BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan citra Telkom Flexi oleh public relations PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung terhadap loyalitas Komunitasnya. Data yang terkumpul adalah data hasil angket atau pertanyaan-pertanyaan yang penulis berikan kepada komunitas Telkom Flexi.

Agar pembahasan ini lebih sistematis dan terarah, maka peneliti membaginya kedalam sub bab, yang antara lain :

1. Deskriptif Identitas Responden
2. Deskriptif Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Deskriptif Hasil Penelitian Dalam Tabulasi
4. Deskriptif Hasil Korelasi Antara Variabel X dan Variabel
5. Pembahasan Hasil Penelitian

Dengan demikian berikut ini adalah pemaparannya :

4.1 Deskriptif Identitas Responden

Seteleh penulis mengumpulkan hasil angket kepada responden maka hasil deskripsi yang penulis temukan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	28	34
2.	Perempuan	54	66
Total		**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Tabel 4.1 di atas menunjukan bahwa dari 82 responden yang dijadikan sampel, jumlah responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 54 responden dengan persentase 66 %. Sedangkan responden laki-laki hanya berjumlah 28 responden dengan persentase sebesar 34 %.

Hal ini berarti bahwa pelanggan Telkom Flexi sebagian besar berjenis kelamin perempuan. Hal ini bukan berarti bahwa hanya perempuan saja yang menggunakan Telkom Flexi, hal ini bisa disebabkan karena peneliti menggunakan sistem acak dalam pengambilan responden dan kebetulan lebih banyak didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin perempuan dari pada yang berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.2
Umur Responden
n = 82

No	Umur	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	≤20 tahun	39	47
2	21 – 25 tahun	27	33
3	26 - 30tahun	13	16
4	31 - 35 tahun	3	4
5	≥ 36 tahun	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Tabel 4.2 di atas menunjukan bahwa dari 82 responden yang dijadikan sampel, jumlah responden terbanyak adalah responden yang memiliki usia dibawah atau sama dengan 20 tahun dengan persentase sebesar 47 %. Selanjutnya responden yang berusia diantara 21 – 25 tahun berjumlah 27 responden dengan persentase sebesar 33 %. Kemudian responden yang berusia diantara 26 - 30 tahun berjumlah 13 responden dengan persentase sebesar 16 %. Dan untuk responden yang berusia ≥36 tahun tidak ada, dengan jumlah responden 0 dan

dengan masing-masing persentase 0 %. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pengguna Telkom Flexi di Bandung lebih didominasi oleh pelanggan yang berusia dibawah 20 tahun.

Tabel 4.3
Pendidikan Akhir Responden
n = 82

No	Umur	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	SD/ SMP	10	12
2	SMA	29	35
3	Diploma	17	21
4	Sarjana	26	32
5	Lain-lain	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Tabel 4.3 di atas menunjukan bahwa dari 82 responden yang dijadikan sampel, jumlah responden terbanyak adalah responden yang memiliki jenjang pendidikan SMA dengan persentase sebesar 35 % dengan frekwensi 29 orang. Sedangkan responden yang mempunyai jenjang pendidikan sarjana hanya berjumlah 26 responden dengan persentase sebesar 32 %. Kemudian untuk pelanggan yang tingkat pendidikan pada taraf Diploma sebanyak 17 orang dengan besar persentase 21 % dan pelanggan yang berlatar pendidikan SD/SMP sebanyak 10 orang dengan persentase 12 %.

Dari keterangan di atas terlahat bahwa pelanggan yang berlatar belakang pendidikan yang menengah lebih banyak menggunakan Telkom Flexi daripada pelanggan lain yang berlatar Sarjana, SD/SMP dan Diploma, namun pelanggan dengan latar belakang Sarjana juga memiliki persentase pengguna yang cukup tinggi, yang juga berada diatas pengguna diploma dan SD/SMP, hal ini bisa

disebabkan semakin marak dan berkembangnya perkembangan teknologi informasi bagi masyarakat, terutama pada teknologi komunikasi.

Tabel 4.4
Lama menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Paket	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	≤ 6 bulan	2	2
2	6 bulan – 1 tahun	14	17
3	1 – 1.5 tahun	30	37
4	1.5 – 2 tahun	21	26
5	≥ 2 tahun	15	18
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini pelanggan Telkom Flexi lebih banyak menggunakan Telkom Flexi dengan jangka waktu 1-1.5 tahun dengan jumlah pengguna 30 orang dengan persentase 37 %. Untuk urutan ke dua, lama pelanggan menggunakan Telkom Flexi yaitu 1.5-2 tahun dengan jumlah 21 pelanggan dengan nilai persentase 26 %, lalu untuk lama menggunakan Telkom Flexi selanjutnya yaitu lebih dari 2 tahun berjumlah 15 pengguna dengan persentase 18 %, selanjutnya yaitu 6 bulan -1 tahun oleh 14 orang pelanggan dengan persentase 17 % dan yang terakhir yaitu dengan lama penggunaan Telkom Flexi selama kurang lebih 6 bulan dengan 2 pengguna dan persentase 2 %.

4.2 Deskriptif Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum menyebarkan angket penelitian atau kuesioner kepada responden yaitu komunitas Telkom Flexi, terlebih dahulu peneliti melakukan uji validitas (sahih) dan reliabilitas (dapat dipercaya) pada 20 pertanyaan (dari pertanyaan no

5 sampai dengan pertanyaan no 24) yang mengenai data penelitian dalam angket. Uji validitas dan reliabilitas ini peneliti lakukan pada 15 responden.

Suatu alat pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus di ukur oleh alat itu. Sedangkan reliabilitas digunakan untuk menunjukan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu, artinya alat ukur itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama, dengan demikian reliabilitas berfokus pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya.

Untuk menentukan validitas dan reliabilitas daftar pertanyaan dalam angket penelitian, peneliti menggunakan perhitungan program SPSS 17 *Statistic* dengan ketentuan perhitungan sebagai berikut:

A. Menentukan Uji Validitas

Menentukan besarnya nilai r tabel

Dengan ketentuan:

Df = jumlah kasus – 2

= 82 – 2

= 80

Sehingga besarnya r tabel, dengan df = 80 dan tingkat signifikansi sebesar 0,05 adalah 0,2172. (Rakhmat 177, 2002)

Selanjutnya, butir pertanyaan disebut valid apabila nilai r hitung > nilai r tabel untuk mencari nilai r hitung angket, peneliti menggunakan program SPSS 12 yaitu hasilnya dapat secara langsung dilihat pada kolom output *Correlated Item Total Correlation*, dibawah ini :

Tabel 4.5
Tabel Nilai Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Angket

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
mengalami	69.88	26.800	.323	.	.819
menjalani	69.77	27.686	.232	.	.822
merasa	69.78	27.087	.343	.	.817
menanggung	69.80	27.196	.331	.	.818
keyakinan	70.02	26.888	.330	.	.818
harapan	70.11	26.099	.429	.	.813
hasil	69.88	26.997	.360	.	.817
perbuatan	69.94	27.959	.164	.	.826
mengerti	69.96	26.801	.354	.	.817
mempelajari	69.98	27.357	.285	.	.820
tidak akan berhenti	69.77	25.538	.526	.	.808
terus berlanjut	69.70	26.634	.444	.	.813
langsung	69.93	26.587	.333	.	.819
menyokong	69.96	26.628	.334	.	.818
berusaha mendapatkan	70.05	25.479	.534	.	.807
berusaha berkorban	69.77	24.748	.595	.	.803
memanfaatkan	69.89	27.383	.300	.	.819
memakai	69.98	25.851	.480	.	.810
memberi saran	69.99	26.629	.423	.	.814
merekomendasikan	69.98	24.888	.676	.	.800

Sumber : Analisis dengan Statistic 12

Dari hasil perhitungan diatas terlihat bahwa semua nilai *Output Correlated Item – Total Correlation* sudah berada diatas nilai r table (0,2172). Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam angket penelitian, sudah dapat dikatakan valid.

B. Analisis Reliabilitas

Tabel 4.6
Tabel Nilai Akhir Hasil Reliabilitas Angket

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.823	.819	20

Sumber : Analisis dengan SPSS Statistic 12

Nilai reabilitas dapat dilihat dengan menggunakan kriteria, sebagai berikut :

- Jika r Alpha positif dan > 0,2172 maka butir pertanyaan tersebut reliabel, atau
- Jika r Alpha positif dan > r table, maka butir pertanyaan tersebut juga reliabel
- Jika r Alpha positif dan < r table, maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel

Berdasarkan kriteria diatas, maka pada data terlihat bahwa semua r Alpha positif dan > dari 0,2172 dengan demikian semua butir pertanyaan pada angket penelitian sudah reliabel**.**

4.3 Deskriptif Hasil Penelitian dalam Tabulasi

Dari hasil angket yang penulis berikan kepada responden yang penulis jadikan sampel, maka terkumpul deskripsi sebagai berikut.

4.3.1 Hubungan Pengalaman Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya

Dilihat dari data yang diperoleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang pertama yaitu mengenai pengalaman. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Responden belum pernah mengalami kekecewaan dalam menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	4	5
2	Setuju	52	63,5
3	Cukup setuju	26	31,5
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.7 diatas diketahui bahwa sebagian besar pendapat responden mengenai pengalaman selama menggunakan Telkom Flexi adalah setuju yaitu sebanyak 63,5 % atau 52 orang. Dan tidak ada yang berpendapat bahwa Telkom Flexi sangat tidak baik. Dari sumber yang peneliti yang temukan, tanggapan mereka yang mengatakan Telkom Flexi tidak baik tidak ada disebabkan karena mereka belum pernah mengalami kekecewaan selama menggunakan Telkom Flexi.

Tabel 4.8
Responden menjalani dengan nyaman fasilitas yang diberikan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	9	11
2	Setuju	46	56
3	Cukup setuju	27	33
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.8 diatas diketahui bahwa sebagian besar pendapat responden mengenai pengalaman selama menggunakan Telkom Flexi adalah setuju yaitu sebanyak 56 % atau 46 orang. Dan tidak ada yang berpendapat bahwa Telkom Flexi sangat tidak baik. Dari sumber yang peneliti yang temukan, tanggapan mereka yang mengatakan Telkom Flexi tidak baik tidak ada disebabkan karena mereka telah menjalani kenyamanan selama menggunakan Telkom Flexi.

Tabel 4.9
Responden merasa puas menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	2	2,5
2	Setuju	52	63
3	Cukup setuju	28	34,5
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.9 diatas diketahui bahwa sebagian besar pendapat responden mengenai pengalaman selama menggunakan Telkom Flexi adalah setuju yaitu sebanyak 63 % atau 52 orang. Dan tidak ada yang berpendapat

bahwa Telkom Flexi sangat tidak baik. Dari sumber yang peneliti yang temukan, tanggapan mereka yang mengatakan Telkom Flexi tidak baik tidak ada disebabkan karena mereka merasa puas telah menggunakan Telkom Flexi.

Tabel 4.10
Responden merasa tidak menanggung biaya yang tinggi selama menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	3	4
2	Setuju	42	51
3	Cukup setuju	37	45
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.10 diatas diketahui bahwa sebagian besar pendapat responden mengenai pengalaman selama menggunakan Telkom Flexi adalah setuju yaitu sebanyak 51 % atau 42 orang. Dan tidak ada yang berpendapat bahwa Telkom Flexi sangat tidak baik. Dari sumber yang peneliti yang temukan, tanggapan mereka yang mengatakan Telkom Flexi tidak baik tidak ada disebabkan karena mereka merasa tidak menanggung biaya yang tinggi selama menggunakan Telkom Flexi.

4.3.2 Hubungan Kepercayaan Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya

Dilihat dari data yang diperoleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian

yang kedua yaitu mengenai atensi. Adapun hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Responden merasa yakin akan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	1	1
2	Setuju	43	52,5
3	Cukup setuju	38	46,5
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.11 diatas diketahui bahwa keyakinan responden sebagian besar berpendapat adalah setuju yaitu sebanyak 52,5 % atau 43 orang. Dan tidak ada yang merasa tidak mempunyai keyakinan selama menggunakan Telkom Flexi.

Tabel 4.12
Harapan responden terpenuhi selama menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	1	1
2	Setuju	49	60
3	Cukup setuju	32	39
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.12 diatas diketahui bahwa harapan yang diinginkan oleh responden sebagian besar berpendapat adalah setuju yaitu sebanyak 60 % atau 49 orang. Dan tidak ada yang merasa harapannya tidak terpenuhi selama menggunakan Telkom Flexi.

4.3.3 Hubungan Perasaan Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya

Dilihat dari data yang diperoleh dari penelitian melalui angket penelitian yang telah peneliti disebarkan, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang ketiga yaitu mengenai interpretasi. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.13 dan tabel 4.14 dibawah ini :

Tabel 4.13
Hasil yang responden dapatkan dalam berkomunikasi berjalan dengan baik dengan menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	1	1
2	Setuju	52	63
3	Cukup setuju	29	36
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Bila dilihat dari tabel 4.13 diatas diketahui bahwa hasil dalam berkomunikasi dengan Telkom Flexi sebagian besar berpendapat adalah setuju yaitu sebanyak 63 % atau 52 orang. Dan tidak ada yang berpendapat tidak setuju akan hasil yang mereka dapatkan selama berkomunikasi menggunakan Telkom Flexi.

Tabel 4.14
Perbuatan responden dalam berkomunikasi sangat terbantu dengan menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	2	2
2	Setuju	46	56
3	Cukup setuju	34	42
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa perbuatan yang responden ingin lakukan dalam berkomunikasi sangat terbantu yaitu sebanyak 56 % dengan jumlah 46 orang pelanggan. Dan tidak ada yang mengatakan sangat tidak setuju.

4.3.4 Hubungan Pengetahuan Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya

Dilihat dari data yang diperoleh dari penelitian melalui angket penelitian yang telah peneliti disebarkan, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang ketiga yaitu mengenai interpretasi. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.15 dan tabel 4.16 dibawah ini :

Tabel 4.15
Responden mengerti dengan baik tentang semua fasilitas yang diberikan oleh Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	6	7
2	Setuju	33	40
3	Cukup setuju	43	53
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Bila dilihat dari tabel 4.15 diatas diketahui bahwa pelanggan mengerti dengan baik fasilitas yang diberikan Telkom Flexi sebagian besar berpendapat adalah cukup setuju yaitu sebanyak 53 % atau 43 orang.

Tabel 4.16
Responden dapat mempelajari dengan mudah setiap langkah atau proses menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	4	5
2	Setuju	55	67
3	Cukup setuju	23	28
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Dari tabel 4.16 diatas dapat dilihat bahwa penafsiran pelanggan terhadap mempelajari langkah atau proses mudah yaitu sebanyak 67 % dengan jumlah 55 orang pelanggan setuju.

4.3.5 Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Terus Mendukung Komunitasnya.

Selanjutnya peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian pada variabel ke dua (Y) yaitu mengenai kredibilitas. Hasil penelitian yang dilakukan melalui angket penelitian yang telah peneliti sebarkan kepada pelanggan internet Speedy Dago dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.17
responden tidak akan berhenti mendukung Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	2	2
2	Setuju	46	56
3	Cukup setuju	34	42
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa pelanggan tidak akan berhenti mendukung Telkom Flexi yaitu setuju. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai persentase yaitu sebanyak 56 % dengan jumlah 46 orang pelanggan.

Tabel 4.18
Responden akan terus berlanjut menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	2	2
2	Setuju	51	62
3	Cukup setuju	29	36
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada item selanjutnya yaitu seperti yang digambarkan pada tabel 4.18 diatas, dapat dilihat bahwa pelanggan akan terus berlanjut dalam menggunakan Telkom Flexi yaitu setuju, yaitu sebanyak 62 % dengan jumlah 51 orang pelanggan.

Tabel 4.19
Responden saat mengetahui Telkom Flexi langsung memilih provider tersebut sesuai arah yang dituju
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	0	0
2	Setuju	51	62
3	Cukup setuju	31	38
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada item selanjutnya yaitu seperti yang digambarkan pada tabel 4.19 diatas, dapat dilihat bahwa pelanggan langsung memilih Telkom Flexi yaitu setuju, yaitu sebanyak 62 % dengan jumlah 51 orang pelanggan.

Tabel 4.20
Responden menyokong keberadaan dari Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	0	0
2	Setuju	47	57
3	Cukup setuju	35	43
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada item selanjutnya yaitu seperti yang digambarkan pada tabel 4.20 diatas, dapat dilihat bahwa pelanggan menyokong keberadaan dari Telkom Flexi yaitu setuju, yaitu sebanyak 57 % dengan jumlah 47 orang pelanggan.

4.3.6 Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Membeli Telkom Flexi oleh Komunitasnya.

Dilihat dari data yang diperoleh dari penelitian melalui angket penelitian yang telah peneliti sebarkan, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang kelima yaitu mengenai informasi. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.21 dan tabel 4.22 dibawah ini :

Tabel 4.21
Responden berusaha mendapatkan Telkom Flexi dengan cara membelinya
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	0	0
2	Setuju	38	46
3	Cukup setuju	44	54
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Untuk penilaian pelanggan terhadap loyalitas kepada Telkom Flexi, dapat di gambarkan pada tabel 4.21. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan berusaha mendapatkan Telkom Flexi, dimana responden mengatakan akan berusaha membeli cukup setuju, yaitu 54 % dengan jumlah 44 pelanggan.

Tabel 4.22
Responden berusaha berkorban untuk mendapatkan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	0	0
2	Setuju	37	45
3	Cukup setuju	45	55
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada tabel 4.22 diatas dapat dilihat bahwa pandangan pelanggan terhadap loyalitas dalam berusaha berkorban untuk mendapatkan Telkom Flexi yaitu cukup setuju. 55% dengan jumlah 45 orang pelanggan mengatakan demikian.

4.3.7 Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap menggunakan Telkom Flexi dalam Komunitasnya.

Dari data yang peneliti peroleh dari penelitian melalui angket penelitian yang telah peneliti sebarkan pada 82 responden, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang ke tujuh yaitu mengenai menggunakan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.23
Responden selalu memanfaatkan Telkom Flexi sebagai alat komunikasi dalam setiap kegiatan
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	1	1
2	Setuju	36	44
3	Cukup setuju	45	55
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada tabel 4.23 diatas dapat dilihat bahwa pelanggan selalu menggunakan Telkom Flexi sebagai alat komunikasi yaitu cukup setuju. 55 % dengan jumlah 45 orang pelanggan mengatakan cukup setuju.

Dari data yang peneliti peroleh dari penelitian melalui angket penelitian yang telah peneliti sebarkan pada 82 responden, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang ke tujuh yaitu mengenai menggunakan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.24
Responden selalu memakai Telkom Flexi untuk berkomunikasi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	1	1
2	Setuju	37	45
3	Cukup setuju	44	54
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada tabel 4.24 diatas dapat dilihat bahwa pelanggan selalu memakai Telkom Flexi sebagai alat komunikasi yaitu cukup setuju. 54 % dengan jumlah 44 orang pelanggan mengatakan cukup setuju.

4.3.8 Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Merekomendasikan Komunitasnya.

Dari data yang peneliti peroleh dari penelitian melalui angket penelitian yang telah peneliti sebarkan pada 82 responden, maka dalam bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.25
Responden memberi saran kepada orang lain untuk menggunakan Telkom Flexi
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	2	2
2	Setuju	32	39
3	Cukup setuju	48	59
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada tabel 4.25 diatas dapat dilihat bahwa pelanggan terhadap memberi saran kepada orang lain untuk menggunakan Telkom Flexi yaitu cukup setuju. 59% dengan jumlah 48 orang pelanggan mengatakan cukup setuju.

Tabel 4.26
Responden pernah menginformasikan Telkom Flexi untuk dimiliki orang lain
n = 82

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Sangat setuju	2	2
2	Setuju	45	55
3	Cukup setuju	35	43
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	**82**	**100**

Sumber : Penelitian Lapangan 2010

Pada tabel 4.26 diatas dapat dilihat bahwa pelanggan terhadap menginformasikan kepada orang lain untuk menggunakan Telkom Flexi yaitu setuju. 55 % dengan jumlah 45 orang pelanggan mengatakan cukup setuju.

4.4 Deskriptif Hasil Korelasi Antara Variabel X dan Variabel Y

Dalam pengolahan data mentah disesuaikan dengan skoring pada masing-masing alat ukur. Penghitungan statistik digunakan untuk melihat hubungan/pengaruh antar variabel dan untuk mengetahui tingkat hubungan di antara kedua variabel, Peneliti menggunakan software SPSS *Statistika* 12.

Sedangkan untuk menganalisa pengaruh koefisien Determinasi (KD) antar variabel X dan variabel Y digunakan rumus :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Ket : r = besarnya korelasi

Sedangkan pengujian koefisien korelasi *Rank Spearman*, digunakan rumus statistik Uji-t yaitu:

$$t = \frac{r_s \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r_s^2)}}$$

Nilai t tabel didapat dari tabel t-student dengan derajat bebas (*degree of fredom*) df = n-2 dan nilai α yang digunakan 0,05 kemudian pengujian yang dilakukan adalah dua pihak. Atau Peneliti menggunakan Microsoft Excel untuk menentukan atau menghitung nilai t-tabel tersebut, dengan rumus =TINV(α,nilai df). Uji signifikansi dilakukan terhadap hipotesis statistik yang telah ditentukan dengan kriteria uji : (dua arah) tolak hipotesis nol pada taraf α jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ dengan db (derajad kebebasan) = n - 2 dan α = 0,05.

Sedangkan untuk menghitung tingkat hubungan digunakan kriteria Guilford yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya *Metode Penelitian Komunikasi*, yang kriterianya sebagai berikut :

1. $\geq$ 0,00 $\rightarrow$ < 0,20 : Hubungan rendah sekali
2. $\geq$ 0,20 $\rightarrow$ < 0,40 : Hubungan rendah tapi pasti
3. $\geq$ 0,40 $\rightarrow$ < 0,70 : Hubungan yang cukup berarti
4. $\geq$ 0,70 $\rightarrow$ < 0,90 : Hubungan yang tinggi; kuat
5. $\geq$ 0,90 $\rightarrow$ < 1,00 : Hubungan sangat tinggi; kuat sekali

(Rakhmat, 1998;29)

Selanjutnya peneliti akan menghitung korelasi antara indikator dan variabel serta uji hipotesisnya dengan menggunakan cara penghitungan SPSS 12.

4.4.1 Analisis Korelasi Antara Hubungan Pengalaman Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya.

Perhitungan korelasi disini antara pengalaman dengan loyalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.27
Korelasi Antara Pengalaman dan Loyalitas

Correlations

			Pengalaman	Loyalitas
Spearman's rho	Pengalaman	Correlation Coefficient	1.000	.319**
		Sig. (2-tailed)	.	.004
		N	82	82
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.319**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.004	.
		N	82	82

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

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 12 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel pengalaman dengan variabel loyalitas adalah sebesar 0,319. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara pengalaman Telkom Flexi pelanggan terhadap loyalitas komunitasnya adalah hubungan yang cukup berarti.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,004 dengan korelasi signifikan 0,01 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara pengalaman Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD = r^2 x 100%

= $(0,319)^2$ x 100%

= 0,101761 x 100%

= 10,1761%

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat hubungan antara pengalaman Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah sebesar 10,1761 % dan sisanya yaitu 89,8239 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : pengalaman Telkom Flexi terhadap loyalitas Komunitasnya adalah baik.

H_0 : pengalaman Telkom Flexi terhadap loyalitas Komunitasnya adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$ Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.319\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.319^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.319 \times 8.94}{\sqrt{(0.8982)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2.85186}{0.9477}$$

$$t_{hitung} = 3.0092$$

4.4.2 Analisis Korelasi Antara Hubungan Kepercayaan Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya.

Selanjutnya adalah korelasi antara kepercayaan terhadap loyalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.28
Korelasi Antara Kepercayaan dan Loyalitas

Correlations

			Kepercayaan	Loyalitas
Spearman's rho	Kepercayaan	Correlation Coefficient	1.000	.306**
		Sig. (2-tailed)	.	.005
		N	82	82
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.306**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.005	.
		N	82	82

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

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 12 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel kepercayaan dengan variabel loyalitas adalah sebesar 0,306. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara kepercayaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah hubungan yang cukup berarti.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,005 dengan korelasi signifikan 0,01 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara kepercayaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

KD $= r^2 \times 100\%$

$= (0{,}306)^2 \times 100\%$

$= 0.093636 \times 100\%$

$= 9.3636\%$

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara kepercayaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah sebesar 9.3636% dan sisanya yaitu 90.6364 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : kepercayaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah baik.

H_0 : kepercayaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$ Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.306\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.306^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.306 \times 8.94}{\sqrt{(0.906)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2.7356}{0.9520}$$

$$t_{hitung} = 2.6419$$

4.4.3 Analisis Korelasi Antara Hubungan Perasaan Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya.

Selanjutnya adalah korelasi antara perasaan dengan loyalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.29
Korelasi Antara Perasaan dan Loyalitas

Correlations

			Perasaan	Loyalitas
Spearman's rho	Perasaan	Correlation Coefficient	1.000	.119
		Sig. (2-tailed)	.	.286
		N	82	82
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.119	1.000
		Sig. (2-tailed)	.286	.
		N	82	82

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 12 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel perasaan dengan variabel loyalitas adalah sebesar 0,119. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara perasaan terhadap loyalitas komunitas adalah hubungan yang sangat rendah, tidak kuat.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat tidak signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,286 dengan korelasi signifikan 0,1 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara perasaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD $= r^2 \times 100\%$

$= (0{,}119)^2 \times 100\%$

$= 0{,}014161 \times 100\%$

$= 1{,}4161\%$

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara perasaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah sebesar 1,4161% dan sisanya yaitu 98,5839 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : perasaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah baik.

H_0 : perasaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$ Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.119\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.119^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.119 \times 8.94}{\sqrt{(0.9858)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{1.0638}{0.9928}$$

$$t_{hitung} = 1.0715$$

4.4.4 Analisis Korelasi Antara Hubungan Pengetahuan Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya.

Selanjutnya adalah korelasi antara pengetahuan dengan loyalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.30
Korelasi Antara pengetahuan dan Loyalitas

Correlations

			Pengetahuan	Loyalitas
Spearman's rho	Pengetahuan	Correlation Coefficient	1.000	.205
		Sig. (2-tailed)	.	.065
		N	82	82
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.205	1.000
		Sig. (2-tailed)	.065	.
		N	82	82

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 12 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel perasaan dengan variabel loyalitas adalah sebesar 0,205. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara perasaan terhadap loyalitas komunitas adalah hubungan yang cukup berarti, sedang.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,065 dengan korelasi signifikan 0, 1 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara perasaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD $= r^2 \times 100\%$

$= (0{,}205)^2 \times 100\%$

$= 0{,}042025 \times 100\%$

$= 4{,}2025\%$

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara perasaan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah sebesar 4,2025% dan sisanya yaitu 95,7975 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : pengetahuan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah baik.

H_0 : pengetahuan Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.205\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.205^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.205 \times 9.84}{\sqrt{(0.9579)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2.0172}{0.9787}$$

$$t_{hitung} = 2.0611$$

4.4.5 Analisis Korelasi Antara Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Terus Mendukung dari Komunitasnya.

Setelah variabel X selanjutnya adalah korelasi antara citra dengan terus mendukung dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.31
Korelasi Antara Citra dan Terus Mendukung

Correlations

			Citra Telkom Flexi	Terus Mendukung
Spearman's rho	Citra Telkom Flexi	Correlation Coefficient	1.000	.351**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	82	82
	Terus Mendukung	Correlation Coefficient	.351**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	82	82

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

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 12 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel citra dengan variabel terus mendukung adalah sebesar 0,351. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara citra terhadap terus mendukung adalah hubungan yang cukup kuat.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,001 dengan korelasi signifikan 0,01 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap terus mendukung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD = r^2 x 100%

= $(0,351)^2$ x 100%

= 0, 123201 x 100%

= 12,3201%

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap terus mendukung adalah sebesar 12,3201% dan sisanya yaitu 87,6799 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : citra Telkom Flexi terhadap terus mendukung adalah baik.

H_0 : citra Telkom Flexi terhadap terus mendukung adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.351\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.351^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.351 \times 9.84}{\sqrt{(0.8767)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{3.4538}{0.9363}$$

$$t_{hitung} = 3.6888$$

4.4.6 Analisis Korelasi Antara Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Membeli dari Komunitasnya.

Selanjutnya adalah korelasi antara citra dengan membeli dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.32
Korelasi Antara Citra dan Membeli

Correlations

			Citra Telkom Flexi	Membeli
Spearman's rho	Citra Telkom Flexi	Correlation Coefficient	1.000	.260*
		Sig. (2-tailed)	.	.019
		N	82	82
	Membeli	Correlation Coefficient	.260*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.019	.
		N	82	82

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

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 12 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel citra dengan variabel membeli adalah sebesar 0,260. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara citra Telkom Flexi terhadap membeli adalah hubungan yang cukup berarti.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,019 dengan korelasi signifikan 0,01 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap membeli dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD $= r^2$ x 100%

$= (0{,}260)^2$ x 100%

= 0,0676 x 100%

= 6,76%

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap membeli adalah sebesar 6,76% dan sisanya yaitu 93,24% dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : citra Telkom Flexi terhadap membeli adalah baik.

H_0 : citra Telkom Flexi terhadap terus membeli adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.260\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.260^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.260\times 9.84}{\sqrt{(0.9324)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2.5584}{0.9656}$$

$$t_{hitung} = 2.6495$$

4.4.7 Analisis Korelasi Antara Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Menggunakan dari Komunitasnya.

Selanjutnya adalah korelasi antara citra dengan menggunakan dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 17. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 17 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.33
Korelasi Antara Citra dan Menggunakan

Correlations

			Citra Telkom Flexi	Menggunakan
Spearman's rho	Citra Telkom Flexi	Correlation Coefficient	1.000	.316**
		Sig. (2-tailed)	.	.004
		N	82	82
	Menggunakan	Correlation Coefficient	.316**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.004	.
		N	82	82

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

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 17 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel citra dengan variabel menggunakan adalah sebesar 0,316. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara citra terhadap menggunakan adalah hubungan yang cukup kuat.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,004 dengan korelasi signifikan 0,01 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap menggunakan dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD $= r^2 \times 100\%$

$= (0{,}316)^2 \times 100\%$

$= 0,\ 099856 \times 100\%$

$= 9{,}9856\%$

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap menggunakan adalah sebesar 9,9856% dan sisanya yaitu 90,0144 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : citra Telkom Flexi terhadap menggunakan adalah baik.

H_0 : citra Telkom Flexi terhadap menggunakan adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.316\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.316^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.316 \times 9.84}{\sqrt{(0.9001)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{3.1094}{0.9487}$$

$$t_{hitung} = 3.4545$$

4.4.8 Analisis Korelasi Antara Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap merekomendasikan dari Komunitasnya.

Selanjutnya adalah korelasi antara citra dengan merekomendasikan dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.34
Korelasi Antara Citra dan merekomendasikan

Correlations

			Citra Telkom Flexi	Merekomendasikan
Spearman's rho	Citra Telkom Flexi	Correlation Coefficient	1.000	.442**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	82	82
	Merekomendasikan	Correlation Coefficient	.442**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	82	82

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

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 12 2010

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel citra dengan variabel merekomendasikan adalah sebesar 0,442. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara citra terhadap merekomendasikan adalah hubungan yang kuat.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 dengan korelasi signifikan 0,01 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap merekomendasikan dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD $= r^2$ x 100%

$= (0{,}442)^2$ x 100%

= 0, 195364 x 100%

= 19,5364%

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap merekomendasikan adalah sebesar 19,6354% dan sisanya yaitu 80,3646 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : citra Telkom Flexi terhadap merekomendasikan adalah baik.

H_0 : citra Telkom Flexi terhadap merekomendasikan adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.442\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.442^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.442 \times 9.84}{\sqrt{(0.8046)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{4.3492}{0.8970}$$

$$t_{hitung} = 4.8486$$

4.4.9 Analisis Korelasi Antara Hubungan Citra Telkom Flexi Oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung Terhadap Loyalitas Komunitasnya.

Selanjutnya adalah korelasi antara variabel X dan variabel Y, yaitu citra dengan loyalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic* 12. Adapun hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic* 12 tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.35
Korelasi Antara Citra dan Loyalitas

Correlations

			Citra Telkom Flexi	Loyalitas
Spearman's rho	Citra Telkom Flexi	Correlation Coefficient	1.000	.485**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	82	82
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.485**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	82	82

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

Sumber : Analisis Penelitian dengan SPSS Statistik 17 2009

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel citra dengan variabel loyalitas adalah sebesar 0,485. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara citra Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah hubungan yang **tinggi, kuat**.

Hubungan antara indikator dan variabel bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 dengan korelasi signifikan 0,01 (2-tailed).

Besarnya pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap Loyalitas komunitasnya dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan

Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD $= r^2$ x 100%

$= (0{,}485)^2$ x 100%

= 0,235225 x 100%

= 23,5225%

Jadi dari perhitungan diatas dapat dilihat pengaruh antara citra Telkom Flexi terhadap Loyalitas komunitasnya adalah sebesar 23,5225 % dan sisanya yaitu 76,4775 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka Hipotesisnya adalah :

H_1 : citra Telkom Flexi terhadap loyalitas komunitasnya adalah baik.

H_0 : citra Telkom Flexi terhadap komunitasnya adalah tidak baik.

Untuk menguji Hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

$$t_{hitung} = \frac{0.485\sqrt{(82-2)}}{\sqrt{(1-0.485^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0.485 \times 8.94}{\sqrt{(0.7647)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{4.7724}{0.8745}$$

$$t_{hitung} = 5.4572$$

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) merupakan perusahaan penyelenggara informasi dan telekomunikasi (InfoComm) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. TELKOM (yang selanjutnya disebut juga Perseroan atau Perusahaan) menyediakan jasa telepon tidak bergerak kabel (*fixed wire line*), jasa telepon tidak bergerak nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*cellular*), data & internet dan network & interkoneksi baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.

Bandung adalah salah satu kota yang sebagian besar masyarakatnya menggunakan jasa PT Telkom. Bandung sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia dengan penduduk sampai dengan bulan Maret 2004 berjumlah : 2.510.982 jiwa dengan luas wilayah 16.729,50 Ha. (167,67 Km 2). Dengan melihat jumlah penduduk yang sedemikian besar, maka hal ini memungkinkan Telkom Flexi menawarkan jasa dan pelayanan mereka yang diantaranya telepon seluler. Hal ini terbukti berdasarkan data Telkom per April 2009, jumlah pelanggan di Kota Bandung mencapai 40.229 pelanggan. Dari jumlah tersebut terbagi dalam ber bagai jenis pengguna, baik Flexi Trendy, Flexi Classy, maupun Flexi Home. Dan jumlah tersebut akan terus bertambah seiring dengan terus majunya perkembangan dunia teknologi khususnya dalam hal komunikasi.

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas tentang hubungan citra Telkom Flexi oleh Public Relations PT. Telekomunikasi Indonesia Bandung terhadap loyalitas komunitasnya. Adapun teknik yang peneliti gunakan dalam

pengumpulan data adalah kuisioner, wawancara dan studi kepustakaan. Penyebaran angket dalam penelitian ini memakan waktu kurang lebih 32 hari atau kurang lebih satu bulan. Hal ini di sebabkan kondisi dari responden, baik dari segi waktu, tempat dan faktor-faktor lain.