

## **BAB III**

### **TERPAAN PROMOSI PENJUALAN DAN *BRAND TRUST* DENGAN LOYALITAS PELANGGAN INDOSAT/IM3 OOREDOO**

Bab ini berisi deskripsi hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas serta menyajikan data responden dari kuesioner penelitian terpaan promosi penjualan dan brand trust dengan loyalitas pelanggan Indosat/IM3 Ooredoo. Jumlah sampel penelitian yaitu 60 responden yang berdomisili di Kota Semarang dengan rentang usia 15-64 tahun, menggunakan provider Indosat/IM3 Ooredoo selama 3 bulan terakhir dan mendengar dan/atau melihat iklan atau promosi Indosat/IM3 Ooredoo.

#### **3.1. Uji Instrumen**

##### **3.1.1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan sebuah ukuran yang memperlihatkan sejumlah tingkat keaslian dari instrumen tertentu. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid atau sah jika instrumen tersebut memiliki validitas yang tinggi. Tetapi jika validitasnya rendah, instrumen itu tidak bisa dipakai sebab tidak sah. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui bila terdapat pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011: 52-53).

##### **3.1.1.1. Uji Validitas Item Pertanyaan untuk Terpaan Promosi Penjualan (X1)**

Pada item pernyataan untuk Terpaan Promosi Penjualan variabel (X1), cara pengujianya yaitu membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada tingkat signifikansi 5% untuk  $N=60$ , sehingga diperoleh nilai  $r$  tabel sebesar 0,254 untuk mengetahui hasil perhitungan dan

keputusan item untuk variabel Terpaan Promosi Penjualan variabel (X1), di bawah ini adalah rangkuman berupa tabel uji validitas butir pertanyaan Terpaan Promosi Penjualan variabel (X1).

**Tabel 3.1**  
**Rangkuman Hasil Analisis Keabsahan Angket untuk Uji**  
**Validitas Item Pertanyaan Terpaan Promosi Penjualan**  
**(X1)**

Butir Angket	r hitung	r tabel (N = 60)	Keterangan
1	0,300	0,254	Valid
2	0,369	0,254	Valid
3	0,439	0,254	Valid
4	0,469	0,254	Valid
5	0,352	0,254	Valid
6	0,487	0,254	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari data yang diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Promosi Penjualan variabel (X1) 6 butir soal dinyatakan valid sehingga *field test* penelitian menggunakan 6 butir soal.

#### **3.1.1.2. Uji Validitas Item Pertanyaan untuk Variabel *Brand Trust* (X2)**

Pada item pernyataan untuk variabel *Brand Trust* (X2), cara pengujianya yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5% untuk N=60, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,254 untuk mengetahui hasil perhitungan dan keputusan item untuk variabel *Brand Trust* (X2), di bawah ini adalah rangkuman

berupa tabel uji validitas butir pertanyaan variabel *Brand Trust* (X2).

**Tabel 3.2**  
**Rangkuman Hasil Analisis Keabsahan Angket untuk Uji**  
**Validitas Item Pertanyaan Variabel *Brand Trust* (X2)**

Butir Angket	r hitung	r tabel (N = 60)	Keterangan
1	0,660	0,254	Valid
2	0,635	0,254	Valid
3	0,423	0,254	Valid
4	0,270	0,254	Valid
5	0,306	0,254	Valid
6	0,548	0,254	Valid
7	0,532	0,254	Valid
8	0,558	0,254	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah

Dari data yang diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Brand Trust* (X2) 8 butir soal yang dinyatakan valid sehingga *field test* penelitian menggunakan 8 butir soal.

### 3.1.1.3. Uji Validitas Item Pertanyaan untuk Variabel Loyalitas (Y)

Pada item pernyataan untuk variabel Loyalitas (Y), cara pengujianya yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5% untuk N=60, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,254 untuk mengetahui hasil perhitungan dan keputusan item untuk variabel Loyalitas (Y), di bawah ini adalah rangkuman berupa tabel uji validitas butir pertanyaan variabel Loyalitas (Y).

**Tabel 3.3**  
**Rangkuman Hasil Analisis Keabsahan Angket untuk Uji**  
**Validitas Item Pertanyaan Variabel Loyalitas (Y)**

Butir Angket	r hitung	r tabel (N = 60)	Keterangan
1	0,293	0,254	Valid
2	0,567	0,254	Valid
3	0,631	0,254	Valid
4	0,727	0,254	Valid
5	0,587	0,254	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah

Dari data yang diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Loyalitas (Y) 5 butir soal yang dinyatakan valid sehingga *field test* penelitian hanya menggunakan 5 butir soal.

### 3.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu definisi bahwa suatu instrumen bisa dipercaya untuk diterapkan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Kuisisioner dapat dikategorikan reliabel atau handal apabila suatu jawaban dari pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011: 47). Instrumen yang telah dikatakan reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya. Instumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila diterapkan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama juga.

Penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS version 25.0 untuk menguji reliabilitas dari kuesioner. Alat yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan *reliable*, apabila hasil alpha lebih dari 0,60 dan hasil alpha kurang dari 0,60 dikategorikan tidak *reliable* (Ghozali, 2011: 48). Dari hasil perhitungan program SPSS 25.0 diperoleh nilai r hitung untuk

masing-masing variabel, dibawah ini dapat dilihat tabel rangkuman uji reliabilitas dari masing-masing variabel sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Hitung Uji Reliabilitas Terpaan Promosi Penjualan**  
**(X1)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.672	6

Sumber: Data yang Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan Program SPSS 25.0, diperoleh r hitung sebesar 0,672 pada variabel Terpaan Promosi Penjualan (X1)

**Tabel 3.5**  
**Hasil Hitung Uji Reliabilitas *Brand Trust* (X2)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	8

Sumber: Data yang Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan Program SPSS 25.0, diperoleh r hitung sebesar 0,784 pada variabel *Brand Trust* (X2).

**Tabel 3.6**  
**Hasil Hitung Uji Reliabilitas Loyalitas (Y)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	5

Berdasarkan hasil perhitungan Program SPSS 25.0, diperoleh r hitung sebesar 0,781 pada variabel Loyalitas (Y).

**Tabel 3.7**  
**Rangkuman hasil Analisis Uji Reliabilitas dari Masing-masing**  
**Variabel**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Minimal	Keterangan
Promosi Penjualan (X1)	0,672	0,60	Reliabel
<i>Brand Trust</i> (X2)	0,784	0,60	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,781	0,60	Reliabel

Sumber: Data yang diolah

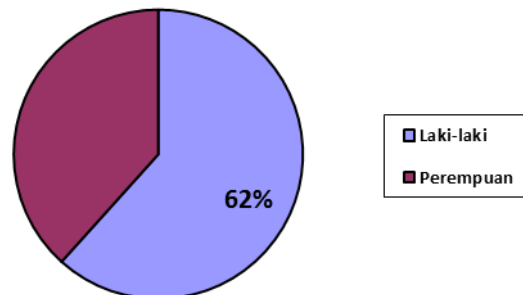
Dari tabel 3.7 dapat disimpulkan untuk item pertanyaan variabel Promosi Penjualan (X1) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,672 sedangkan standar minimal 0,60. Pengujian reliabilitas item Promosi Penjualan (X1) yaitu Cronbach's Alpha  $> 0,60$  ( $0,672 > 0,60$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan variabel Promosi Penjualan (X1) adalah reliabel. Item pernyataan variabel *Brand Trust* (X2) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,784 sedangkan standart minimal 0,60. Pengujian reliabilitas item Interaksi *Brand Trust* (X2) yaitu Cronbach's Alpha  $> 0,60$  ( $0,784 > 0,60$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Interaksi *Brand Trust* (X2) adalah reliabel. Item pernyataan variabel Loyalitas (Y) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,781 sedangkan standart minimal 0,60. Pengujian reliabilitas item Loyalitas (Y) yaitu Cronbach's Alpha  $> 0,60$  ( $0,60 > 0,781$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Loyalitas (Y) adalah reliabel.

### 3.2. Identitas Responden

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan dengan *Googleform* kepada 60 responden dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Berdomisili di Kota Semarang
2. Usia 15-64 tahun
3. Pernah melihat promo Indosat Ooredoo
4. Menggunakan produk Indosat Ooredoo selama lebih dari 3 bulan.

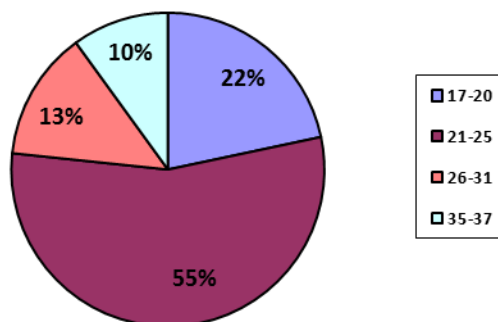
**Diagram 3.1**  
**Jenis Kelamin Responden**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner bagian identitas

Berdasarkan diagram 3.1, responden yang berjenis kelamin laki-laki dalam penelitian ini berjumlah lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 37 orang dengan presentase sebesar 62%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 23 orang dengan presentase 38%.

**Diagram 3.2**  
**Usia Responden**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner bagian identitas

Berdasarkan diagram 3.2, responden yang berusia 21-25 tahun dalam penelitian ini memiliki jumlah yang paling banyak dengan persentase 55%. Sedangkan, responden dengan kelompok usia 35-37 tahun memiliki jumlah yang paling sedikit dengan persentase sebesar 10%.

### 3.3. Terpaan Promosi Penjualan Indosat/IM3 Ooredoo

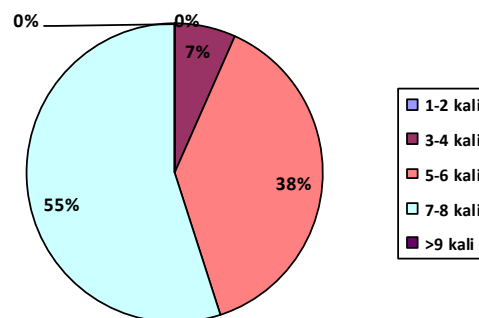
Variabel dari terpaan Promosi Penjualan pada penelitian ini memakai indikator untuk mengukur tinggi-rendahnya terpaan responden yaitu.

- Frekuensi responden melihat promosi produk Indosat/IM3 Ooredoo.
- Responden dapat menyebutkan promo apa saja yang diketahui dari Indosat/IM3 Ooredoo.
- Responden dapat menyebutkan nama-nama promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo.
- Responden dapat menyebutkan slogan promo Indosat/IM3 Ooredoo yang diketahui.
- Reponden dapat menyebutkan bintang iklan atau endorser Indosat/IM3 Ooredoo yang anda ketahui.

Berikut ini merupakan hasil dari penelitian dengan variabel terpaan promosi penjualan Indosat/IM3 Ooredoo.

**Diagram 3.3**

**Presentase frekuensi responden melihat promosi produk Indosat/IM3 Ooredoo (dalam sebulan)**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 1

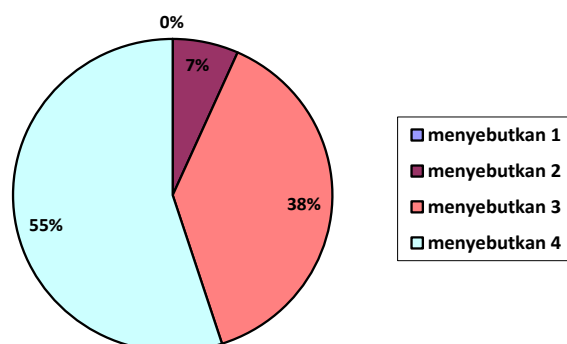
Menurut diagram 3.3 terlihat dari 60 responden, mayoritas menyatakan melihat promosi produk Indosat/IM3 Ooredoo sebanyak 7-8 kali dalam sebulan dengan persentase sebesar 55%. Hal ini disebabkan karena Indosat/IM3 Ooredoo melakukan promo secara rutin, terutama via SMS ke pelanggan IM3



Ooredoo. IM3 Ooredoo melakukan paling sedikit 2 kali dalam seminggu SMS yang berisikan promo yang diselenggarakan pada masa itu. Disamping itu, IM3 Ooredoo juga mencantumkan promosi di dalam call center \*123#. Setiap pelanggan ingin membeli suatu produk dari IM3 Ooredoo melalui Call Center \*123# (misalkan, ingin membeli pulsa atau data internet), di dalam Call Center tersebut mencantumkan pesan promosi IM3 Ooredoo. Diikuti 23 responden menyatakan melihat promosi produk Indosat/IM3 Ooredoo sebanyak 5-6 kali dalam sebulan dengan presentase sebesar 38%. Selanjutnya responden menyatakan melihat promosi produk Indosat/IM3 Ooredoo sebanyak 3-4 kali dalam sebulan sebesar 7%, dan sisanya melihat promosi produk Indosat/IM3 Ooredoo sebanyak 1-2 kali atau lebih dari 9 kali sebesar 0%.

**Diagram 3.4**

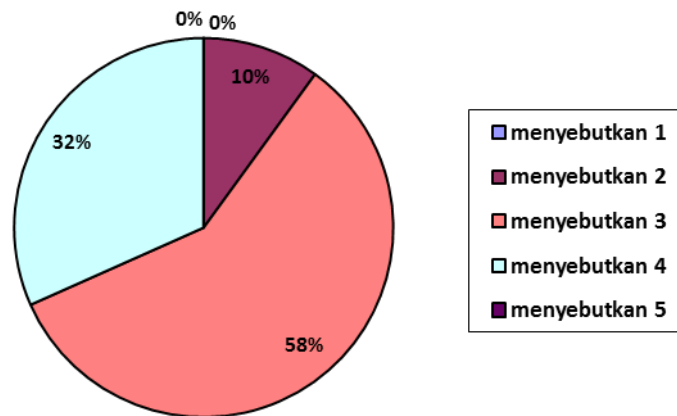
**Presentase pengetahuan responden mengenai jenis promo  
Indosat/IM3 Ooredoo**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 2

Menurut diagram 3.4 terlihat dari 60 responden, mayoritas mengetahui 4 jenis promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo dengan persentase sebesar 55%. Diikuti 23 responden mengetahui diantaranya 3 jenis promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 38%. Selanjutnya 4 responden mengetahui 2 jenis promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 7%, dan sisanya yang hanya mengetahui 1 jenis promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo sebesar 0%.

**Diagram 3.5**  
**Presentase pengetahuan responden mengenai nama-nama promo yang**  
**ditawarkan**  
**oleh Indosat/IM3 Ooredoo**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 3

Menurut diagram 3.5 terlihat dari 60 responden, mayoritas mengetahui diantaranya 4 nama promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo dengan persentase sebesar 58%. Diikuti 19 responden mengetahui diantaranya 3 nama promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 32%. Selanjutnya 6 responden mengetahui diantaranya 2 nama promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 10%, dan menyebutkan 5 nama promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo adalah sebesar 0%.

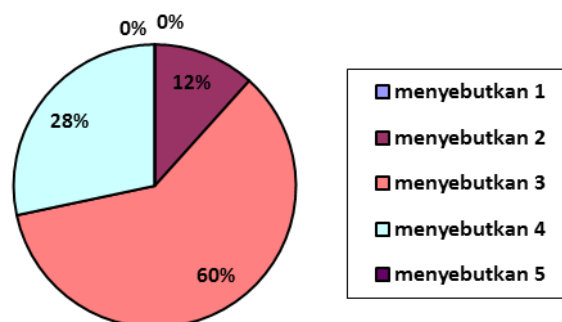
**Diagram 3.6**  
**Data Presentase Nama Promo Indosat/IM3 Ooredoo yang Diketahui Responden**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 3

Dilihat dari diagram 3.6, nama promo IM3 Ooredoo yang paling sering disebutkan oleh responden adalah promo telepon yaitu sebanyak 57 orang. Hal ini menunjukkan bahwa promo telepon paling sering responden temui dalam rangkaian promo IM3 Ooredoo.

**Diagram 3.7**  
**Presentase pengetahuan responden mengenai isi pesan dalam promo Indosat/IM3 Ooredoo**



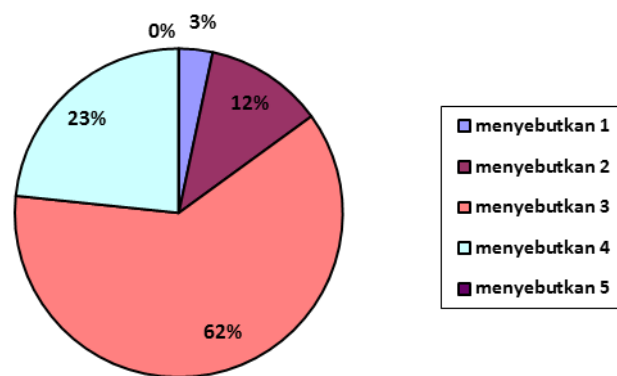
Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 4

Menurut diagram 3.7 terlihat dari 60 responden, mayoritas menyebutkan diantaranya 3 isi pesan dalam promo Indosat/IM3 Ooredoo dengan persentase sebesar 60%. Diikuti 17 responden mengetahui diantaranya 4 isi pesan dalam promo Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 28%. Selanjutnya 7

responden mengetahui diantaranya 2 isi pesan promo yang ditawarkan oleh Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 12%, dan sisanya yang hanya mengetahui 1 isi pesan dalam promo ataupun yang dapat menyebutkan 5 isi pesan dalam promo Indosat/IM3 Ooredoo adalah sebesar 0%.

**Diagram 3.8**

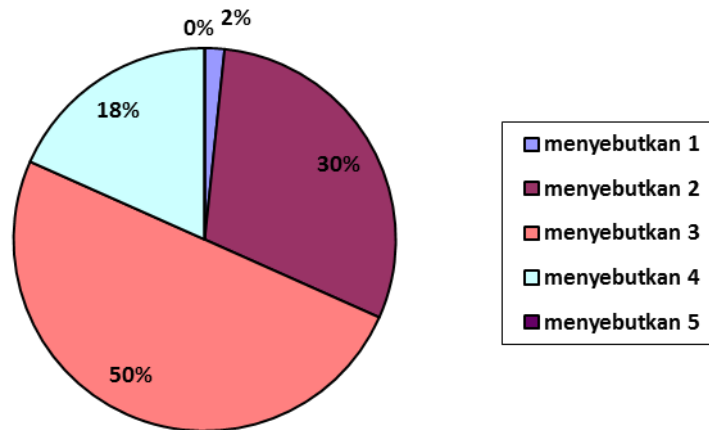
**Presentase pengetahuan responden mengenai slogan promo Indosat/IM3 Ooredoo**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 5

Menurut diagram 3.8 terlihat dari 60 responden, mayoritas mengetahui diantaranya 3 slogan promo Indosat/IM3 Ooredoo dengan persentase sebesar 62%. Diikuti 14 responden mengetahui diantaranya 4 slogan promo Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 23%. Selanjutnya 7 responden mengetahui diantaranya 2 slogan promo Indosat/IM3 Ooredoo dengan presentase sebesar 12%. Hanya 2 responden atau 3% dari 60 responden yang menyebutkan diantaranya 2 slogan promo Indosat/IM3 Ooredoo dan sisanya yang hanya menyebutkan 1 slogan promo Indosat/IM3 Ooredoo adalah sebesar 0%.

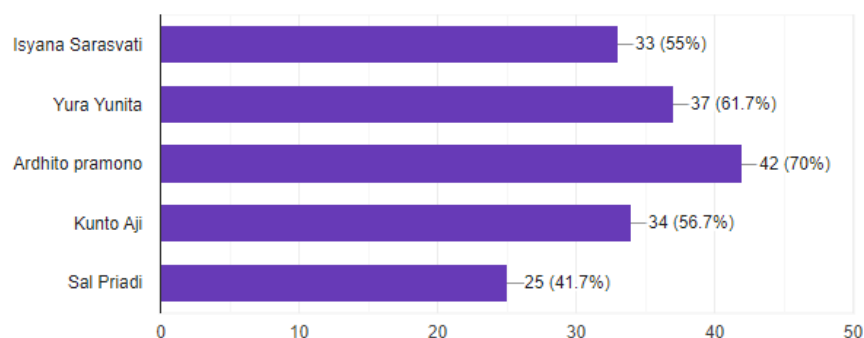
**Diagram 3.9**  
**Presentase pengetahuan responden menyebutkan bintang iklan atau**  
**endorser Indosat/IM3 Ooredoo**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 6

Menurut diagram 3.9 terlihat dari 60 responden, mayoritas menyebutkan diantaranya 3 bintang iklan/*endorser* Indosat/IM3 Ooredoo dengan persentase sebesar 50%.

**Diagram 3.10**  
**Presentase bintang iklan/endorser IM3 Ooredoo yang disebutkan oleh**  
**responden**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 6

Dilihat dari diagram 3.10, Ardhito Pramono menjadi bintang iklan/*endorser* Indosat/IM3 Ooredoo yang paling populer di kalangan responden. Sebanyak 42 orang atau 70% dari 60 responden menyebutkan Ardhito Pramono sebagai bintang iklan/*endorser* Indosat/IM3 Ooredoo. Hal ini

karena Ardhito Pramono sempat menjadi *center* dalam suatu iklan Indosat/IM3 Ooredoo.

**Gambar 3.1**

**Ardhito Pramono dalam iklan Indosat/IM3 Ooredoo**



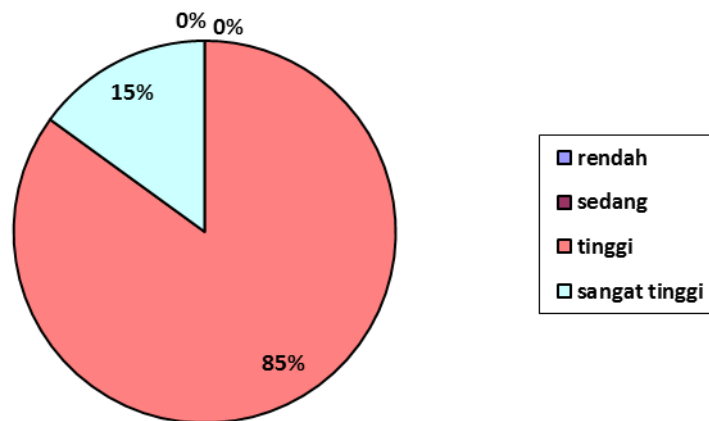
Sumber: Youtube

**3.3.1. Terpaan Promosi Penjualan**

Pada variabel terpaan promosi penjualan responden Indosat/IM3 Ooredoo, kategori varian nilai menurut jawaban responden bisa dikelompokkan menjadi 4 kelas, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, serta rendah. Menyajikan 6 pertanyaan kepada responden guna dijawabnya, yang mana perolehan nilai responden dilakukan perhitungan menurut total jawaban yang benar. Dari perolehan data, hasilnya bisa dikelompokkan seperti dibawah ini:

- Skor 1-7 berarti terpaan rendah,
- Skor 8-14 berarti terpaan sedang,
- Skor 15-21 berarti terpaan tinggi,
- Skor 22-29 berarti terpaan sangat tinggi.

**Diagram 3.11**  
**Persentase Tingkat Terpaan Promosi Penjualan pada Responden**



Sumber: Rangkuman jawaban responden atas kuesioner terpaan promosi penjualan

Berdasarkan diagram 3.11 diatas terlihat mayoritas responden mendapatkan terpaan promosi penjualan Indosat/IM3 Ooredoo yang tinggi dengan persentase 85%, responden lain memiliki terpaan yang sangat tinggi sebanyak 15%, responden yang mendapatkan terpaan sedang dan rendah sebesar 0%. Kesimpulannya yaitu terpaan promosi penjualan terhadap pelanggan Indosat/IM3 Ooredoo memiliki perolehan yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari seringnya mereka mendapatkan informasi terkait jenis promo, nama promo, isi pesan, slogan promo, dan bintang iklan/*endorser* Indosat/IM3 Ooredoo.

#### **3.4. Brand Trust Indosat/IM3 Ooredoo**

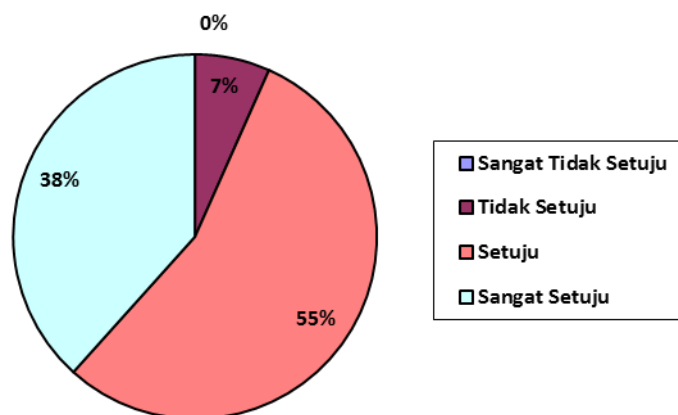
Variabel dari *Brand Trust* pada penelitian ini memakai indikator untuk mengukur tinggi-rendahnya *brand trust* yaitu:

- Responden percaya bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki sinyal yang kuat.
- Responden percaya bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo cepat dan lancar.
- Responden percaya bahwa layanan yang ditawarkan Indosat/IM3 Ooredoo sama dengan produk yang dipromosikan.

- Responden percaya Indosat/IM3 Ooredoo memberikan tarif yang sesuai dengan produk layanan yang ditawarkan.
- Responden percaya bahwa produk Indosat/IM3 Ooredoo memiliki harga yang terjangkau.
- Responden percaya apabila jaringan Indosat/IM3 Ooredoo terdapat gangguan, hanya bersifat sementara dan segera kembali normal
- Responden percaya bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo lancar, baik di Kota maupun di daerah-daerah pelosok.
- Responden percaya bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki kecepatan data internet yang stabil.

**Diagram 3.12**

**Presentase responden percaya bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki sinyal yang kuat**



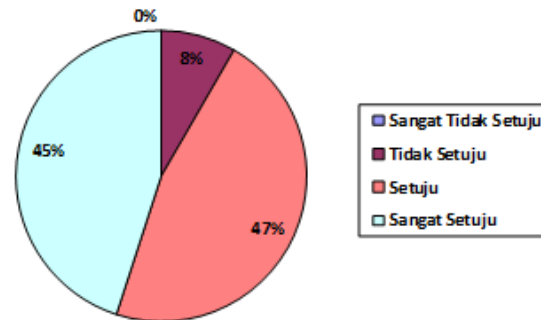
Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 7

Diagram 3.12 menunjukkan mayoritas responden mempercayai bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki sinyal yang kuat, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 55% dan yang menjawab sangat setuju 38%. Sementara ketidakpercayaan responden akan kepercayaan bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki sinyal yang kuat hanya memiliki presentase sebesar 7% dari jumlah keseluruhan responden.



**Diagram 3.13**

**Presentase responden percaya bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo cepat dan lancar**

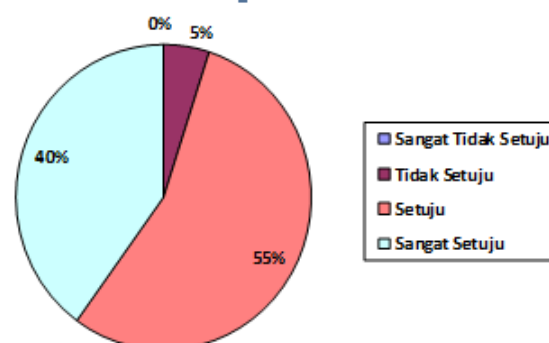


Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 8

Diagram 3.13 menunjukkan mayoritas responden mempercayai bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo cepat dan lancar, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 47% dan yang menjawab sangat setuju 45%. Sementara ketidaksepahaman responden akan kepercayaan bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo cepat dan lancar hanya memiliki presentase sebesar 8% dari jumlah keseluruhan responden.

**Diagram 3.14**

**Presentase responden percaya bahwa layanan yang ditawarkan Indosat/IM3 Ooredoo sama dengan produk yang dipromosikan**



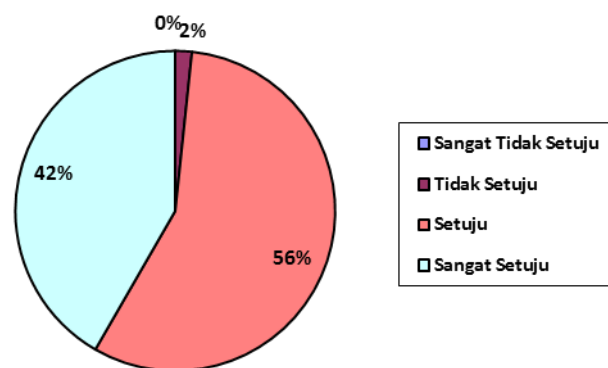
Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 9

Diagram 3.14 menunjukkan mayoritas responden mempercayai bahwa layanan yang ditawarkan Indosat/IM3 Ooredoo sama dengan produk yang

dipromosikan, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 55% dan yang menjawab sangat setuju 40%. Sementara ketidaksepahaman responden akan kepercayaan bahwa layanan yang ditawarkan Indosat/IM3 Ooredoo sama dengan produk yang dipromosikan hanya memiliki presentase sebesar 5% dari jumlah keseluruhan responden. Hal ini karena responden sering mengalami kendala yang tidak sesuai dengan produk yang dipromosikan Indosat/IM3 Ooredoo, sehingga membuat responden tidak percaya dengan promosi yang ditawarkan Indosat/IM3 Ooredoo.

**Diagram 3.15**

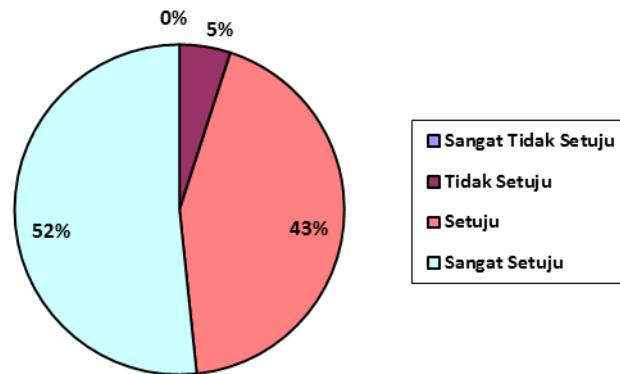
**Presentase responden percaya Indosat/IM3 Ooredoo memberikan tarif yang sesuai dengan produk layanan yang ditawarkan**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 10

Diagram 3.15 menunjukkan mayoritas responden mempercayai bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memberikan tarif yang sesuai dengan produk layanan yang ditawarkan, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 56% dan yang menjawab sangat setuju 42%. Sementara ketidaksepahaman responden akan kepercayaan bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memberikan tarif yang sesuai dengan produk layanan yang ditawarkan hanya memiliki presentase sebesar 2% dari jumlah keseluruhan responden.

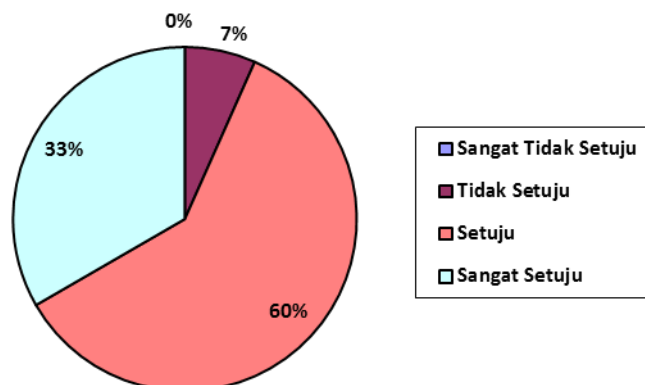
**Diagram 3.16**  
**Presentase responden percaya bahwa produk Indosat/IM3 Ooredoo memiliki harga yang terjangkau**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 11

Diagram 3.16 menunjukkan mayoritas responden memercayai bahwa produk Indosat/IM3 Ooredoo memiliki harga yang terjangkau, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab sangat setuju sebesar 52% dan yang menjawab setuju 43%. Sementara ketidakpercayaan responden akan kepercayaan bahwa produk Indosat/IM3 Ooredoo memiliki harga yang terjangkau hanya memiliki presentase sebesar 5% dari jumlah keseluruhan responden.

**Diagram 3.17**  
**Presentase responden percaya apabila jaringan Indosat/IM3 Ooredoo terdapat gangguan, hanya bersifat sementara dan segera kembali normal**

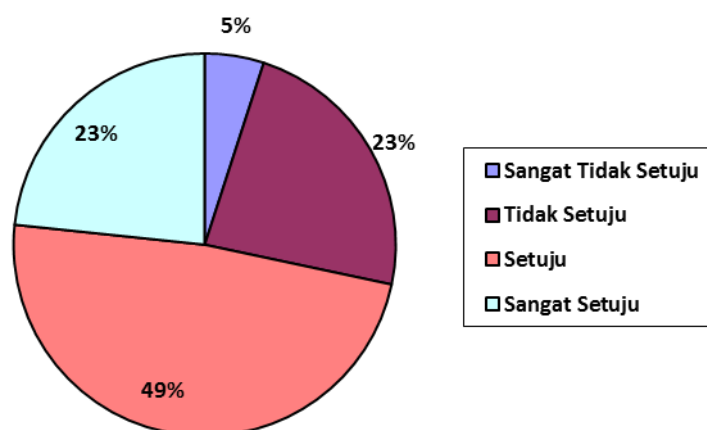


Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 12

Diagram 3.17 menunjukkan mayoritas responden percaya apabila jaringan Indosat/IM3 Ooredoo terdapat gangguan, hanya bersifat sementara dan segera kembali normal, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 60% dan yang menjawab sangat setuju 33%. Sementara ketidaksepahaman responden akan kepercayaan bahwa apabila jaringan Indosat/IM3 Ooredoo terdapat gangguan, hanya bersifat sementara dan segera kembali normal hanya memiliki presentase sebesar 7% dari jumlah keseluruhan responden.

**Diagram 3.18**

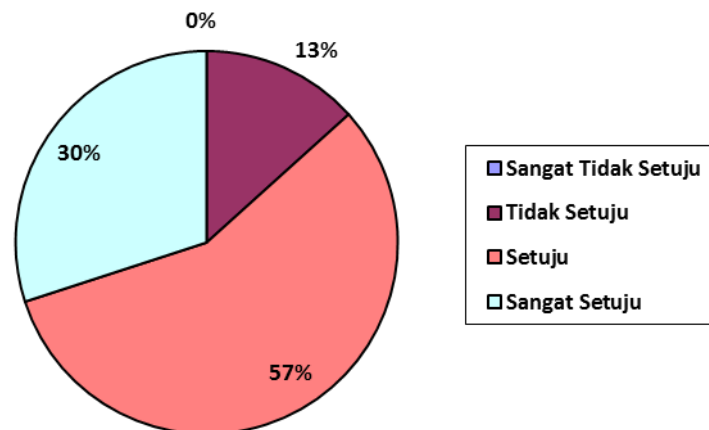
**Presentase responden percaya bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo lancar, baik di Kota maupun di daerah-daerah pelosok**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 13

Diagram 3.18 menunjukkan mayoritas responden mempercayai bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo lancar, baik di Kota maupun di daerah-daerah pelosok, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 49% dan yang menjawab sangat setuju 23%. Sementara ketidaksepahaman responden akan kepercayaan bahwa koneksi data internet Indosat/IM3 Ooredoo lancar, baik di Kota maupun di daerah-daerah pelosok memiliki presentase lebih dari 25% dari keseluruhan responden di mana responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 orang atau 23% dari keseluruhan responden, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau 5% dari keseluruhan responden.

**Diagram 3.19**  
**Presentase responden percaya bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki kecepatan data internet yang stabil**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 14

Diagram 3.19 menunjukkan mayoritas responden percaya bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki kecepatan data internet yang stabil, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 57% dan yang menjawab sangat setuju 30%. Sementara ketidakpercayaan responden akan kepercayaan bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki kecepatan data internet yang stabil hanya memiliki presentase sebesar 13% dari jumlah keseluruhan responden.

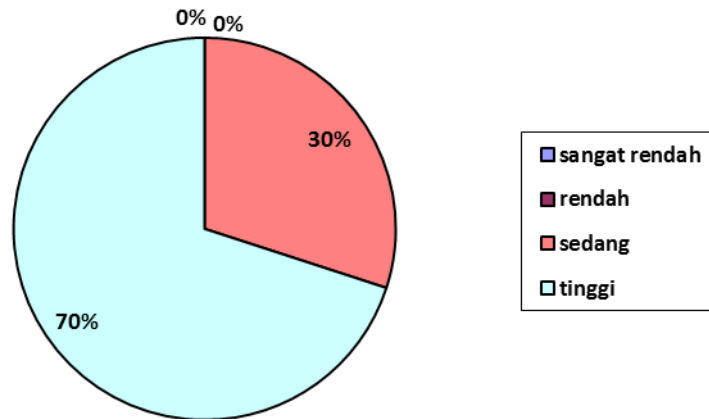
#### **3.4.1. Brand Trust**

Dalam variabel *brand trust* Indosat/IM3 Ooredoo, kategori varian nilai menurut jawaban responden bisa dikelompokkan menjadi 4 kelas, yakni tinggi, sedang, rendah, serta sangat rendah. Menyajikan 8 pertanyaan kepada responden guna dijawabnya, yang mana perolehan nilai responden dilakukan perhitungan menurut total jawaban yang benar. Dari perolehan data, hasilnya bisa dikelompokkan seperti dibawah ini:

- Skor 1-8 berarti kepercayaan sangat rendah,
- Skor 9-16 berarti kepercayaan rendah,
- Skor 17-24 berarti kepercayaan sedang,

- Skor 25-32 berarti kepercayaan tinggi.

**Diagram 3.20**  
**Persentase Tingkat *Brand Trust* pada Responden**



Sumber: Rangkuman jawaban responden atas kuesioner *brand trust*

Berdasarkan diagram 3.20 diatas terlihat mayoritas responden memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Indosat/IM3 Ooredoo dengan persentase 70%. Sementara responden lain memiliki kepercayaan yang sedang sebesar 30%. Responden yang memiliki kepercayaan yang rendah ataupun sangat rendah sebesar 0%. Kesimpulannya yaitu kepercayaan pelanggan terhadap Indosat/IM3 Ooredoo memiliki perolehan yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari tingkat kepercayaan mereka yang tinggi mengenai Indosat/IM3 Ooredoo memiliki sinyal yang kuat, koneksi data internet yang cepat dan lancar, layanan yang ditawarkan sama dengan produk yang dipromosikan, pemberian tarif yang sesuai dengan produk layanan yang ditawarkan, memiliki harga yang terjangkau, apabila jaringan terdapat gangguan hanya bersifat sementara dan segera kembali normal, koneksi data internet lancar baik di Kota maupun di daerah-daerah pelosok, dan responden percaya bahwa Indosat/IM3 Ooredoo memiliki kecepatan data internet yang stabil.

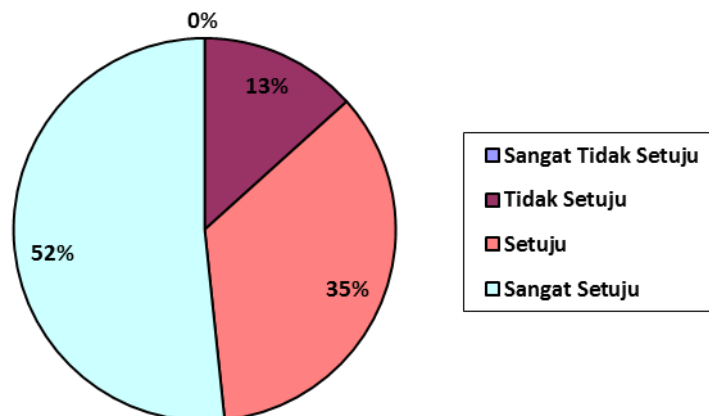
### 3.5. Loyalitas

Variabel dari loyalitas pada penelitian ini memakai indikator untuk mengukur tinggi-rendahnya loyalitas yaitu:

- Responden membeli produk dari IM3/Indosat Ooredoo secara berulang dan teratur.
- Responden merekomendasikan produk layanan Indosat/IM3 Ooredoo kepada orang lain.
- Responden tidak akan beralih ke merek lain meskipun harga lebih murah.
- Responden bersedia memberikan klarifikasi jika ada orang yang membicarakan jelek tentang Indosat/IM3 Ooredoo.
- Responden tetap akan menggunakan Indosat/IM3 Ooredoo meskipun harga lebih mahal.

**Diagram 3.21**

**Presentase responden membeli produk dari IM3/Indosat Ooredoo secara berulang dan teratur**



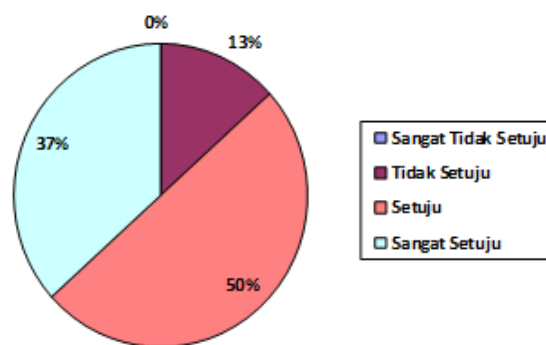
Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 15

Diagram 3.21 menunjukkan mayoritas responden membeli produk dari IM3/Indosat Ooredoo secara berulang dan teratur, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab sangat setuju sebesar 52% dan yang menjawab setuju 35% dari keseluruhan responden yang berjumlah 60 orang.

Sementara ketidaksepahaman responden untuk membeli produk dari IM3/Indosat Ooredoo secara berulang dan teratur hanya memiliki presentase sebesar 13% dari jumlah keseluruhan responden.

**Diagram 3.22**

**Presentase responden merekomendasikan produk layanan Indosat/IM3 Ooredoo kepada orang lain**



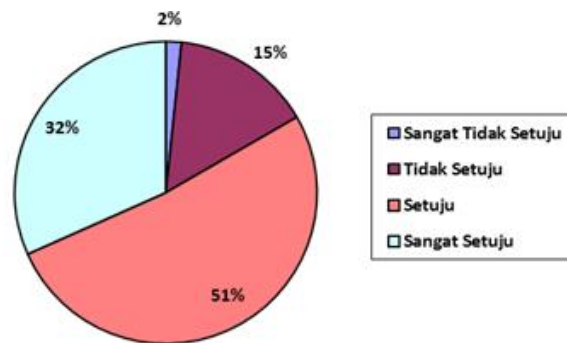
Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 16

Diagram 3.22 menunjukkan mayoritas responden merekomendasikan produk layanan Indosat/IM3 Ooredoo kepada orang lain, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 50% dan yang menjawab sangat setuju 37%. Hal ini karena responden mempercayai bahwa layanan produk Indosat/IM3 Ooredoo sama dengan yang dipromosikan Indosat/IM3 Ooredoo. Sementara ketidaksepahaman responden untuk merekomendasikan produk layanan Indosat/IM3 Ooredoo kepada orang lain hanya memiliki presentase sebesar 13% dari jumlah keseluruhan responden.



**Diagram 3.23**

**Presentase responden tidak akan beralih ke merek lain meskipun harga lebih murah**

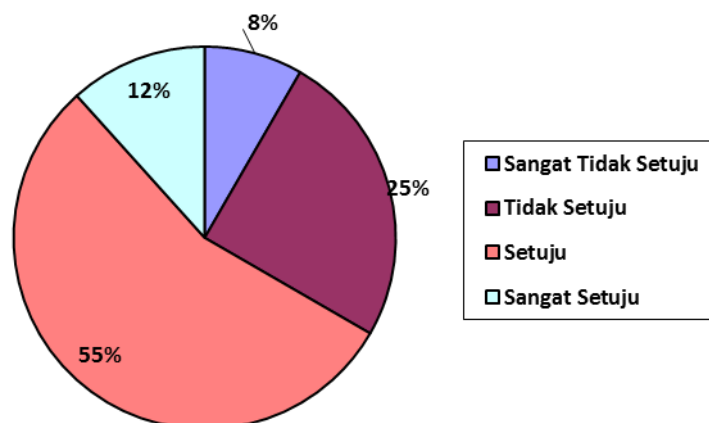


Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 17

Diagram 3.23 menunjukkan mayoritas responden tidak akan beralih ke merek lain walaupun merek lain memiliki harga lebih murah, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 51% dan yang menjawab sangat setuju 32%. Sementara ketidaksepahaman responden untuk tidak akan beralih ke merek lain meskipun harga lebih murah hanya memiliki presentase sebesar 15% dari jumlah keseluruhan responden.

**Diagram 3.24**

**Presentase responden bersedia memberikan klarifikasi jika ada orang yang membicarakan jelek tentang Indosat/IM3 Ooredoo**

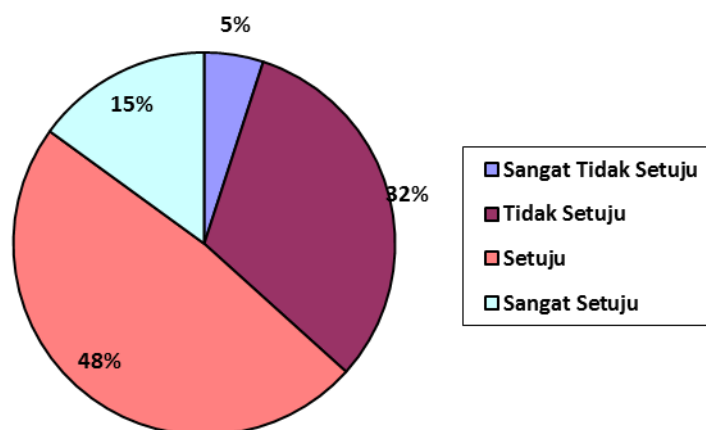


Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 18

Diagram 3.24 menunjukkan mayoritas responden bersedia memberikan klarifikasi jika ada orang yang membicarakan jelek tentang Indosat/IM3 Ooredoo, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 55% dan yang menjawab sangat setuju 12%. Sementara ketidaksepahaman responden bersedia memberikan klarifikasi jika ada orang yang membicarakan jelek tentang Indosat/IM3 Ooredoo memiliki presentase sebesar 33% dari jumlah keseluruhan responden di mana 25% dari jumlah keseluruhan responden menjawab tidak setuju dan 8% responden menjawab sangat tidak setuju.

**Diagram 3.25**

**Presentase responden tetap akan menggunakan indosat meskipun harga lebih mahal**



Sumber: Jawaban responden atas kuesioner nomor 19

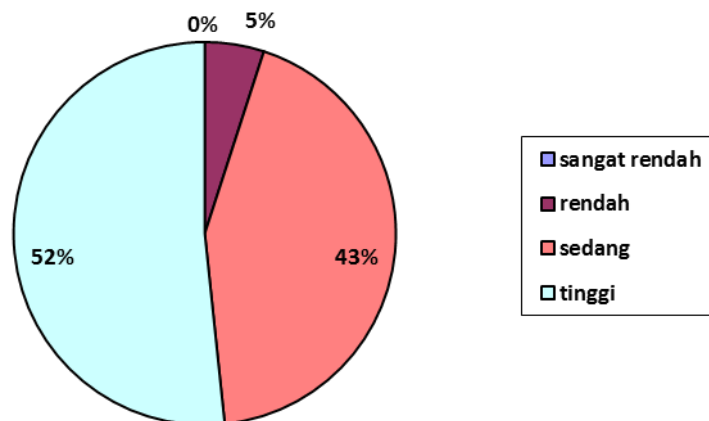
Diagram 3.25 menunjukkan mayoritas responden tetap akan menggunakan indosat meskipun harga lebih mahal, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menjawab setuju sebesar 48% dan yang menjawab setuju 15%. Sementara ketidaksepahaman responden responden tetap akan menggunakan Indosat/IM3 Ooredoo meskipun harga lebih mahal memiliki presentase sebesar 37% dari jumlah keseluruhan responden di mana 32% dari jumlah keseluruhan responden menjawab tidak setuju dan 5% dari keseluruhan responden menjawab sangat tidak setuju.

### 3.5.1. Loyalitas

Dalam variabel loyalitas pelanggan Indosat/IM3 Ooredoo, kategori varian nilai menurut jawaban responden bisa dikelompokkan menjadi 4 kelas, yakni tinggi, sedang, rendah, serta sangat rendah. Menyajikan 5 pertanyaan kepada responden guna dijawabnya, yang mana perolehan nilai responden dilakukan perhitungan menurut total jawaban yang benar. Dari perolehan data, hasilnya bisa dikelompokkan seperti dibawah ini:

- Skor 1-5 berarti loyalitas pelanggan sangat rendah,
- Skor 6-10 berarti loyalitas pelanggan rendah,
- Skor 11-15 berarti loyalitas pelanggan sedang,
- Skor 16-20 berarti loyalitas pelanggan tinggi.

**Diagram 3.26**  
**Persentase Tingkat Loyalitas pada Responden**



Sumber: Rangkuman jawaban responden atas kuesioner loyalitas

Berdasarkan diagram 3.26 diatas terlihat lebih dari 50% responden memiliki loyalitas yang tinggi terhadap Indosat/IM3 Ooredoo dengan persentase 52%. Sementara responden lain memiliki loyalitas sedang sebesar 43%. Responden yang memiliki kepercayaan yang rendah 5% dan presentase responden yang memiliki loyalitas sangat rendah sebesar 0%. Kesimpulannya yaitu loyalitas pelanggan terhadap Indosat/IM3 Ooredoo

memiliki perolehan yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari tingkat loyalitas mereka yang tinggi mengenai Indosat/IM3 Ooredoo di mana responden membeli produk dari Indosat/IM3 Ooredoo secara berulang dan teratur, merekomendasikan produk layanan Indosat/IM3 Ooredoo kepada orang lain, tidak akan berganti ke merek lain meskipun harga lebih murah, bersedia memberikan klarifikasi jika ada orang yang membicarakan jelek tentang Indosat/IM3 Ooredoo, dan tetap akan menggunakan Indosat/IM3 Ooredoo meskipun harga lebih mahal.