

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Rental mobil merupakan sebuah kegiatan bisnis, dimana pihak pertama yang mempunyai mobil menyediakan dan memberikan jasa rental mobil menggunakan tarif sewa dengan harga per-hari, per-minggu, per-bulan, hingga kontrak kepada pihak ke dua yang membutuhkan dan ingin merental mobil. Pihak pertama yang mempunyai mobil biasanya dapat memberikan mobil tersebut untuk direntalkan ketika pihak ke dua sudah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak pertama.

Dalam bisnis rental mobil biasanya ada beberapa layanan yang disediakan, seperti perusahaan CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang menyediakan layanan rental mobil sebagai berikut:

##### **1. Sewa Kendaraan Dengan Supir**

Sewa kendaraan dengan supir biasanya biaya sewa merental mobil ditambah dengan biaya jasa supir, biaya *e-Tol*, biaya

parkir, dan biaya bensin. Tapi belum termasuk dengan biaya makan dan minum supir.

2. Sewa Kendaraan Tanpa Supir (Lepas Kunci)

Sewa kendaraan lepas kunci biasanya hanya biaya sewa merental mobil saja.

3. Pelayanan Paket Pernikahan (Dengan Supir Atau Lepas Kunci)

Pelayanan paket pernikahan memberikan pelayanan dengan dekorasi mobil untuk pernikahan, biasanya untuk dekorasi ini pihak pertama yang merentalkan mobil akan menambahkan tarif untuk dekorasi mobilnya.

4. Drop Off (Pengantaran Konsumen)

Pelayanan *drop off* adalah layanan yang disediakan untuk konsumen yang memerlukan pengantaran ke tujuan luar kota. Pihak pertama yang merentalkan mobil akan mengantar konsumen ke tempat tujuannya saja tidak ditunggu hingga keperluannya selesai. Biasanya layanan ini menggunakan tarif sewa dengan mengukur jarak pengantaran yang dituju atau berapa lama waktu yang

dibutuhkan untuk sampai ke tempat tujuan dan biaya *e-tol* jika jalan yang digunakan melalui jalan tol.

5. Pick and Drop (Jemput dan Antar)

Pelayanan *pick and drop* adalah layanan yang disediakan untuk konsumen yang memerlukan penjemputan dan pengantaran. Pihak pertama yang merentalkan mobil akan menjemput konsumen dan mengantaran konsumen ke tempat tujuannya. Biasanya layanan ini menggunakan tarif sewa dengan mengukur jarak penjemputan dan pengantaran yang dituju atau berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke tempat tujuan dan biaya *e-tol* jika jalan yang digunakan melalui jalan tol.

Ketika merental mobil, konsumen diwajibkan untuk mengikuti ketentuan dan kebijakan rental mobil, di perusahaan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya mempunyai ketentuan dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh perusahaan khususnya untuk layanan lepas kunci (tanpa supir), berikut adalah ketentuan dan kebijakan yang telah ditetapkan tersebut:

1. Jika ada kerusakan *body* mobil adalah tanggung jawab konsumen
2. Jika terjadi kecelakaan adalah tanggung jawab konsumen
3. Jika terjadi kesalahan atau melanggar lalu lintas (Tilang) adalah tanggung jawab konsumen
4. Jika kehilangan STNK kendaraan yang disewa, atau kendaraan yang disewa adalah tanggung jawab konsumen.
5. Kerusakan yang disebabkan oleh konsumen adalah tanggung jawab konsumen.
6. Penyewa Dilarang Melakukan:
  - a. Menggadaikan Kendaraan
  - b. Menyewakan Kembali Kepada Orang Lain
  - c. Menjual Kendaraan
  - d. Memindah Tangankan Sewa
  - e. Menggunakan Mobil Untuk Tindak Kejahatan
  - f. Dilarang Meninggalkan STNK Mobil, Kunci Kontak Dan Karcis Parkir di Dalam Kendaraan Saat Sedang Parkir
  - g. Kendaraan Hanya Dapat Dikemudikan Oleh Orang

### Yang Memiliki SIM

Untuk merental mobil, konsumen diwajibkan untuk memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh pihak pertama yang mempunyai mobil, di perusahaan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya meberikan persyaratan untuk konsumen yang merental mobil sebagai berikut:

Persyaratan harus dikirimkan melalui Whatsapp ataupun diserahkan secara langsung untuk dilakukan pengecekan data pribadi terlebih dahulu, jika data penyewa sudah terkonfirmasi tidak memiliki riwayat kejahatan dalam daftar hitam organisasi BRN (Buser Rentcar Nasional) maka penyewa dapat melengkapi persyaratannya untuk merental mobil, adapun persyaratannya sebagai berikut:

1. Persyaratan Sewa Kendaraan Mobil Untuk Perorangan:
  - a) Foto Copsy atau Foto KTP Penyewa
  - b) Foto Copsy atau Foto SIM Pengemudi
  - c) Foto Copsy atau Foto Kartu Keluarga Penyewa
  - d) Foto Copsy atau Foto Kartu Tanda Pekerja atau Kartu Tanda Mahasiswa Peenyewa

- e) Foto Copy atau Foto Buku Nikah Penyewa
  - f) Surat Persetujuan Orang Tua (Jika Belum Menikah)  
Penyewa
  - g) Screenshot Akun Media Sosial (Facebook,  
Instagram, Tiktok, Dll) Penyewa
  - h) Mengikuti Akun Media Sosial Perusahaan
  - i) Foto diri (Selfie) di Depan Rumah Penyewa
  - j) ShareLocation Map Rumah Penyewa
  - k) Bersedia Disurvey
  - l) Menitipkan Kendaraan Model Baru Beserta STNK  
Penyewa Sebagai Jaminan
2. Persyaratan Sewa Kendaraan Mobil Untuk Perusahaan:
- a) Foto Copy atau Foto KTP Penanggung Jawab
  - b) Foto Copy atau Foto SIM Pengemudi
  - c) Foto Copy atau Foto SIUP dan NPWP Perusahaan
  - d) Foto Copy atau Foto Akte Pendirian Perusahaan
  - e) Foto Copy atau Foto Tanda Daftar Perusahaan
  - f) Surat Keterangan Domisili Perusahaan
  - g) Foto Copy atau Foto Rekening Koran 3 Bulan  
Terakhir

- h) Surat Pemesanan Kendaraan Dari Perusahaan
- i) Surat Kuasa Jika Bukan Direktur Perusahaan Yang Bertanggung Jawab
- j) Bersedia Disurvey Kantor dan Tempat Tinggal Penanggung Jawab

## **B. Strategi Pemasaran di Media Sosial dan Website Terhadap Pendapatan Perusahaan Rental Mobil CV. Sinar Banten Dijaya**

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan H. Slamet Yadi, sebagai direktur perusahaan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang menjelaskan bahwa, perkembangan teknologi yang cepat tidak bisa kita salahkan ataupun kita khawatirkan, namun mengikuti perkembangan teknologi merupakan sebuah peluang bagi perusahaan untuk lebih berkembang, memang membutuhkan banyak hal untuk mengikuti perkembangan ini.

Seperti *facebook* yang banyak penggunanya dapat kita manfaatkan juga untuk digunakan sebagai bisnis, dengan cara membuat halaman profil di *facebook* dan memposting konten kita

dapat mengenalkan perusahaan dan jasa yang kami sediakan kepada masyarakat yang menggunakan *facebook*. Selain itu ada fitur yang disediakan oleh facebook khusus penggunanya yang ingin berjualan dan membeli sesuatu, fitur itu bernama *marketplace*.

Jika kita ingin mencapai lebih banyak lagi orang yang menerima konten yang kita posting, kita bisa gunakan layanan iklan berbayar yang sudah disediakan oleh *facebook*.

Namun untuk *website* kami tidak begitu fokus, karena jarang ada orang yang mengunjungi *website* kami, ada beberapa itupun melihat *website* kami dari akun *media sosial* kami yang kami sematkan di *bio profil* akun *media sosial*. Mungkin orang tersebut ingin memastikan perusahaan kami, apakah perusahaan kami betul menyewakan mobil atau tidak, dan memastikan nomer kontak kami.

Mungkin untuk *website google map* kami fokuskan, karena memang banyak konsumen yang datang dan mengetahui rental mobil kami melalui *google map*, mungkin karena konsumen juga mencari tempat rental mobil yang terdekat dengan mereka maka mencarinya melalui *google map*.



Kami fokuskan juga pengiklanan google map, karena dengan mengiklankan halaman google map kami konsumen yang mencari rental mobil di Kota Serang akan menemukan halaman kami lebih dulu dari pada halaman orang lain.

Biasanya untuk pengiklanan kami lakukan dihari selasa sampai hari jum'at. Karena rata-rata konsumen yang merental mobil ada di hari jum'at sampai hari minggu. Memang awalnya kami keberatan dengan biaya iklan, apalagi sebelumnya kami hanya menyewakan mobil kepada konsumen yang kami kenal saja, atau *konsumen referensi* (orang lain yang mendapat informasi dari konsumen). Karena kami masih khawatir akan adanya tindakan kejahatan seperti mobil dibawa kabur atau dijual ataupun digadaikan.

Namun sebagai pengusaha dan memiliki perusahaan, kami harus berkembang dan berani mengikuti perkembangan teknologi ini, maka untuk mengurangi resiko dan mengurangi kesempatan tindakan kejahatan kami memberikan persyaratan, maupun kebijakan dan ketentuan perusahaan untuk konsumen.

Mungkin untuk pemasaran dibagian promosi selain menggunakan fitur iklan kami juga mengikuti *tranding konten*.

Karena mengikuti *trand* sangat penting agar masyarakat yang melihat konten kita tertarik.

Dari upaya yang kita lakukan untuk pemasaran memberikan keuntungan, selain itu memberikan konsumen yang terus kembali merental mobil di perusahaan kami. Mungkin salah satunya faktornya karena pelayanan yang kami berikan, seperti pengantaran dan menjemput mobil yang dirental ke rumah konsumen, mobil yang bersih, dan mobil yang kami sediakan juga selalu update terbaru.<sup>1</sup>

### C. Karakteristik Data Responden dan Data Kuisisioner

#### 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

**Table 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki-Laki	21
Perempuan	12
Jumlah	33

---

<sup>1</sup> Slamet Yadi, Direktur Perusahaan CV. Sinar Banten Dijaya, wawancara dengan penulis di kantornya, tanggal 23 Mei 2022.

## 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

**Table 2. Karakteristik Berdasarkan Usia**

Kelompok Umur	Umur	Jumlah Responden
Remaja	12-25 Tahun	25
Dewasa	26-45 Tahun	7
Lansia	46-65 Tahun	1

## 3. Tanggapan Responden Terhadap Kuisioner Penelitian

## a) Variabel X1

**Table 3. Tanggapan Responden Variabel X1**

No	Skor					Jumlah
	SS/5	S/4	CS/3	TS/2	STS/1	
1	17	12	2	1	1	33
2	16	11	2	4	0	33
3	14	12	5	2	0	33
4	12	12	6	2	1	33
5	13	10	6	2	1	33
6	16	10	4	3	0	33

b) Variabel X2

**Table 4. Tanggapan Responden Variabel X2**

No	Skor					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
7	14	13	3	2	1	33
8	13	14	3	3	0	33
9	14	15	1	3	0	33
10	14	13	3	2	1	33
11	14	14	3	2	0	33
12	14	15	1	2	1	33

c) Variabel Y

**Table 5. Tanggapan Responden Variabel Y**

No	Skor					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
13	15	11	4	2	1	33
14	11	14	5	3	0	33

15	15	12	3	2	1	33
16	17	10	4	2	0	33
17	16	12	3	1	1	33
18	15	11	7	0	0	33
19	12	11	9	0	0	33
20	12	16	4	1	0	33
21	9	14	8	2	0	33
22	8	11	11	2	1	33
23	10	20	3	0	0	33
24	11	15	5	1	1	33
25	12	13	7	1	0	33

## D. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauhmana alat pengukur dapat mengukur apa yang hendak diukur.<sup>2</sup> Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka indikator dari variabel tersebut dapat dikatakan valid. Berikut adalah tabel hasil uji validitas menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product And Service Solutions*).

Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X1)

**Table 6. Hasil Uji Validitas Variabel X1**

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0.841	0.344	valid
2	0.572	0.344	valid
3	0.924	0.344	valid
4	0.923	0.344	valid
5	0.917	0.344	valid
6	0.941	0.344	valid

---

<sup>2</sup> Irsan, dan Kemas Welly A. P, ....., h.98

Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X2)

**Table 7. Hasil Uji Validitas Variabel X2**

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
7	0.909	0.344	valid
8	0.91	0.344	valid
9	0.918	0.344	valid
10	0.951	0.344	valid
11	0.834	0.344	valid
12	0.809	0.344	valid

Uji Validitas instrument kuesioner variabel (Y)

**Table 8. Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
13	0.572	0.344	valid
14	0.583	0.344	valid
15	0.792	0.344	valid
16	0.806	0.344	valid
17	0.797	0.344	valid
18	0.8	0.344	valid
19	0.757	0.344	valid
20	0.7	0.344	valid
21	0.772	0.344	valid
22	0.692	0.344	valid
23	0.434	0.344	valid
24	0.836	0.344	valid
25	0.725	0.344	valid

Analisis Output SPSS:

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa, seluruh nilai r-hitung untuk item pertanyaan kuesioner pada variabel penelitian yang digunakan menghasilkan nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah bagaimana instrumen pengukuran secara konsisten mengukur apapun konsep yang sedang diukur.<sup>3</sup> Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan nilai hitung *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ), jika nilai hasil hitung *cronbach's alpha*  $> 0,5$  maka reliabilitas dapat diterima atau dengan kata lain pengujian tersebut bias dikatakan variabel. Pengujian dari reliabilitas untuk masing-masing variabel diperoleh data sebagai berikut :

**Table 9. Hasil Uji Reliabilitas Sumber SPSS**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	3

<sup>3</sup> Uma Sekaran, Roger Bougie , H.35



**Table 10. Hasil Pengolahan data Uji Reliabilitas**

NO	Variabel	cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	Keterangan
1	MediaSosial	0,825	Reliable
2	WebSite	0,829	Reliable
3	Pendapatan	0,780	Reliable

#### Analisis Output SPSS:

Data pengujian reliabilitas dalam tabel diatas menunjukkan semua variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) yang lebih besar dari 0,5 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variable, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.<sup>4</sup>

Model regresi yang baik adalah distribusi data

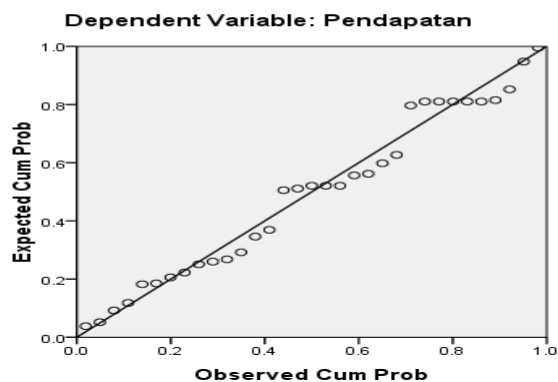
---

<sup>4</sup> Dodi Fahmeyzan, ....., h.,32.

normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalnya data dapat dilihat melalui output grafik kurva normal p-plot. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis grafik. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu sebagai berikut :

- Jika data penyebaran disekitar garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data penyebaran jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



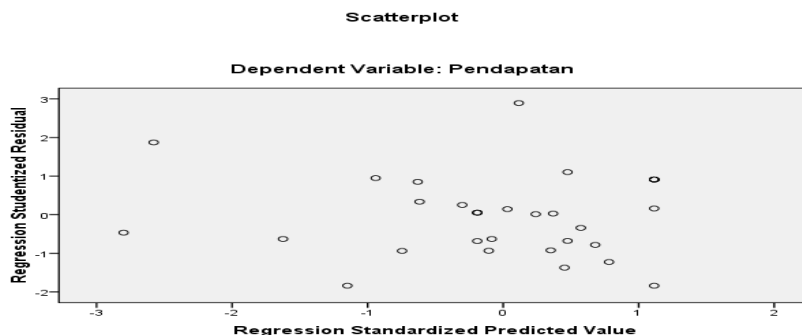
**Table 11. Hasil Uji Normalitas P-Plot Sumber SPSS**

Analisis Output SPSS:

Berdasarkan grafik p-plot pada gambar diatas ini memperlihatkan penyebaran (titik) disekitar garis regresi (diagonal) dan penyebaran titik-titik data secarah mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



**Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Analisis Output SPSS:

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang bergelombang, melebar, kemudian menyempit, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variable dependen secara bersama-sama maupun secara parsial. Berdasarkan analisis data yang menggunakan perhitungan regresi berganda dengan program *Statistical Product And Service Solution* (SPSS) , maka didapatkan hasil sebagai berikut :

**Table 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Sumber SPSS**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.496	4.029		3.350	.002
MediaSoasial	.814	.188	.494	4.338	.000
WebSite	.781	.188	.475	4.164	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Analisis Output SPSS:

- Nilai konstanta sebesar 13.496 menyatakan bahwa jika tidak ada variable bebas (*Media Sosial dan Web Site*) maka Pendapatan tetap menghasilkan nilai sebesar 13.496 atau dengan kata lain. Jika variabel X1, dan X2 sama dengan 0 maka Pendapatan tetap menghasilkan 13.496.
- Nilai koefisien regresi X1 bernilai positif sebesar 0,814. Hal ini menyatakan bahwa, jika setiap kenaikan 1 tingkat nilai X1 (*Media Sosial*) akan mempengaruhi peningkatan Pendapatan bertambah besar sebesar 0,814 dengan

anggapan variabel bebas lain tidak mempengaruhi atau tetap

- Nilai koefisien regresi X2 bernilai positif sebesar 0,781. Hal ini menyatakan bahwa, jika setiap kenaikan 1 tingkat nilai X2 (*Web Site*) akan mempengaruhi peningkatan Pendapatan bertambah besar sebesar 0,781 dengan anggapan variabel bebas lain tidak mempengaruhi atau tetap.
- Dengan demikian variabel (X1) strategi pemasaran di media sosial dan variabel (X2) strategi pemasaran di website mempengaruhi peningkatan variabel (Y)Pendapatan.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Uji statistik T digunakan untuk mengetahui masing-masing variable independen terhadap variabel dependen. Syarat diterimanya hipotesis apabila nilai  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dengan taraf

signifikan  $< 0,05$ . Dengan menggunakan sampel sebanyak 33 konsumen dengan  $df = n-k-1$  atau  $df = 33-2-1 = 30$ , maka diperoleh t-tabel (2.042) dengan tingkat signifikansinya ( $\alpha$ ) 0,05.

**Table 13. Hasil Uji T Parsial Sumber SPSS Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.496	4.029		3.350	.002
MediaSoasia 1	.814	.188	.494	4.338	.000
WebSite	.781	.188	.475	4.164	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Analisis Output SPSS:

- Pengujian hipotesis H1

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{A-1}$  diterima dan  $H_{O-1}$  ditolak, dan nilai t hitung  $4,338 > t$  tabel 2,042, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel X1 terhadap variabel Y.

- Pengujian hipotesis H2

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa HA-2 diterima dan HO-2 ditolak, dan nilai t hitung  $4,164 > t$  tabel  $2,042$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel X2 terhadap variabel Y.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikan pengaruh dimensi variable bebas secara simultan terhadap variabel terikat dapat dilakukan dengan uji-F. Syarat diterimanya hipotesis apabila nilai f-hitung  $< f$ -tabel atau f-hitung  $> f$ -tabel dengan taraf signifikan  $< 0,05$ . Dengan menggunakan sampel sebanyak 33 konsumen dengan  $df1 = k-1$  dan  $df2 = (n-k-1)$  atau  $df1 = (2-1) = 1$  dan  $df2 = (33-2-1) = 30$ , maka diperoleh f-tabel (4,171) dengan tingkat signifikansinya ( $\alpha$ ) 0,05.

**Table 14. Hasil Uji F Simultan Sumber SPSS**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1721.820	2	860.910	50.141	.000 <sup>a</sup>
	Residual	515.089	30	17.170		





1	.877 <sup>a</sup>	.770	.754	4.144	.770	50.141	2	30	.000
---	-------------------	------	------	-------	------	--------	---	----	------

a. Predictors: (Constant), WebSite, MediaSoasial

#### Analisis Output SPSS:

Berdasarkan output di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,770, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 77%

#### d. Uji Koefisiensi Korelasi

#### Analisis Output SPSS

- Nilai signifikansi f change sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka bisa disimpulkan bahwa Variabel X1, dan X2, memiliki hubungan yang signifikan terhadap Y secara simultan
- Nilai R (Koefisien Korelasi) sebesar 0,877 maka bisa disimpulkan tingkat hubungan antara X1 dan X2 terhadap Y secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat.

### E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Berdasarkan hasil uji parsial yang telah diuraikan

sebelumnya menjelaskan bahwa t-hitung variabel X1 adalah nilai t hitung  $4,338 > t$  tabel  $2,042$ , dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka hipotesis HO-1 ditolak dan HA-1 diterima. Yang berarti variabel strategi pemasaran di Media Sosial Berpengaruh terhadap variabel pendapatan rental mobil di CV. Sinar Banten Dijaya.

2. Kemudian hasil uji parsial berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, t-hitung variabel X2 adalah  $4,164 > t$  tabel  $2,042$ , dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka hipotesis HO-2 ditolak dan HA-2 diterima. Yang berarti variabel strategi pemasaran di WebSite Berpengaruh terhadap variabel pendapatan rental mobil di CV. Sinar Banten Dijaya.
3. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya menjelaskan bahwa, variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Y dengan nilai f-hitung  $50,141 > f$  tabel  $4,171$ , dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . maka HO-3 ditolak dan hipotesis yang diterima adalah HA-3. Yang berarti variabel strategi pemasaran di

Media Sosial dan WebSite secara simultan Berpengaruh terhadap variabel pendapatan rental mobil di CV. Sinar Banten Dijaya.

- 4.
5. Hasil analisis yang diuraikan Uji Koefisiensi Korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y memiliki nilai sebesar 0,877. Dari nilai tersebut bahwa hubungan antara variabel X1 dan variabel X2 memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.
6. Adapun hasil analisis melalui Uji Koefisien Determinasi besarnya pengaruh variabel dependen adalah sebesar 0,770, hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh hubungan antar variabel sebesar 77%.
7. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan menunjukkan bahwa variabel Strategi pemasaran di media sosial dan website berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap variabel pendapatan rental mobil di perusahaan CV. Sinar Banten Dijaya.