

**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Asflexi
(Studi Kasus Pelanggan Kartu AsFlexi Area Bandung)**

Jatu Nikidina Mardika

Angga Dewi Anggraeni, SE., MM

Diploma 4 Manajemen Bisnis, Politeknik Pos Indonesia

ABSTRACT

Based on the government program about Upgrade from Flexi to Telkomsel, consumers are required for migration, with the option of GSM operators from other companies, consumers are willing to choose in using the products of AsFlexi from Telkomsel which is seen from the quality of its products. With the services are international roaming, international SMS, a better signal quality in all areas Indonesia, a wider service coverage, does not need a combo, with a fixed rate saving. In addition Flexi number of customers that have been upgrade can still be reached and customers also get incentives accordingly. Based on the description and background above, it can be formulated the purpose of this research is, , to recognize the relationship quality of the product to purchase decision AsFlexi card, to recognize the effect of product quality to purchase decision AsFlexi card And to recognize the dimension of the product quality that most influence on purchasing decisions AsFlexi card.

The research method is using population techniques and sample. The sampling technique that used is simple random sampling. Kind of data which is used in this research are primary and secondary data for the analysis technical of the data in this research are using validity test, reliability test, descriptive analysis, simple linear regression analysis, correlation analysis and hypothesis testing.

Based on the result of the analysis that has been done, the results showed that the variables of Quality of the Product to Purchase Decision is significantly influence. It is revealed after analyzed so get 9.70 in the correlation results which means there is a very strong relationship between the quality of products on purchasing AsFlexi card decisions (case study AsFlexi customer in Bandung area).

keyword: product, product quality, purchase decision

BAB I PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini ada 3 provider besar yang menggunakan teknologi berbasis GSM yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Seluler Tbk. (Telkomsel), PT. *Indonesian Satellite Corporation* Tbk. (Indosat), dan PT. *Excelcomindo* Pratama Tbk. (Pro XL). Berdasarkan program pemerintah sesuai PM.No.30 Tahun 2014 dan KM.No 934 Tahun 2014 tentang penataan pita frekuensi dan pengalihan izin penggunaa frekuensi 800 Mhz. PT.Telkom melakukan program *Upgrade Layanan Flexi* ke Telkomsel untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan Flexi. *Upgrade Layanan Flexi* ke Telkomsel adalah bentuk apresiasi keberpihakan Flexi (Telkom) kepada Pelanggannya untuk mendapatkan benefit yang lebih besar yaitu cakupan layanan lebih luas, sinyal lebih kuat dengan tarif tetap hemat serta dilayani Telkomsel sebagai operator layanan seluler terbesar di Indonesia.

Sebagai perusahaan penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. PT. Telkom Indonesia memberikan pelayanan berupa sambungan telepon kabel dan telepon nirkabel, komunikasi seluler, layanan jaringan dan internet. Salah satu produk telepon nirkabel adalah Telkom flexi yang merupakan produk telepon *fixed wireless* yang dikeluarkan oleh PT.Telkom yang berlisensi *Fixed Wireless Access* (Telepon Tetap Nirkabel).

Flexi memanfaatkan jaringan CDMA frekuensi 800 Mhz untuk seluruh wilayah di Indonesia. Sebelumnya untuk wilayah Jakarta & Jawa Barat dengan menggunakan frekuensi 1900

Mhz sudah dimigrasi ke 800 Mhz sejak tanggal 31 Juli 2007.

Salah satu provider yang menggunakan teknologi berbasis GSM yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Seluler Tbk. (Telkomsel) yang merupakan anak perusahaan dari PT.Telkom Indonesia. Telkomsel hadir untuk menginspirasi masyarakat dengan memanfaatkan teknologi terdepan, produk dan layanan kompetitif, serta solusi inovatif. Kecintaan Telkomsel pada negeri inilah yang selalu menginspirasi untuk terus berkarya menghadirkan layanan dan inovasi berkelanjutan bagi negeri. Produk Telkomsel antara lain 4G lite, KartuHalo, Simpati, Kartu As, Kartu As Flexi (merupakan gabungan dari operator Flexi), Kartu LOOP, Internet dan lain-lain. Telkomsel mendirikan GraPARI (Graha Pari Sraya) sebagai pusat layanan bagi pelanggan Telkomsel, yang memfokuskan diri untuk melayani para pelanggannya, GraPARI juga menyediakan penjualan produk sendiri seperti kartuHALO dan simPATI.

Dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan kualitas produk yang baik, disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhannya yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller 2012:131). Kualitas produk, harga, lokasi dan promosi merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Kotler (Dalam Rezky,2014:2).

Berdasarkan program dari pemerintah tentang *Upgrade* Layanan Flexi ke Telkomsel. Konsumen diharuskan untuk migrasi, dengan adanya pilihan operator GSM dari perusahaan lain, konsumen bersedia untuk memilih menggunakan produk dari Telkomsel salah satunya adalah AsFlexi dilihat dari kualitas produknya. Dengan layanan antara lain *Roaming International*, *SMS International*, Kualitas sinyal yang lebih baik di hampir seluruh wilayah Indonesia, *Coverage* layanan yang lebih luas, tidak perlu combo, dengan tarif tetap hemat. Selain itu nomor Flexi pelanggan yang telah di *upgrade* masih tetap bisa dihubungi dan pelanggan juga mendapatkan insentif sesuai ketentuan.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka akan akan dibuat suatu penelitian mengenai **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu AsFlexi (Studi Kasus Pelanggan kartu AsFlexi Area Bandung).**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah :

1. Bagaimana Hubungan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian kartu AsFlexi?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian kartu As Flexi?
3. Dimensi Kualitas produk yang paling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian kartu AsFlexi?

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Produk

Produk pada dasarnya dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, antara lain berdasarkan pada daya tahan produk dalam penggunaannya atau wujud produk tersebut. Konsep produk menurut Kotler dan Keller (2012:18) mengemukakan bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja atau inovatif terbaik.

Kotler dan Amstrong (2012:224) mengemukakan bahwa produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar objek nyata benda, seperti Mobil, komputer atau ponsel. Secara luas produk juga mencakup peristiwa, orang, tempat, organisasi, ide atai campuran ini.

Tjiptono (2012:315) mengemukakan bahwa Produk adalah segala sesuatu (barang, jasa, orang, tempat, ide, informasi, dan atau organisasi yang bisa ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat digambarkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar yang dapat memenuhi kebutuhan manusia.

2.2 Kualitas Produk

Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Apa kualitas itu? Berbagai ahli mendefinisikannya sebagai kecocokan untuk digunakan, pemenuhan tuntutan, bebas dari variasi dan seterusnya. Definisi *American Society for Quality Control*: Kualitas adalah totalitas

fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhannya yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller 2012:131). Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka.

2.3 Keputusan pembelian

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen. Tujuh komponen tersebut antara lain adalah sebagai berikut, Swastha (2014:102) :

1. Keputusan tentang jenis produk
2. Keputusan tentang bentuk produk
3. Keputusan tentang merek
4. Keputusan tentang penjual
5. Keputusan tentang jumlah produk
6. Keputusan tentang waktu pembelian
7. Keputusan tentang cara pembayaran

2.4 AsFlexi

Kartu As Flexi adalah perdana baru Kartu As dengan tarif khusus Voice & SMS untuk sesama pengguna kartu AsFlexi yang disesuaikan dengan tariff Voice & SMS yang berlaku pada Kartu Flexi. Kartu AsFlexi memiliki metode penomoran khusus, yaitu 0851xxx. Perdana Kartu AsFlexi hanya dapat dinikmati oleh pelanggan Telkom Flexi Trendy yang berkepentingan datang ke Plasa Telkom untuk melakukan penggantian kartu AsFlexi. Proses

penggantian kartu menjadi kartu AsFlexi hanya dapat dilakukan di Plasa Telkom.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan objek adalah pelanggan kartu AsFlexi area Bandung. Dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu AsFlexi.

3.2 Metode Penelitian

Menurut sugiyono (2013:5) mengemukakan bahwa Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang menggunakan data tersebut. Data yang diperoleh adalah pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti. Data Primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada. Data tersebut sudah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan-tujuan yang tidak mendesak dan relevan. Data sekunder dalam

penelitian ini adalah data mengenai jumlah pelanggan AsFlexi di Area Bandung.

3.4. Metode Penarikan Sampel

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek /subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2013:115).

3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data mengenai objek penelitian digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara
Pengumpulan data melalui komunikasi secara langsung dengan sumber yang bersangkutan.
2. Studi Pustaka
Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan membaca buku-buku literatur yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Keputusan pembelian serta beberapa jurnal dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.
3. Kuesioner
Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan akan memberi respon atas pertanyaan tersebut.

4. Observasi

Pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti.

3.6 Uji Validitas

Dalam penelitian ini menggunakan Uji validitas, Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. (Sugiyono 2013:455).

Menurut (Sugiyono,2012:178) kriteria atau syarat suatu item tersebut dinyatakan valid adalah bila korelasi tiap faktor tersebut bernilai positif dan besarnya 0,3 keatas.

3.7 Uji Reliabilitas

Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono 2013:456). Suatu *instrument* dikatakan reliabel jika nilai *cornbach's alpha* (α) apabila lebih besar dari 0,6 (Trihendradi 2011:211).

3.8 Teknik Analisis data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Teknik Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat

kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2013:206).

3.8.2 Analisis Korelasi

Digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama (Sugiyono 2013:356). Dalam penelitian ini analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian kartu AsFlexi.

3.8.3 Analisis Regresi

Digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya (Sugiyono 2013:213).

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan software SPSS 20 mengenai ketepatan indikator pertanyaan dalam kuesioner yang meliputi bentuk (*form*), ketahanan (*durability*), keandalan (*reliability*), Desain (*design*), keistimewaan produk (*features*), kinerja (*performance*), jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, jumlah produk, waktu pembelian, cara pembayaran. Menghasilkan *Corrected Item-Total Correlation* dengan besar $> 0,3$, Bila korelasi tersebut positif dan besarnya $0,3$ ke atas maka dinyatakan valid. Dari hasil pengujian diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator meliputi bentuk (*form*), ketahanan (*durability*), keandalan (*reliability*), Desain (*design*), keistimewaan produk (*features*), kinerja (*performance*), jenis

produk, bentuk produk, merek, penjual, jumlah produk, waktu pembelian, cara pembayaran dinyatakan valid untuk dianalisis lebih lanjut.

4.2 Uji reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .985 | 15 |

Dari tabel di atas diketahui bahwa kuesioner yang dipergunakan *reliable*, karena nilai *Cronbach's Alpha* 0,985 diatas 0,6 (Trihendradi 2011:211). Dengan demikian, penyebaran kuesioner dapat dilanjutkan sebagai langkah pengumpulan data.

4.3 Analisis Data Deskriptif

a. Variabel Kualitas produk

Dari semua analisis deskriptif yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi keitimewaan dan kinerja memiliki tingkat persetujuan paling tinggi sebesar 82,4%, karena itu merupakan kelebihan dari kartu AsFlexi yang diberikan kepada pelanggan yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Sesuai dengan teori Kotler (dalam, Suryani 2013:8) mengemukakan bahwa kualitas kinerja menggambarkan kinerja atau tingkat kemampuan operasional suatu produk. Sedangkan keistimewaan produk merupakan karakteristik atau sifat yang menunjang fungsi-fungsi dasar suatu produk.

b. Variabel Keputusan Pembelian

Dari semua analisis deskriptif yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa

penilaian responden terhadap keputusan pembelian berdasarkan bentuk produk memiliki tingkat persetujuan paling tinggi sebesar 82,9%. Sesuai dengan teori Swastha (2014:102) mengemukakan bahwa dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

4.4 Analisis Korelasi

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X (Kualitas Produk) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian). Tujuannya adalah untuk memastikan antara kedua variabel apakah tingkat hubungannya sangat kuat, kuat, cukup kuat.

Hasil korelasi menunjukkan angka 0,970 artinya bahwa korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah sangat kuat, karena berada diantara 0,80 -1000.

4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel X (Kualitas Produk) dan variabel Y (Keputusan Pembelian). Tujuannya adalah untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel *dependent* dalam hubungannya dengan nilai variabel lain.

Berdasarkan tabel analisis regresi linier sederhana bahwa *R square* pada tabel summary menunjukkan nilai 0,941 yang berarti 94,0% merupakan pengaruh dari Kualitas Produk dan sisanya yaitu 6,0% merupakan faktor – faktor lain di luar kualitas produk.

4.6 Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Pada ANOVA, nilai $F = 5441,036$ dengan $p = 0,000$. Oleh karena $p < 0,05$; maka regresi dapat dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian, atau secara bersama-sama variabel bebas Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada taraf kepercayaan 95%.

Oleh karena $F\text{-hitung} = 5441,036 > F\text{-tabel}(0,05) = 3,86$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulannya, bahwa variabel *independent* (kualitas produk) dengan signifikan memberikan kontribusi terhadap variabel *dependent* (keputusan pembelian).

4.7 Analisis Regresi Dimensi

Dari semua analisis Regresi dimensi yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi Keandalan memiliki tingkat persetujuan paling tinggi sebesar 9,84%. Sesuai dengan teori Kotler (2010:361) mengemukakan bahwa dengan keandalan dapat mengukur suatu produk tidak akan rusak dalam waktu tertentu.

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi yang dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian kartu AsFlexi (Studi kasus Pelanggan AsFlexi Area Bandung) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan identifikasi masalah mengenai Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan kartu AsFlexi, menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X dan Variabel Y tersebut

sangat kuat. Bisa dilihat dalam Tabel Analisis Korelasi.

2. Terdapat pengaruh antara Kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kartu AsFlexi yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Adapun besarnya pengaruh yaitu sebesar 94% merupakan pengaruh dari kualitas produk dan sisanya 6,0% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas produk.
3. Dimensi Kualitas Produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan kartu AsFlexi adalah Dimensi Keandalan yang mempunyai pengaruh sebesar 9,84% dan sisanya 0,16 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyatakan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi divisi *customer care* PT. Telkom Indonesia Divisi Regional 3, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk tetap mempertahankan kualitas produk kartu AsFlexi agar pelanggan tetap bertahan menggunakan kartu AsFlexi dengan memberikan insentif lain seperti pemberian poin berhadiah.
2. Untuk tetap mempertahankan kualitas produk kartu AsFlexi agar pelanggan tetap bertahan menggunakan kartu AsFlexi dilihat dari faktor lain diluar kualitas produk. Dengan 4G LTE diharapkan kualitas produk semakin

meningkat karena didukung oleh layanan yang lebih luas, kecepatan untuk *upload* dan *download* semakin lancar. Sehingga pengaruh keputusan pembelian akan semakin meningkat.

3. Untuk tetap mempertahankan kualitas produk kartu AsFlexi dilihat dari dimensi kualitas produk, dimensi keandalan yang paling berpengaruh. Oleh sebab itu kartu AsFlexi perlu ditambah *features* dimensi kualitas produk yang lain seperti bentuknya yang bisa di bongkar pasang disesuaikan dengan bentuk Hp. Dimensi kualitas produk ketahanan, kartu AsFlexi menggunakan bahan yang tidak mudah tergores dan tahan panas ketika lama digunakan. Dimensi kualitas produk keandalan, dengan menggunakan kartu AsFlexi jaringannya luas, sinyalnya kuat dan tarifnya tetap hemat untuk telepon dan SMS.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggipura, Ershandi Allan, 2013. Jurnal: Analisis pengaruh atribut Produk terhadap keputusan pembelian motor Suzuki Satria FU 150CC di Kota Malang (Online), diakses 05 Mei 2015
- Kotler, Amstrong. 2012. *Principles of marketing*, Edisi Keempatbelas. New Jersey.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Marketing Management*, Edisi Keempatbelas. New Jersey.

- Lenzun, J. Jessica dkk. 2014. Jurnal: Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan menggunakan kartu prabayar Telkomsel (online), diakses 21 April 2015.
- PT.Telkom Indonesia Divisi regional 3 Bandung Jawa Barat.
- Rezky,2014. Jurnal: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ruko pada CV. Sinar Jaya global Steel Padang (Online) (<http://www.journal.unitas-pdg.ac.id>, diakses 07 April 2015).
- Sugiyono, 2013. Metode penelitian Bisnis. Alfabeta : Bandung
- Sunyoto, 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. CAPS : Yogyakarta
- Suryani,2013. Jurnal: Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Dr. Resto Padang (Online), (<http://www.journal.unitas-pdg.ac.id>, di akses 14 April 2015).
- Swastha, 2014. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, edisi pertama. BPFE:Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Strategik, edisi 2. Andi : Yogyakarta
- Trihendradi, 2011. Langkah mudah melakukan Analisis Statistik menggunakan SPSS19. Andi : Yogyakarta.
- (<http://www.telkomsel.com/mytelkomsel>, diakses 05 April 2015)
- (<https://my.telkom.co.id/knowledge-base/index.php?pID=173>, diakses 05 Juli 2015)
- (<http://www.datacon.co.id/Telekomunikasi-2011Industri.html>,diakses 05 April 2015)