

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Kondisi Objektif Penelitian

Gojek Indonesia atau yang memiliki nama lain PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa satu ini merupakan layanan pemesanan ojek melalui aplikasi mobile. Aplikasi ini dapat diunduh di Apple store maupun Play Store dan merupakan karya anak bangsa, Nadiem Makarim. Aplikasi ini diluncurkan ke publik pertama kali pada tahun 2010 di Ibu kota dan sampai sekarang telah di unduh oleh pengguna Android hingga 50+ juta kali. Sampai detik ini, perusahaan Gojek sudah tersedia lebih dari 50 kota di Indonesia, bahkan ekspansinya sampai ke negara-negara Asia Tenggara semisal Thailand, Vietnam dan Singapura.

Kota Serang termasuk Kota yang tertinggal dalam keberadaan Gojek, secara geografis jarak antara kota Serang dengan DKI Jakarta hanya 70 KM. Faktanya kota lain yang memiliki jarak yang lebih jauh sudah

menggunakan Gojek. Pada pertengahan 2017 Gojek mulai masuk ke Kota Serang dan berjaya hingga sekarang, walaupun pada awalnya terjadi ketengangan antara ojek pangkalan (Opang) dengan ojek online (Ojol) di kota Serang.

Belakangan mulai masuk beberapa transportasi online mirip Gojek seperti Grab, Maxim dan InDriver. Sehingga persaingan kualitas pelayanan dan harga terhadap pelanggan yang ada di kota Serang cukup sengit, berikut kondisi objektif dalam penelitian ini :

1. Kondisi Pelayanan

Pada awal kemunculan Gojek di kota Serang sangat di sambut baik oleh masyarakat. Hal ini terbukti banyaknya masyarakat yang menggunakan aplikasi Gojek untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan transportasi. Nama baik Gojek semakin dikenal oleh masyarakat pada saat Gojek memberikan pelayanan yang maksimal kepada

pelanggan khususnya pada layanan transportasi roda dua atau Go-Ride.

Pelayanan maksimal yang dimaksud ialah pengemudi benar-benar memperhatikan keamanan dan kenyamanan para pelanggannya seperti memberikan masker agar tidak terkena debu, memberikan tutup kepala agar nyaman saat menggunakan helm dan berpenampilan sesuai dengan SOP perusahaan.

Namun kondisi demikian tidak berlangsung lama, pada faktanya saat ini sudah tidak terlihat pengemudi yang menawarkan masker, tidak sesuai menggunakan atribut Gojek, dan kondisi motor yang kurang layak. Kendati demikian, tidak sedikit pula pengemudi yang memperhatikan hal tersebut sehingga Gojek masih digunakan oleh masyarakat kota Serang hingga saat ini.

2. Kondisi Harga

Selain memberikan pelayanan yang berkualitas, terkait masalah harga pada awalnya Gojek memberikan harga murah yaitu Rp. 4000 dalam seklai perjalanan, kemudian dalam waktu beberapa bulan tarif naik menjadi Rp. 8000 kemudian sekarang naik kembali hingga Rp. 12000. Namun demikian juga tergantung pada jarak yang akan di tempuh, semakin jauh jarak maka tarif perjalanan semakin mahal, harga diatas ialah tarif minimum yang kemudian bisa lebih mahal karena jarak yang cukup jauh.

Dengan kondisi diatas tidak sedikit pelanggan yang kaget melihat tarif Gojek naik cukup tinggi, namun demikian karena sudah menjadi suatu kebutuhan maka pelanggan masih menggunakan Gojek sebagai alat pemenuh kebutuhan

3. Kondisi Kepuasan

Pemilik usaha tentu menginginkan pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang

ditawarkan, dan Gojek adalah salahsatunya. Pelanggan sudah melihat kualitas pelayanan dan harga yang telah ditawarkan, meskipun ada beberapa hal yang tidak sesuai dengan harapan Gojek tetap berjaya hingga sekarang. Karena sudah menajadi suatu kebutuhan maka Gojek akan tetap digunakan oleh pelanggan.

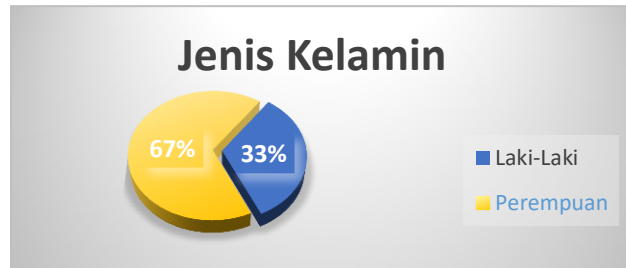
Apabila kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan baik, maka pelanggan akan merasa puas. Demikian juga jika yang ditawarkan adalah harga yang kompetitif dan diikuti oleh pelayanan yang berkualitas maka pelanggan akan merasa puas.

B. Hasil Penelitian

1. Profil Responden

Berdasarkan data hasil penelitian, terdapat beberapa karakteristik responden yang mengisi kuesioner. Berikut adalah data reponden berdasarkan jenis kelamin.

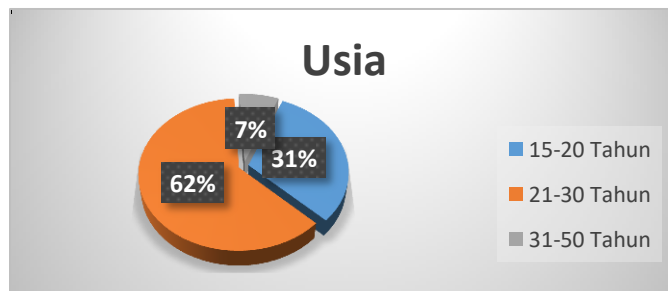
Gambar 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Hasil pengelolaan microsoft excel 2013

Dari gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan Gojek di Kota Serang di dominasi oleh perempuan, hal ini dibuktikan dengan dari sampel penelitian bahwa perempuan berjumlah 67 orang sedangkan laki-laki berjumlah 33 orang dari 100 responden.

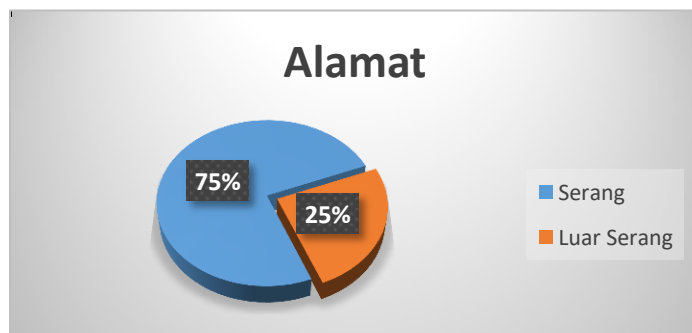
Gambar 4.2
Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Hasil pengelolaan Microsoft Excel 2013

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa usia responden di dominasi berumur antara 21-30 tahun sebanyak 62 orang, kemudian yang berusia 15-20 sebanyak 31 orang dan yang terakhir berusia antara 31-50 tahun sebanyak 7 orang dari 100 responden.

Gambar 4.3
Responden Berdasarkan Alamat



Sumber: Hasil pengelolaan Microsoft Excel 2013

Dari gambar diatas bahwa jumlah responden berdasarkan alamat didominasi oleh responden yang bertempat tinggal di Serang hal ini dapat dibuktikan bahwa sebanyak 75 orang yang berasal dari Serang sedangkan 25 orang berasal dari luar Serang.

2. Hasil Uji Analisis

1. Deskripsi Data Analisis

Berdasarkan angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yaitu sebanyak 14 pernyataan di bagi ke dalam 3 kategori, diantaranya sebagai berikut :

- a. Sebanyak 5 soal digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Gojek di kota Serang (X_1).
- b. Sebanyak 4 soal digunakan untuk mengetahui pengaruh harga Gojek di kota Serang (X_2).
- c. Sebanyak 5 soal digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan Gojek di kota Serang (Y).

C. Pengelolaan Data Statistik

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai uji prasyarat untuk mengetahui apakah data yang digunakan untuk menguji hipotesis merupakan data yang valid atau tidak. Untuk itu data yang telah didapat, harus diuji validitasnya terlebih

dahulu dalam uji validitas ini, item pernyataan yang dianggap valid adalah r hitung $>$ r tabel. Berikut ini hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	16.5400	4.918	.492	.748
VAR00002	16.7800	4.699	.511	.742
VAR00003	16.8100	4.236	.589	.715
VAR00004	16.6300	4.033	.703	.671
VAR00005	17.0000	4.990	.433	.766

Sumber : Hasil olah data hasil SPSS

Tabel 4.2
Keterangan Validasi Variabel X₁

No	Variabel X ₁	Uji Validitas		Keterangan
	Kualitas Pelayanan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	
1	Item 1	0.492	0.195	Valid
2	Item 2	0.511	0.195	Valid
3	Item 3	0.589	0.195	Valid
4	Item 4	0.703	0.195	Valid
5	Item 5	0.433	0.195	Valid

Sumber : Hasil olah data hasil SPSS

Dari data tabel 4.2 hasil pengolahan SPSS terdapat 5 item angket dan setelah di hitung, dimana *r* hitung lebih besar dari *r* tabel. Maka angket variabel kualitas pelayanan dinyatakan Valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini hasil uji validitas untu variabel harga setelah di lakukan pengujian menggunakan spss dari pengolahan SPSS.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00006	10.8000	4.141	.673	.768
VAR00007	11.0200	4.242	.676	.768
VAR00008	11.1400	3.819	.682	.765
VAR00009	10.7500	4.553	.575	.811

Sumber : Hasil olah data hasil SPSS

Tabel 4.4
Keterangan Validasi Variabel X_2

No	Variabel X_2	Uji Validitas		Keterangan
	Harga	r hitung	r tabel	
1	Item 1	0.673	0.195	Valid
2	Item 2	0.676	0.195	Valid
3	Item 3	0.682	0.195	Valid
4	Item 4	0.575	0.195	Valid

Sumber : Hasil olah data hasil SPSS

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS, dan setelah menggunakan perbandingan antara r hitung yang memiliki nilai lebih besar dari pada r tabel maka seluruh butir kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini hasil uji validitas pada variabel kepuasan pelanggan (Y) setelah dilakukan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.5
Hasil Validasi Varibel Kepuasan Pelanggan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	15.0700	4.995	.559	.763
VAR00002	15.3400	4.873	.458	.796
VAR00003	15.2100	4.390	.667	.726

VAR00004	15.1500	4.452	.597	.750
VAR00005	14.8700	4.741	.617	.745

Sumber : hasil olah data hasil SPSS

Tabel 4.6

Validasi Kepuasan Pelanggan

No	Variabel Y	Uji Validitas		Keterangan
	Kepuasan Pelanggan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	
1	Item 1	0.559	0.195	Valid
2	Item 2	0.458	0.195	Valid
3	Item 3	0.667	0.195	Valid
4	Item 4	0.597	0.195	Valid
5	Item 5	0.617	0.195	Valid

Sumber : hasil olah data hasil SPSS

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa setelah dilakukan pengolahan data pada variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan menggunakan SPSS, dan setelah menggunakan perbandingan antara *r* hitung yang memiliki nilai lebih besar dari pada *r* tabel maka 5 item kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.7
Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	5

Sumber : Data hasil olah SPSS

Suatu variabel dinyatakan reliabel jika jawaban terhadap pertanyaan memiliki kesinambungan atau konsisten. Berdasarkan tabel 4.10 di atas nilai reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan (X_1) yaitu 0.773 lebih besar dari pada 0.60 maka setiap item angket variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.8
Reliabilitas Variabel Harga (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	4

Sumber : Data hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.11 di atas reliabilitas pada variabel harga (X_2) memiliki nilai Alpha sebesar 0.825 lebih besar dari pada 0.60 maka setiap item angket variabel harga dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.9 R
Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	5

Sumber : Data hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.12 di atas reliabilitas pada variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai Alpha sebesar 0.795 lebih besar dari pada 0.60 maka setiap item angket variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

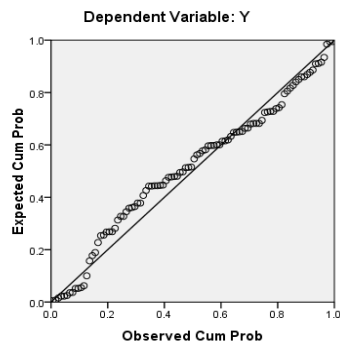
1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak dan apakah data yang diperoleh dapat dipakai dalam statistik parametrik.⁵² Data disebut berdistribusi normal jika titik sebaran data mengikuti garis lurus. Berdasarkan pengujian uji normalitas dengan menggunakan SPSS maka diperoleh hasil output sebagai berikut.

⁵² Ce Gunawan, *Mahir menguasai SPSS (mudah mengelola data dengan IBM SPSS statistic 25)*, (Yogyakarta: Deepublish 2018), Hal. 56.

Gambar 4.4
Grafik Normal P-P plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan gambar 4.4 diatas grafik normal P-P Plot tersebut dapat dilihat bahwa sebaran data dalam penelitian ini memiliki penyebaran dan pendistribusian normal, hal ini dikarenakan data yang sesungguhnya memusat mendekati garis diagonal Normal P-P Plot. Jadi dapat disimpulkan data pada penelitian ini memiliki penyebaran dan pendistribusian normal. Kemudian untuk lebih menjelaskan data tersebut bersitribusi normal, maka dilakukan cara yang kedua yaitu dengan uji normalitas

One sample kolmogorov-smirnov test, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10

One-Sample kolmogorov-smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89426110
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.066
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.023
Asymp. Sig. (2-tailed)		.246
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.13 nilai uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-smirnow Test* diperoleh nilai Asymp. Sig. Sebesar 0.246 lebih besar dari pada 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data ini berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi, metode pengujian ini dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW Test).⁵³

⁵³ Ce Gunawan, *Mahir menguasai SPSS (mudah mengelola data dengan IBM SPSS statistic 25)*, (Yogyakarta: Deepublish 2018), Hal. 141.

Tabel 4.11
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.697 ^a	.485	.475	1.91369	1.815

a. Predictors: (Constant), X2, X1

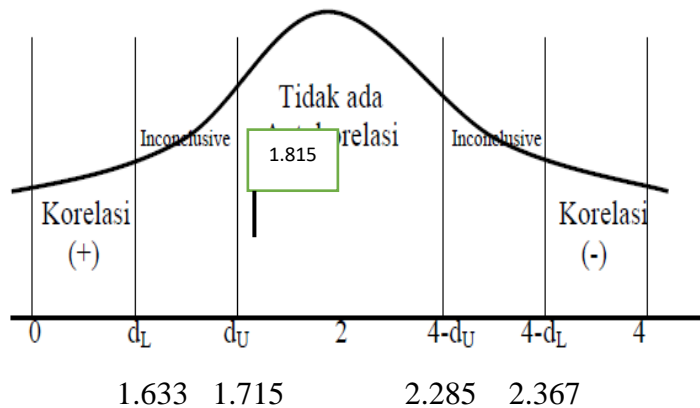
b. Dependent Variable: y

Sumber : Data hasil olah SPSS

Dari hasil tabel 4.14 di atas dapat diketahui bahwa Durbin Watson sebesar 1.815, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel DW menggunakan nilai signifikansi 5% dengan jumlah sampel 100 dan jumlah variabel independen 2. Jadi Menghasilkan nilai dL sebesar 1.633 dan dU sebesar 1.715

Gambar 4.5

Uji Autokorelasi DW



Berdasarkan gambar 4.5 di atas bahwa nilai D berada diantara d_U dan $4-d_U$, berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan digunakannya uji multikolinearitas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.⁵⁴ Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas dalam suatu model regresi dapat dilihat dari nilai VIF (*Variabel Inflation Factor*).

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.116	1.625		2.533	.013		
X1	.419	.081	.413	5.156	.000	.829	1.206
X2	.413	.079	.416	5.201	.000	.829	1.206

a. Dependent Variable:
y

⁵⁴ <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html> diakses pada 27 Sep 2020 pukul 18.20.

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel 4.15 output coefficient di atas, dapat dilihat kolom (*tolerance*) menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0.10, dengan nilai *tolerance* pada variabel sebesar X_1 (0.829) dan X_2 (0.829). Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dengan nilai VIF pada variabel sebesar X_1 (1.206) dan X_2 (1.206). Maka dapat disimpulkan bahwa disini tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

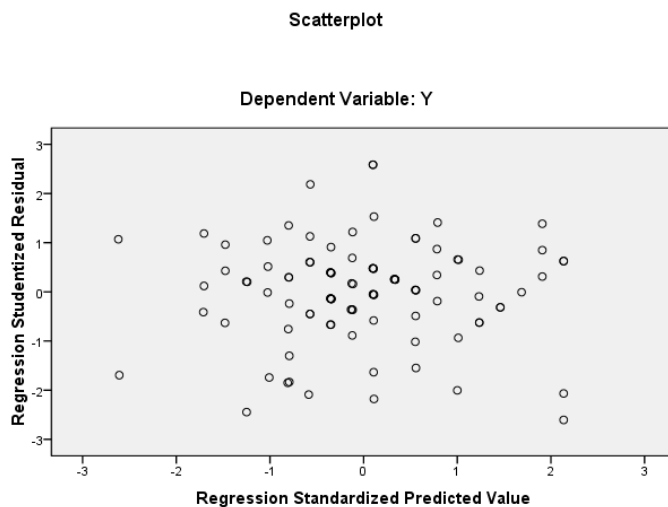
4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model

regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramal. Model regresi yang baik adalah terbebas dari gejala atau gangguan asumsi heteroskedastisitas ini.

Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan grafik scatterplot. Berdasarkan pengelolaan data SPSS, hasilnya adalah :

Gambar 4.6
Grafik Scatterplot



Sumber : Data hasil olah SPSS

Dilihat dari gambar 4.6 output diatas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak embentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Untuk menjelaskan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, maka peneliti melakukan dengan cara kedua. Berikut adalah hasil uji SPSS.

Tabel 4.13
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.606	1.084		1.481	.142
X1	-.016	.054	-.032	-.289	.773
X2	.009	.053	.018	.163	.871

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data hasil olah SPSS

Untuk memaknai hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser ini, cukup dengan melihat tabel output Coefficients dengan variabel ABS_RES berperan sebagai variabel terikat. Berdasarkan output di atas ketahui nilai signifikansi untuk variabel X_1 sebesar 0.773. sementara nilai signifikansi untuk variabel X_2 sebesar 0.871. karena nilai signifikansi kedua variabel di atas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam menganalisis ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, pada penelitian ini penulis menggunakan SPSS dan untuk melihat korelasi antar variabel dengan persamaan regresi linear berganda, maka dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.116	1.625		2.533	.013
X1	.419	.081	.413	5.156	.000
X2	.413	.079	.416	5.201	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data hasil oleh SPSS

Dari tabel 4.14 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = 4.116 + 0.419 X_1 + 0.413 X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

X₁ = kualitas pelayanan

X₂ = Harga

Dengan persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan :

- a. Konstanta sebesar 4.116 artinya jika kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) adalah nol atau tidak mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan adalah 4.116.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0.419 artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 1%, maka Produk halal 0.419.
- c. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0.413 artinya jika harga mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 1%, maka harga 0.413.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Saignifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t dapat digunakan untuk menguji signifikansi rata-rata pada satu sampel. Uji ini merupakan salah satu dari bentuk statistik parametrik.

Digunakan pada saat variansi pada populasi yang diambil tidak diketahui.⁵⁵ Bisa juga dikatakan bahwa uji pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk memastikan apakah hasil yang diperoleh melalui perhitungan koefisien korelasi berganda signifikan atau tidak, maka harus dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan atau menggunakan hasil yang diperoleh tersebut dengan membandingkan t hitung dan t tabel sebagai berikut:

⁵⁵ Getut Pramesti, kupas tuntas data penelitian dengan SPSS 22, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014) Hal. 81.

Tabel 4.15
Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.116	1.625		2.533	.013
kualitas pelayanan	.419	.081	.413	5.156	.000
harga	.413	.079	.416	5.201	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data hasil olah SPSS

Melihat tabel 4.18 Pada analisa dengan menggunakan SPSS terlihat t hitung X_1 (kualitas pelayanan) 5.156 dan X_2 (harga) 5.201. dengan menggunakan tingkat signifikan 0.05 dibagi 2 (karena 2 arah) yaitu 0.025 $\alpha = 2,5\%$. Dan derajat kebebasan (df) = $100-2-1=97$, maka diketahui t tabel 1.9847. jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0.025 maka H_0

diterima, sedangkan apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.025 maka H_0 ditolak.

Dari pengolahan data di atas terlihat bahwa signifikansi variabel X_1 (kualitas pelayanan) lebih kecil dari 0.025 ($0.000 < 0.025$) dan pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($5.156 > 1.9847$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti hal ini menyatakan bahwa adanya dampak yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai signifikansi variabel X_2 (harga) lebih kecil dari 0.025 ($0.000 < 0.025$) dan pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar ($5.201 > 1.9827$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti hal ini menyatakan bahwa adanya dampak yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel X_1 (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan), variabel X_2 (harga) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan).

2. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat variabel independen secara serenta/besamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Uji f digunakan untuk menguji keberartian model regresi yang digunakan. Uji f juga akan berhubungan dengan uji ANAVA atau ANOVA.

Tabel 4.16
Simultan (Uji-f)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.956	2	167.478	45.731	.000 ^a
	Residual	355.234	97	3.662		
	Total	690.190	99			

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.025 maka H_0 diterima, namun apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0.025 maka H_0 ditolak. Berdasarkan output di atas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan lebih kecil dari 0.025 ($0.000 < 0.025$) maka H_0 ditolak.

Sedangkan untuk nilai f hitung, apabila nilai f hitung lebih besar dari f tabel, maka H_0 ditolak. Namun jika f hitung lebih kecil dari f tabel maka H_0 diterima. Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($45.731 > 3.09$) maka H_0 di tolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Y .

3. Uji Koefisien Korelasi (R)

Korelasi merupakan suatu hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya yaitu dengan melihat hubungan antara variabel X dan Y . Dengan melihat nilai r yaitu kuatnya hubungan antara variabel dinyatakan dalam koefisien korelasi.

Tabel 4.17
Uji Koefisien Korelasi (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.686 ^a	.471	.460	1.94022	.471	43.172	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data hasil olah SPSS

Tabel 4.18
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

1	.686 ^a	.471	.460	1.94022	.471	43.17 2	2	97	.000
---	-------------------	------	------	---------	------	------------	---	----	------

a. Predictors:
(Constant), X2,
X1

Sumber : Data hasil olah SPSS

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.471 hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan harga dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 47.1%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 52.9% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dapat dijelaskan oleh peneliti.

G. Pembahasan

Di dalam pembahasan ini penulis menguraikan fakta-fakta lapangan yang telah diuraikan di atas kaitannya dengan menjawab rumusan masalah yaitu “apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Serang”. Berikut ini adalah pembahasan dari hasil analisis yang telah dilakukan.

Persamaan regresi linier berganda dapat diketahui dengan melihat angka koefisien regresi. Pada penelitian ini diketahui besarnya parameter standar koefisien regresi variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) dengan variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) secara berturut-turut sebesar 0.419 (X_1), 0.413 (X_2) dengan konstanta sebesar 4.116. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.116 + 0.419 X_1 + 0.413 X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Kepuasan Pelanggan)

X_1 = Variabel independen (Kualitas pelayanan)

X_2 = Variabel independen (Persepsi harga)

Dengan demikian, terlihat bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan dan harga adalah positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu setiap terjadi peningkatan variabel independen tersebut, maka variabel kepuasan pelanggan juga akan

mengalami kenaikan dengan catatan, kepercayaan donatur konstan pada angka 4.116. Nilai konstan (Y) sebesar 4.116 mengasumsikan bahwa jika variable kualitas pelayanan dan (X_1), harga nilainya adalah 0 (nol), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan berada pada angka 4.116. Dan jika koefisien regresi X_1 (kualitas pelayanan) mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat dengan anggapan variable harga (X_2) adalah konstan. Kemudian variabel harga (X_2) mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat, dengan anggapan variable kualitas pelayannya (X_1) adalah konstan.

Seluruh variabel independen yaitu kualitas pelayannya dan harga memiliki kontribusi dalam upaya untuk memengaruhi variabel kepuasan pelanggan secara simultan (bersama-sama) dapat diwakili oleh besarnya koefisien determinasi. Sebagaimana sudah diuraikan di atas, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka (R square) adalah sebesar 0,471, yang

artinya besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan adalah sebesar 47.1% sedangkan variabel sisanya sebesar 52.9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Besarnya kontribusi masing-masing variabel independen tersebut di atas baik secara parsial maupun simultan masih perlu dianalisa lebih lanjut guna mengetahui apakah hasilnya dapat diterima atau tidak. Dan untuk mengetahui diperlukan uji hipotesis. Diketahui dalam menguji hipotesis secara parsial, diperlukan uji t sedangkan untuk menguji hipotesis secara simultan diperlukan uji f .

1. Variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Setelah melakukan penelitian pada variabel kualitas pelayanan adalah menerima hipotesis. Diketahui nilai t hitung untuk variable kualitas pelayanan adalah lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel ($5.156 > 1.9847$), ini artinya uji parsial yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima atau kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Sehingga hipotesis yang diajukan peneliti diterima.

Dengan ini kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Sehingga apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan memenuhi harapan bahkan melebihi yang pelanggan harapkan maka secara otomatis akan melakukan pemesanan jasa kembali secara berkala dan biasanya secara tidak

langsung pelanggan menginformasikan pengalamannya tersebut kepada orang lain, jadi pihak perusahaan tidak perlu susah untuk melakukan pengiklanan karena sudah secara otomatis informasi tentang kualitas pelayanan senantiasa berjalan.

Kemudian penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Tri Ulfa Wardani yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)” Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik F_{hitung} sebesar 20,186 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi ojek online Gojek mahasiswa Febi UIN Sumatera utara”.

Setelah dilakukan perbandingan antara penelitian yang saya lakukan dengan yang dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani memiliki hasil yang sama yaitu terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

2. Variabel Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan

Setelah melakukan penelitian pada variabel harga terhadap kepuasan Nilai signifikansi variabel X_2 (harga) lebih kecil dari 0.025 ($0.000 < 0.025$) dan pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar ($5.201 > 1.9827$), ini artinya uji parsial yang menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima atau harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Sehingga hipotesis yang diajukan peneliti diterima.

Selain kualitas pelayanan harus menjadi pusat perhatian dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, maka variabel harga tidak kalah penting untuk diperhatikan karena akan memiliki pengaruh

yang signifikan juga terhadap kepuasan pelanggan. Harga jasa yang dapat dijangkau oleh seluruh kalangan akan membuat jasa tersebut dapat mendatangkan konsumen yang lebih banyak dalam hal ini akan banyak orang yang menggunakan layanan GoRide pada aplikasi Gojek.

Kemudian penelitian sebelumnya dilakukan oleh Putu Reina Algista Tarigan, yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan. Berdasarkan Uji-*t* (Uji Signifikan Parsial), variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena *t* hitung lebih besar dari pada *t* tabel ($3,314 > 1,66298$) dan nilai signifikan ($0,00 < 0,05$), maka hipotesis (H_2) diterima.

Setelah dilakukan perbandingan antara penelitian yang saya lakukan dengan yang dilakukan oleh Putu Reiga memiliki hasil yang sama yaitu terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan.

3. Variabel Kualitas Pelayanan Dan Harga Memiliki Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga setelah dilakukan uji f dengan ketentuan nilai f hitung, apabila nilai f hitung lebih besar dari f tabel, maka H_0 ditolak. Namun jika f hitung lebih kecil dari f tabel maka H_0 diterima. Dari hasil yang didapatkan maka terlihat bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($45.731 > 3.09$) maka H_0 di tolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dengan demikian penyedia jasa harus memperhatikan unsur yang dapat membuat pelanggan merasa puas secara serius, karena dapat bertahan atau tidak suatu perusahaan baik barang/jasa tergantung pada penilaian pelanggan. Apabila perusahaan tidak dapat memenuhi kepuasan pelanggan maka lambat

lain perusahaan tersebut akan di tinggalkan, sedangkan pelanggan akan mencari perusahaan penyedia barang.

Kemudian penelitian sebelumnya dilakukan oleh Atika Zahra yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)” Berdasarkan Uji-*f* (Uji Signifikan Simultan), nilai *F* hitung sebesar 65,386 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. maka hipotesis (H_2) diterima.

Setelah dilakukan perbandingan antara penelitian yang saya lakukan dengan yang dilakukan oleh Atika Zahra memiliki hasil yang sama yaitu terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan dependen.

Menurut pendapat para ahli terkait hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan harga terhadap kepuasan pelanggan ialah sebagai berikut.

Menurut Kotler dan Armstrong, produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Bila kualitas pelayanan yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa, akan tetapi apabila yang terjadi adalah sebaliknya ada kemungkinan para pelanggan akan terus menggunakan penyedia jasa itu lagi. Parasuraman berpendapat bahwa kualitas pelayanan sejalan dengan kepuasan pelanggan, dimana

meningkatnya kualitas pelayanan digunakan sebagai refleksi dari meningkatnya kepuasan pelanggan.

Tjiptono mendefinisikan harga dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Abdul-Muhmin membuktikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.