

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, yang membuat bidang telekomunikasi juga mengalami kemajuan yang pesat. Sehingga menciptakan peluang besar dalam bidang industri kartu seluler, karena sebuah telepon seluler tidak akan berfungsi sebagai alat komunikasi jika tidak menggunakan kartu seluler. Tingkat persaingan bisnis yang tinggi membuat perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan sesuai agar dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berubah-ubah serta memperluas keeksistensinya. Hal ini membuat pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenuhi target penjualan.

Pada perkembangannya saat ini banyak kita temui jenis operator yang mewarnai jaringan telekomunikasi seluler yang berbasis GSM (*Global System for Mobile Communications*) terutama yang ada di Indonesia yakni Telkomsel, Indosat, PT. Exelcomindo Pratama (XL), Axis, Smartfren, Tri dan lain sebagainya. Masing-masing perusahaan menawarkan berbagai macam produk kartu seluler baik yang bersifat prabayar maupun pascabayar berbagai keunggulan baik fitur dalam kartu sendiri maupun dalam tarif.

Banyaknya kartu GSM (*Global System for Mobile Communications*) yang beredar di pasaran berarti memberikan keleluasan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Sehingga banyak dari konsumen yang sering berganti operator ataupun memiliki beberapa layanan dari beberapa operator tersebut, dengan tujuan agar mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi, mendapatkan tarif yang murah dan layanan yang ditawarkan karena setiap operator tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Bagi para konsumen, apa yang mereka inginkan tentunya selalu ingin dipuaskan terhadap suatu produk atau jasa yang mereka beli dan mereka gunakan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarnya,

karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya.

Kemudian produk yang akan dibeli tersebut apakah sudah sesuai dengan kondisinya dan biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan. Terkadang orang tidak mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan pembelian. Hal ini karena orang hanya tertarik pada bentuk fisik (penampilan luar) dari produk tersebut. Produk yang dibeli haruslah berkualitas, konsumen akan merasa produk tersebut berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan. Pada tabel 1.1 akan disajikan produk perusahaan operator seluler GSM (*Global System for Mobile Communications*) Prabayar maupun Pascabayar.

**Tabel 1.1**  
**Jenis Operator dan Produk Kartu Seluler**  
**Telkomsel di Indonesia**  
**Tahun 2021**

| <b>Nama</b> | <b>Produk</b>   | <b>Jenis</b>            |
|-------------|-----------------|-------------------------|
| Telkomsel   | Simpati         | Prabayar                |
|             | As              | Prabayar                |
|             | By.U            | Prabayar                |
|             | KartuHalo       | Pascabayar              |
| XL Axiata   | XL              | Prabayar                |
|             | Axis            | Prabayar                |
|             | XL Prioritas    | Pascabayar              |
| Huthison    | 3               | Prabayar dan Pascabayar |
| Indosat     | Indosat Ooredoo | Prabayar dan Pascabayar |

Sumber: [https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_produk\\_telekomunikasi\\_di\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_produk_telekomunikasi_di_Indonesia)

Telkomsel bergerak di bidang komunikasi dan menawarkan berbagai macam perdana, antara lain adalah Simpati, kartuHalo, Kartu As dan Loop. Telkomsel telah mempersembahkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan

mempunyai kualitas jaringan yang unggul dengan waktu yang cepat dan harga yang kompetitif. Dalam upaya memandu perkembangan industri telekomunikasi seluler di Indonesia memasuki era baru layanan mobile broadband, Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi 3G, HSDPA, HSPA+, serta pengembangan jaringan *Long Term Evolution* (LTE). Kini Telkomsel mengembangkan jaringan broadband di 100 kota besar di Indonesia. Untuk membantu pelayanan kebutuhan pelanggan, Telkomsel kini didukung akses call center 24 jam, memiliki 430 pusat layanan yang tersebar di seluruh Indonesia dan Telkomsel bekerja pada jaringan 900/1.800 MHz.

Tiap tahunnya Telkomsel selalu mengeluarkan sesuatu yang menarik perhatian warga contohnya saat terjadi pandemi seperti sekarang Telkomsel Teruskan Dukungan untuk Penyaluran Program Bantuan Kuota Data Internet 2021 dari Kemendikbud RI. Telkomsel pun turut mengajak masyarakat yang telah terverifikasi dan ternotifikasi secara resmi sebagai penerima manfaat untuk segera memanfaatkan fasilitas Bantuan Paket Kuota Data Internet tahap dua yang diterima dengan optimal dan bijak sesuai kebutuhan, guna menunjang kelancaran dan kenyamanan dalam menjalankan kegiatan pembelajaran jarak jauh.

Sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia, Telkomsel berkomitmen sepenuhnya mendukung kelanjutan penyaluran program Bantuan Kuota Data Internet tahap dua yang akan dilaksanakan di 2021 oleh Kemendikbud RI guna menghadirkan kenyamanan lebih dalam kegiatan pembelajaran jarak jauh bagi peserta didik dan pendidik. Telkomsel beserta seluruh perusahaan telekomunikasi bergerak seluler yang tergabung dalam ATSI (Asosiasi Penyelenggara Telekomunikasi Seluruh Indonesia ) telah sepakat bersama dengan Kemendikbud RI bahwa penyaluran Bantuan Paket Kuota Data Internet tahap dua akan dilaksanakan mulai Maret hingga Mei 2021 sesuai dengan data penerima manfaat yang terverifikasi di sistem Kemendikbud RI. Khusus pelanggan Telkomsel dapat melakukan pengecekan status pendaftaran nomor ponselnya dalam program bantuan paket Kuota Data Internet tahap dua dari Kemendikbud RI melalui \*363\*844#.

Telkomsel akan melanjutkan pengembangan jaringan *broadband* 4G/LTE yang merata dan setara di seluruh pelosok negeri dengan fokus pada peningkatan pengalaman gaya hidup digital masyarakat, termasuk guna mendukung proses pembelajaran jarak jauh secara daring. Sehingga seluruh masyarakat yang tinggal di pelosok negeri pun dapat merasakan kenyamanan dalam menggunakan kartu Telkomsel. Telkomsel juga telah berkomitmen untuk menggelar 1.500 BTS 4G/LTE di wilayah non-3T (terdepan, terpencil dan tertinggal) sesuai amanat pemerintah melalui Kemenkominfo RI. Untuk pemerataan akses jaringan *broadband* 4G/LTE di wilayah 3T, Telkomsel telah menggelar lebih dari 2.000 BTS yang merupakan bagian dari proyek BTS *Universal Service Obligation* (USO), hasil kolaborasi bersama Badan Aksesibilitas dan Informasi Kementerian Komunikasi dan Informatika (BAKTI Kominfo), guna mendukung usaha pemerintah untuk menyediakan jaringan 4G/LTE di seluruh desa pada 2022.

Alasan penulis memilih produk telkomsel karena, telkomsel memiliki nilai plus dimana telkomsel banyak memiliki keunggulan yaitu jaringan yang luas (*covarage*) yang dapat menjangkau daerah-daerah terpencil dan telkomsel selalu melakukan inovasi dengan menawarkan fasilitas sesuai kebutuhan masyarakat. Perusahaan ini tidak hanya berpacu pada keuntungan semata akan tetapi perusahaan ini berupaya untuk dapat meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Telkomsel sebagai salah satu provider yang memiliki jumlah pelanggan terbesar.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menulis judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Telkomsel Pada Mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah pokok dari pembahasan ini adalah: Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu seluler Telkomsel pada mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya?

## 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Di dalam penulisan laporan akhir ini, penulis membatasi ruang lingkup masalah agar penelitian yang akan dilakukan tidak menyimpang dari topik yang dibahas. Maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Telkomsel Pada Mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.**

## 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis,

Untuk mengetahui apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel pada mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Bagi Pembaca

Agar Pembaca dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan bacaan atau referensi untuk mengetahui keunggulan dari kualitas produk Telkomsel.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Secara garis besar manfaat penelitian Laporan Akhir ini dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis,

Pembahasan terhadap permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan di atas, diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Kartu Telkomsel. Secara teoritis manfaat penulisan ini akan membawa perkembangan terhadap ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sekaligus rujukan terutama dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Bagi Perusahaan,

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi yang berguna bagi penjual mengenai pentingnya menciptakan dan menyediakan produk yang berkualitas baik.

3. Bagi Pembaca,

Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau referensi untuk pembaca dan masyarakat luas terutama yang ingin memperdalam ilmu ekonomi bidang manajemen pemasaran.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Agar Laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Telkomsel Pada Mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang beralamat di Jl. Sriwijaya Negara, Bukit Lama, Bukit Besar, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30139.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Apabila peneliti misalnya menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan baik tertulis maupun lisan. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi data primer dan data sekunder (Sujarweni, 2014:73).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Jonathan Sarwono dalam Lenggang (2019: 52) menyebutkan bahwa data primer merupakan data yang tidak tersedia dalam bentuk file. Data ini harus digali sendiri oleh peneliti dengan melibatkan responden yang sudah ditentukan. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk disebarkan kepada responden, melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Sumber data primer pada penelitian ini adalah data-data yang secara langsung diperoleh dari mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya TA 2020/2021 yang melakukan pembelian kartu internet Telkomsel melalui wawancara dan kuesioner.

- b. Indriantoro dan Sekaran dalam R. Panji Gita Priambudi dan Endang Setyowati (2017: 440) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan sumber data penelitian yang didapatkan melalui media perantara yang berarti data diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.

Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data laporan atau dokumentasi yang telah tersedia yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Dalam hal ini misalnya buku-buku yang berkaitan dengan tema penelitian.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142). Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Tahun Akademik 2020/2021 sebanyak 474 mahasiswa sesuai dengan hasil rumus Slovin. Dikarenakan sistem pembelajaran sekarang ini menggunakan sistem pembelajarn daring, maka peneliti memutuskan untuk membagikan kuesioner tersebut melalui aplikasi whatsapp dalam bentuk google form di masing-masing kelas. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert. Menurut Sujarweni (2015:104) skala likert adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut merupakan bobot penilaian yang digunakan untuk mengukur dengan skala likert, yaitu:

|     |                                    |   |
|-----|------------------------------------|---|
| SS  | : Sangat Setuju di beri skor       | 5 |
| S   | : Setuju di beri skor              | 4 |
| CS  | : Cukup Setuju di beri skor        | 3 |
| TS  | : Tidak Setuju di beri skor        | 2 |
| STS | : Sangat Tidak Setuju di beri skor | 1 |

#### 2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur –literatur ilmiah. Data diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, artikel, dan hasil dari peneliti terdahulu.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sudjana (2010: 6), Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil yang menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari sifat-sifatnya.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

#### c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menurut Margono (2004) ialah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang berjumlah 474 mahasiswa. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh mahasiswa sebanyak 474 dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiono (2011:87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

- Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

- Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10 - 20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 474 mahasiswa, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

Besarnya sampel pada penelitian ini menggunakan sampling error sebesar 10%. Besar sampel Pada mahasiswa D-III Administrasi Bisnis menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{474}{1 + 474(0,10)^2}$$

$$n = 82,58 \text{ dibulatkan menjadi } 83$$

Berikut tabel jumlah populasi dan sampel pada mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya:

**Tabel 1.2**

**Jumlah Populasi dan Sampel Mahasiswa D-III Administrasi  
Bisnis Tahun 2020-2021**

| No            | Prodi                     | Populasi | Sampel |
|---------------|---------------------------|----------|--------|
| 1.            | D-III Administrasi Bisnis | 474      | 83     |
| Jumlah sampel |                           |          | 83     |

Sumber: Penulis, 2021

### **1.5.5 Analisis Data**

#### **a. Analisis Data Kuantitatif**

Analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan (Sugiyono, 2018:232).

Menurut Sugiyono, (2018:232), “Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik”. Penelitian ini, menganalisis data kuantitatif menggunakan statistik deskriptif yaitu statistik menggambarkan data yang tidak terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### **b. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2018:198) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Cara yang paling banyak dipakai untuk mengetahui validitas suatu alat pengukur ialah dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total. Skor total ialah nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item (Isna dan Wardo, 2013:341).

Uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa dilakukan penilaian langsung dengan metode korelasi person atau metode corrected item total correlation (Prayatno, 2011:24). Variabel melebihi nilai signifikansi maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Uji validitas digunakan untuk mengukur setiap butir pertanyaan yang ada pada kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlation item total correlation*) dengan  $r$  tabel.

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka butir pertanyaan tersebut valid.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini, penulis menghitung validitas dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

### **c. Uji Realibilitas**

Menurut Sugiyono (2018:201) dikatakan Reliabel apabila digunakan untuk mengukur berkali kali tapi tetap menghasilkan data yang sama (konsisten). Semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu hal pengukur dalam hal (Indikator dari variabel) semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Pada penelitian ini, penulis melakukan pengujian realibilitas dengan menggunakan metode uji statistik Cronch Alpha, Suatu variabel dikatakan realitibitas jika nilai alpha conbach diatas 60% maka dikatakan reliable. Penulis juga melakukan pengolahan data uji reabilitas ini dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

**d. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Sugiyanto (2018:298) Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausan satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

$$Y^2 = a + bX$$

Dimana:

- $Y^2$  = Subyek dalam variabel dipenden yang diprediksi (Kualitas Produk)
- $A$  = Harga  $Y$  bila  $X = 0$
- $b$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, dan bila  $(-)$  maka terjadi penurunan
- $X$  = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu (Penggunaan Keputusan Pembelian).

### e. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui diterima atau ditolaknya pendapat. Untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (Uji t).

Menurut Kuncoro (2018:107) Mengatakan Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

1. Uji menentukan Hipoteses Null ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) Hipotesis yang dibuat untuk uji t ini:
  - 1)  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Telkomsel Pada Mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
  - 2)  $H_a$ : Terdapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Telkomsel Pada Mahasiswa D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
3. Menentukan taraf signifikan sebesar 5%.