

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Go-Jek Indonesia

1. Sejarah singkat PT. Go-Jek Indonesia

Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, Go-Jek kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.

Go-Jek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal indonesia. Kegiatan Go-Jek bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

Go-Jek telah beroperasi di 50 kota di indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Bandah Aceh,

Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.¹

2. Misi Go-Jek

Misi Go-Jek yakni memberikan dampak sosial melauli teknoligi. Diawali dengan memberitahu kepada orang bahwa kami adalah stratup asli indonesia dengan misi sosial. Kami ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Melalui teknologi kami berusaha menyebarkan dampak sosial yaitu kehidupan yang lebih baik untuk driver dan keluarganya dengan meningkatkan jumlah penghasilan mereka. Layanan utama Go-Jek sangat penting bagi kota dengan tingkat lalu lintas yang padat seperti jakarta dan kota lainnya akan beroperasi. Go-Jek menawarkan manfaat besar untuk para pelanggan dan penyedia jasa.²

3. Jenis Layanan Go-Jek

- a. *Go-Ride* yaitu jenis layanan jasa untuk mengantar penumpang dengan menggunakan kendaraan bermotor roda dua atau sepeda motor.
- b. *Go-Car* yakni jenis layanan jasa untuk mengantar penumpang dengan menggunakan kendaraan bermotor roda empat atau mobil.
- c. *Go-Food* yakni jenis layanan jasa untuk pesan antar makanan
- d. *Go-Mart* yakni jenis layanan jasa untuk membeli jenis aneka barang-barang dari toko yang tersedia dari aplikasi

¹ <https://www.go-jek.com>, diakses pada 16 mei 2018

² <https://www.go-jek.com>, diakses pada 16 mei 2018

- e. *Go-Send* yakni jenis layanan jasa untuk mengantarkan barang yang telah di pesan sesuai dengan aplikasi
- f. *Go-Box* yakni jenis layanan jasa untuk pindah barang yang berukuran besar dengan menggunakan truk bak atau *blind van*
- g. *Go-Tix* yakni jenis layanan jasa untuk membeli dan mengantarkan tiket nonton di bioskop
- h. *Go-Med* yakni jenis layanan jasa untuk membeli dan mengantarkan obat
- i. *Go-Massage* yakni jenis layanan jasa untuk pijat kesehatan
- j. *Go-Clean* yakni jenis layanan jasa untuk bersih-bersih rumah ataupun tempat lain
- k. *Go-Glam* yakni jenis layanan jasa untuk perawatan kecantikan seperti *manicure-pedicure*, *cream bath*, *waxing*, dan lainnya.
- l. *Go-Auto* yakni jenis layanan jasa untuk auto care, auto service, serta towing dan emergency
- m. *Go-Pulsa* yakni jenis layanan jasa untuk mengisi pulsa
- n. *Go-Bills* yakni jenis layanan jasa untuk membayar aneka macam tagihan bulanan seperti BPJS dan PLN.³

4. Profil Responden

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin yang menggunakan Go-Jek. Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data

³ <https://www.go-jek.com>, diakses pada 16 mei 2018

dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 17 pertanyaan variabel kualitas layanan, 6 pertanyaan variabel harga, dan 8 pertanyaan variabel kepuasan konsumen yang disebarkan kepada 64 responden dengan menggunakan skala likert.

Tabel 4.1
Pengukuran Sala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	KS = Kurang Setuju	3
4.	TS = Tidak setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data Primer Yang diolah

B. Deskripsi Data Penelitian

Data hasil penelitian yang diperoleh dari kuesioner atau angket merupakan langkah awal dalam analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Go-jek

1. Uji Validitas

Penelitian ini tidak melakukan uji validitas, karena dalam penyebaran angket atau kuesioner yang digunakan peneliti merupakan angket atau kuesioner yang sudah teruji kevalidannya. Angket atau kuesioner yang sudah digunakan yakni kuesioner yang telah diuji oleh Tri Ulfa Wardani pada variabel kualitas layanan (X_1) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Go-Jek” skripsi UIN Sumatera Utara 2017.

Variabel berikutnya yakni Harga (X_2) juga telah diuji kevalidannya. Angket atau kuesioner yang digunakan yakni kuesioner

yang telah diuji oleh Siti Dianti yang berjudul “Pengaruh Harga, Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan Go-Jek pada mahasiswa jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial” skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Variabel kepuasan kosnmen (Y) juga telah teruji kevalidannya. Angket atau kuesioner yang sudah digunakan yakni kuesioner yang telah diuji oleh Tri Ulfa Wardani dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Go-Jek” skripsi UIN Sumatera Utara 2017.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas instrumen dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen dapat dipercaya untuk dijadikan kuesioner atau angket penelitian. Ukuran kemantapan *alpha* dapat dipresentasikan sebagai berikut

- 1) Nilai *alpha* 0,00-0,2 berarti kuarang reliabel
- 2) Nilai *alpha* 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- 3) Nilai *alpha* 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha* 0,61-0,8 berarti reliabel
- 5) Nilai *alpha* 0,81-1,00 berarti sangat reliabel.⁴

⁴ Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi & Umum*, (Jakarta: Global Media Informasi, 2008), 187

Tabel 4.2
Uji Reabilitas Variabel Kualitas layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.718	18

Dari tabel 4.2 Menyatakan bahwa nilai *alpha* variabel kualitas layanan adalah sebesar 0,718 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen reliabel

Tabel 4.3
Uji Reabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	7

Dari tabel 4.3 Menyatakan bahwa nilai *alpha* variabel harga adalah sebesar 0,707 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen reliabel.

Tabel 4.4
Uji Reabilitas Variabel Kepuasan konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	7

Dari tabel 4.4 Menyatakan bahwa nilai *alpha* variabel kepuasan adalah sebesar 0,707 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen reliabel.

Berikut adalah rekapitulasi hasil perhitungan dari angket yang telah disebar pada mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri

Pondok Pesantren Al-Amin dengan variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan konsumen (Y)

Tabel 4.5
Rekapitulasi skor angket variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan konsumen (Y)

Res.	X₁	X₂	Y	Res.	X₁	X₂	Y	Res.	X₁	X₂	Y
1.	64	23	32	21.	74	24	39	41.	61	23	37
2.	69	24	31	22.	64	21	27	42.	65	21	31
3.	67	23	32	23.	69	25	35	43.	62	20	32
4.	66	24	32	24.	62	21	32	44.	73	25	34
5.	66	23	33	25.	57	21	40	45.	65	20	30
6.	67	23	31	26.	55	21	27	46.	63	20	30
7.	65	22	30	27.	70	24	30	47.	65	23	31
8.	62	22	30	28.	68	22	32	48.	70	22	31
9.	62	24	32	29.	71	25	37	49.	75	24	40
10.	67	21	32	30.	64	23	31	50.	61	23	32
11.	81	22	30	31.	65	22	36	51.	73	24	31
12.	60	22	28	32.	70	22	31	52.	72	29	38
13.	67	26	32	33.	67	21	34	53.	59	21	30
14.	81	24	39	34.	63	26	32	54.	60	21	29
15.	61	27	35	35.	72	26	38	55.	68	26	34
16.	66	25	34	36.	71	23	32	56.	64	23	33
17.	66	25	34	37.	66	22	26	57.	65	26	36
18.	65	23	31	38.	66	20	32	58.	66	28	34
19.	70	22	33	39.	67	28	37	59.	60	22	29
20.	68	24	34	40.	71	25	30	60.	76	24	34
								61.	61	20	27
								62.	71	26	33
								63.	66	19	32
								64.	68	19	32

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh data untuk setiap variabel, yaitu kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Dibawah ini akan dipaparkan mengenai keadaan masing-masing:

Tabel 4.6
Analisis Statistik

Statistics

		Kualitas layanan	Harga	Kepuasan
N	Valid	64	64	64
	Missing	0	0	0
Mean		66.58	23.12	32.55
Median		66.00	23.00	32.00
Mode		66	22 ^a	32
Std. Deviation		5.058	2.229	3.152
Variance		25.581	4.968	9.934
Minimum		55	19	26
Maksimum		81	29	40
Sum		4261	1480	2083
Percentiles	25	63.25	21.25	31.00
	50	66.00	23.00	32.00
	75	70.00	24.75	34.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sumber: Hasil Output SPSS16, diolah 2018

Dari hasil perhitungan SPSS16, variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa jumlah responden yang diteliti adalah 64 orang dengan jumlah nilai sebesar 4261. Sedangkan variabel harga dengan jumlah nilai sebesar 1480. Skor tertinggi pada variabel kualitas layanan adalah 81 dan skor terendah 55 sedangkan variabel harga skor tertinggi 29 dan skor terendah 19. Selain itu diketahui bahwa rata-rata variabel kualitas layanan adalah 66,58 dan standar deviasi atau simpang rata-ratanya adalah 5,058. Sedangkan rata-rata variabel harga

adalah 23,12 dan standar deviasi atau simpang rata-ratanya adalah 2,229.

Tabel 4.7
Kategori Kualitas layanan

Skor	Keterangan	f	f relatif	f relatif komulatif
17-30	Sangat kurang	-	-	
31-44	Kurang	-	-	
45-58	Cukup	3	5 %	
59-72	Baik	55	86 %	5 %
73-85	Sangat Baik	6	9 %	91 %
				100 %

Tabel 4.8
Kategori Harga

Skor	Keterangan	F	f relatif	f relatif komulatif
6-10	Sangat kurang	-		
11-15	Kurang	-		
16-20	Cukup	7	11 %	
21-25	Baik	48	75 %	11 %
26-30	Sangat Baik	9	14 %	86 %
				100 %

Tabel 4.9
Kategori Kepuasan konsumen

Skor	Keterangan	<i>F</i>	<i>f</i> relatif	<i>f</i> relatif komulatif
8-14	Sangat kurang	-		
15-21	Kurang	-		
22-28	Cukup	4	6 %	
29-35	Baik	49	77 %	6 %
36-42	Sangat Baik	11	17 %	83 %

C. Deskripsi Hasil penelitian

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel yang digunakan mengikuti distribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Pada penelitian ini penulis menggunakan uji *one-sample kolmogorov-smirnov* pada program SPSS16 dengan kriteria signifikansi $>0,05$ data dinyatakan berdistribusi normal, dan $<0,05$ data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Selain itu data juga diuji dengan menggunakan metode *P-plot of regrestion standarized* dengan kriteria apabila titik-titik menyebar mendekati dan mengikuti garis diagonal maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika data menjauh dan tidak mengikuti garis diagonal maka dinyatakan tidak normal.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas Metode *kolmogorov-smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

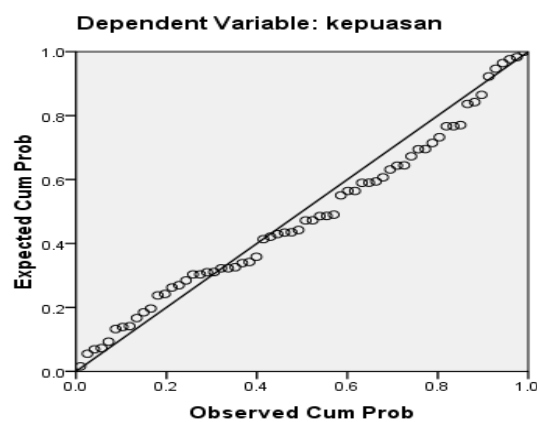
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.65018792
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		.705
Asymp. Sig. (2-tailed)		.703
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Output SPSS16, diolah 2018

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai Asymp sig
 $0,703 > 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas menggunakan *P-Plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa titik-titik mendekati dan mengikuti garis diagonal maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan, diantaranya:

- a. Dengan menggunakan nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi
- b. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
- c. Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*.

Pada penambahan ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 10, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan toleran lebih dari 0,01 maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.209	4.972		1.852	.069		
Kualitas layanan	.146	.071	.235	2.056	.044	.889	1.125
Harga	.588	.161	.416	3.642	.001	.889	1.125

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Output SPSS16, diolah 2018

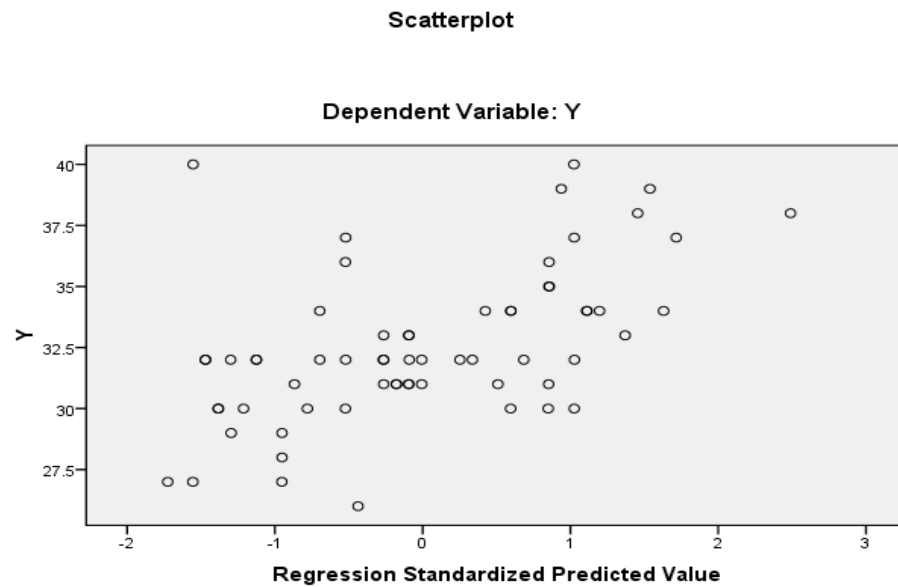
Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan VIF pada variabel kualitas layanan (X_1) $0,889 > 0,1$ dan $1,125 < 10$, harga (X_2) $0,889 > 0,1$ dan $1,125 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi Multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastiditas adalah dengan metode grafik dengan melihat persebaran pola titik-titik yang menyebar. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian mnyempit maka dinyatakan terjadi heteroskedastiditas
- b. Apabila titik tidak membentuk pola tertentu, yakni menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastiditas

Gambar 4.2
Hasil uji Heteroskedastisitas



4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyaratnya harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin Waston (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$ maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak autokorelasi.

- c) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dL)$ dan $(4-dU)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai dU dan dL dapat diperoleh tabel statistik Durbin Waston yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan⁵

Tabel 4.12
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.541 ^a	.293	.270	2.693	2.289

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan output diatas, diketahui nilai DW 2,289 selanjutnya nilai ini kita bandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel $N=64$ dan jumlah variabel independen 2 ($K=2$) diperoleh nilai dL sebesar 1,531 dan dU sebesar 1,660. Jika Nilai DW 2.289 lebih besar dari batas dU yakni 1,660 dan kurang dari $(4-dU)$ $4-1,660 = 2,340$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi

5. Uji Korelasi Ganda

Uji korelasi ganda ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain, dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi antara masing-masing variabel.

⁵ Dwi Priyanto, *mandiri belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 47

Tabel 4.13
Uji Korelasi Berganda
Correlations

		kualitas layanan	Harga	kepuasan konsumen
kualitas layanan	Pearson Correlation	1	.333**	.373**
	Sig. (2-tailed)		.007	.002
	N	64	64	64
Harga	Pearson Correlation	.333**	1	.494**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000
	N	64	64	64
kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.373**	.494**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	
	N	64	64	64

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

Tabel 4.14

Pedoman untuk memberikan Interpretasi koefisien korelasi.⁶

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

⁶ Sugiono, *Metodologi Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 184

Berdasarkan tabel dapat dilihat hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,373 dan hubungan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,494. Hasil tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen rendah. Hal ini dikarenakan nilai 0,373 berada di interval 0,20-0,399. Hubungan harga terhadap kepuasan konsumen sedang. Hal ini dikarenakan nilai 0,494 berada di interval 0,40-0,599.

Cara lain untuk mengetahui korelasi antara kedua variabel adalah dengan membandingkan sig dengan probabilitas. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, sebaliknya jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari tabel penelitian diketahui bahwa kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah $\text{sig} (0,002) < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. harga terhadap kepuasan konsumen adalah $\text{sig} (0,000) < 0,05$. maka dapat diambil kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan.

6. Analisis Regresi linier Berganda

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh atau hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS16:

Tabel 4.15
Regresi linier
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.209	4.972		1.852	.069
	X1	.146	.071	.235	2.056	.044
	X2	.588	.161	.416	3.642	.001

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil output SPSS16, diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas, maka rumus analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : nilai prediksi variabel kepuasan konsumen

A : konstanta

X₁ : variabel kualitas layanan

X₂ : variabel harga

Dari hasil output SPSS16 diatas, maka persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 9.209 + 0,146 + 0,588$$

- a) Nilai konstantanya yaitu 9.209 maka dapat diartikan jika kualitas layanan dan harga nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 9.209.

- b) Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas layanan (X_1) bernilai positif, yaitu sebesar 0,146 yang artinya bahwa setiap peningkatan kualitas layanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,146 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- c) Nilai koefisien regresi pada variabel harga (X_2) bernilai positif, yaitu sebesar 0,588 yang artinya bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,588 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap

7. Uji F

Uji f digunakan untuk melihat pengaruh yang ditimbulkan secara simultan atau keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji f dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183.379	2	91.690	12.640	.000 ^a
	Residual	442.480	61	7.254		
	Total	625.859	63			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil output SPSS16, diolah 2018

a) Perumusan hiotesis

Ha = model linier

Ho = model tidak linier

b) Kreteria pengujian

Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ha diterima, artinya secara silmutan variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ha ditolak, artinya secara silmutan variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c) Dengan level of signifikan (α) 0,05 diperoleh $F_{tabel} = 3,14$

d) Statistik uji F atau $F_{hitung} = 12.640$

e) Hasil uji F

Output SPSS menunjukkan bahwa *p-value* $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $F_{hitung} = 12.640 > F_{tabel} = 3,14$. Signfikansi disini berarti Ha diterima dan Ho ditolak, artinya ada pengaruh secara silmutan antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

8. Uji T

Uji ini dapat disebut juga dengan uji secara parsial karena uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang disumbangkan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria ketentuan pada uji t ini yaitu dengan

melihat signifikansi pada taraf 0,05 maka apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak. Berikut merupakan hasil uji t dengan menggunakan SPSS16:

Tabel 4.17
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.209	4.972		1.852	.069
kualitas_layanan	.146	.071	.235	2.056	.044
Harga	.588	.161	.416	3.642	.001

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Hasil output SPSS16, diolah 2018

Nilai t hitung dapat diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $64 - 3 - 1 = 60$ maka nilai t tabelnya sebesar 1,670 kriteria penghitungannya yaitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ H_0 ditolak (terdapat pengaruh) dan sebaliknya apabila apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ H_0 diterima (tidak ada pengaruh)

a) Hipotesis variabel kualitas layanan

H_0 : kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

H_a : kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan (X_1) yaitu sebesar 2,056 sedangkan t tabel diperoleh sebesar 1,670 dan signifikansi 0,044 maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ yang artinya H_0 ditolak yakni kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

b) Hipotesis variabel harga

H_0 : harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

H_a : harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai t hitung untuk variabel harga (X_2) yaitu sebesar 3,642 sedangkan t tabel diperoleh sebesar 1,670 dan signifikansi 0,001 maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ yang artinya H_0 ditolak yakni kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

9. Koefisien Determasi Parsial (r^2)

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel independen. Berikut merupakan hasil data parsial dengan menggunakan SPSS16:

Tabel 4.18
Hasil uji determinasi parsial
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.270	2.693

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil output SPSS16, diolah 2018

Dari tabel tersebut diketahui bahwa besarnya pengaruh kualitas layanan dan harga 0,293 atau 29,3% terhadap kepuasan konsumen sedangkan 70,7% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti biaya, emosi, iklan dan lain-lain.