itu untuk jenis aplikasi dan layanan 3G yang paling sering diakses responden adalah juga ketiga layanan tersebut (akses internet, video call, dan download content). Hal tersebut diasumsikan karena ketiga jenis layanan tersebut, merupakan jenis layanan yang paling diketahui dan dirasakan bermanfaat bagi responden Telkomsel. Untuk tariff video call berada di peringkat ketiga berdasarkan urutan jenis layanan yang dianggap masih mahal bagi responden, hal itu mungkin dikarenakan responden tidak mengetahui harga layanan tersebut, ataupun mungkin memangtarif yang diberlakukan masih dianggap mahal oleh responden. Sehingga Telkomsel perlu untuk lebih menginformasikan tariff layanan tersebut, atau menurunkan tariff layanan tersebut, untuk lebih meningkatkan antusiasme konsumen.

Disamping evaluasi segmentasi pasar, evaluasi kepuasan pelanggan pun sangat perlu untuk diperhatikan, disamping untuk mempertahankan pelanggan agar tidak beralih dan harapan akan peningkatan intensitas penggunaan aplikasi dan layanan 3G di kalangan pelanggan 3G Telkomsel. Dalam hal kepuasan pelanggan, hal – hal

utama yang perlu untuk diperhatikan dan diperbaiki oleh Telkomsel adalah permasalahan seputar tariff, kecepatan akses yang terealisasi, permasalahan seputar blankspot. Pelanggan atau pengguna 3G Telkomsel masih merasakan ketidakpuasan terhadap ketiga hal tersebut. Selain itu dikarenakan level kepuasan pelanggan yang ada masih berada di tingkat very poor, Telkomsel dirasakan perlu untuk meningkatkan performa jaringan 3G yang tersedia. Hal itu dikarenakan Telkomsel merupakan operator seluler GSM terbesar di Indonesia, sehingga konsumen Telkomsel pun menuntut atau memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas pelayanan operator ini.

