

## BAB IV

### ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskriptif Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, diferensiasi jasa dan *perceived easy of use* terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Go-jek khususnya layanan Go-Car di Kota Padang. Sebelum dilakukan tahapan pengolahan data terlebih dahulu dilaksanakan penyebaran kuesioner kepada 100 orang pengguna Go-Car yang telah memesan layanan tersebut melalui aplikasi Go-Jek. Secara umum prosedur penyebaran kuesioner yang telah dilakukan terlihat pada Tabel 4.1 di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Prosedur Penyebaran Kuesioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Jumlah kuesioner yang disebar	100	100
Jumlah kuesioner yang tidak berhasil dikumpul	0	0
Jumlah kuesioner yang rusak / tidak lengkap	0	0
Jumlah kuesioner diolah	100	100

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Berdasarkan Tabel 4.1 terlihat bahwa total jumlah kuesioner yang disebar berjumlah 100 lembar, setelah dilakukan pengumpulan kembali tidak satu pun kuesioner yang diberikan kepada responden tidak berhasil dikumpulkan kembali. Masing-masing kuesioner yang berhasil dikumpulkan tersebut juga dilakukan pemeriksaan untuk memastikan bahwa seluruh kuesioner yang berhasil dikumpulkan tersebut tidak mengalami kerusakan atau lengkap dalam proses pengisian. Hasil pemeriksaan menunjukkan kuesioner tersebut dinyatakan layak untuk digunakan dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

Setelah seluruh data dan informasi berhasil dikumpulkan maka proses pengolahan data dapat segera dilakukan. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Sesuai dengan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dikelompokkan deskriptif umum dari responden seperti terlihat pada sub bab dibawah ini:

#### 4.1.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Gender

Sesuai dengan proses tabulasi data yang telah dilaksanakan dapat dikelompokkan pembagian gender dari responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini terlihat pada Tabel 4.2 di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Deskriptif Umum Responden**

<b>Gender</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	64	64
Perempuan	36	36
Total	100	100

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Pada Tabel 4.2 terlihat bahwa sebagian besar responden bergender laki laki yaitu sebanyak 64 orang sedangkan sisanya 36 orang responden lainnya bergender perempuan. Sesuai dengan uraian demografis responden dapat disimpulkan rutinitas yang padat membuat responden bergender laki-laki lebih banyak menggunakan Go-Car melalui aplikasi Gojek di Kota Padang.

#### 4.1.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan proses tabulasi data yang telah dilakukan dapat dikelompokkan deskriptif responden berdasarkan tingkatan usia seperti terlihat pada Tabel 4.3 di bawah ini

**Tabel 4.3**  
**Deskriptif Umum Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Jumlah	Persentase
16 – 20 Tahun	16	16
21 – 25 Tahun	23	23
26 – 30 Tahun	10	10
31 – 35 Tahun	23	23
36 – 40 Tahun	9	9
41 – 45 Tahun	11	11
46 – 50 Tahun	5	5
51 – 55 Tahun	3	3
> 55 Tahun	0	0
Total	100	100

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Sesuai dengan Tabel 4.3 terlihat bahwa jika diamati dari tingkatan usia sebagian besar responden berusia antara 21 tahun sampai dengan 25 tahun serta responden yang berusia antara 31 tahun sampai dengan 35 tahun masing-masingnya berjumlah 23 orang responden. Kelompok responden dengan jumlah usia yang paling sedikit adalah pengguna Go-Car yang berusia antara 51 tahun sampai dengan 55 tahun yaitu sebanyak 3 orang responden. Jadi dapat disimpulkan pengguna layanan Go-Car melalui aplikasi Go-Jek didominasi oleh responden yang memiliki usia kerja produktif.

#### **4.1.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan**

Sesuai dengan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dikelompokkan deskriptif responden berdasarkan tingkatan pendidikan seperti terlihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Deskriptif Umum Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMU / Sederajat	37	37
D3	11	11
S1	46	46
S2	6	6
Total	100	100

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Jika diamati dari sudut pandang tingkatan pendidikan yang dimiliki responden diketahui sebagian besar responden memiliki tingkatan pendidikan formal setingkat sarjana yaitu sebanyak 46 orang sedangkan responden dengan pendidikan formal terakhir master atau pasca sarjana berjumlah 6 orang. Berdasarkan tingkatan pendidikan responden terlihat bahwa pada umumnya menggunakan layanan Go-Car melalui aplikasi Go-Jek didominasi oleh responden berpendidikan tinggi.

#### **4.1.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Sesuai dengan proses pengolahan data yang telah dilakukan dapat dinarasikan pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan harian yang mereka lakukan terlihat pada Tabel 4.5 di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Deskriptif Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Dosen / Guru	18	18
Wiraswasta	41	41
Polisi	4	4
Ibu Rumah Tangga	15	15
Pelajar	8	8
Mahasiswa	13	13
TNI	1	1
Total	100	100

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Pada Tabel 4.5 terlihat bahwa jika diamati berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 41 orang sedangkan responden dengan jumlah paling sedikit adalah mereka yang bekerja sebagai anggota TNI yaitu sebanyak 1 orang responden. Sesuai dengan deskriptif responden dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang menggunakan Go-Car melalui aplikasi Go-Jek memiliki variasi profesi yang relatif beragam.

## **4.2 Pengujian Instrumen Penelitian**

Pengujian instrument yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari dua tahapan yaitu sebagai berikut:

### **4.2.1 Pengujian Validitas**

Pengujian validitas bertujuan untuk memastikan bahwa masing masing item pernyataan yang mendukung setiap variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Validnya masing masing item pernyataan ditentukan dari *Factor Loading* yang harus berada diatas 0.50 serta tidak mengalami ambigu. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada sub bab dibawah ini:

#### **4.2.1.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan variabel pertama yang digunakan dalam model penelitian saat ini. Dalam mengukur kepuasan pelanggan digunakan sebanyak 15 item pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.6 di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

<b>Item Pernyataan</b>	<b><i>Factor Loading</i></b>	<b><i>Standard</i></b>	<b>Kesimpulan</b>
Kepuasan_1	0.922	0.50	Valid
Kepuasan_2	0.880	0.50	Valid
Kepuasan_3	0.845	0.50	Valid
Kepuasan_4	0.838	0.50	Valid
Kepuasan_5	0.892	0.50	Valid
Kepuasan_6	0.855	0.50	Valid
Kepuasan_7	0.811	0.50	Valid
Kepuasan_8	0.845	0.50	Valid
Kepuasan_9	0.829	0.50	Valid
Kepuasan_10	0.877	0.50	Valid
Kepuasan_11	0.843	0.50	Valid
Kepuasan_12	0.806	0.50	Valid
Kepuasan_13	0.779	0.50	Valid
Kepuasan_14	0.730	0.50	Valid
Kepuasan_15	0.735	0.50	Valid

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang telah dilakukan terlihat bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan dinyatakan valid. Masing masing item pernyataan telah memiliki *Factor Loading* diatas 0.50 serta tidak satu pun item pernyataan yang di eliminasi karena tidak memenuhi syarat. Oleh sebab itu tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

#### **4.2.1.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan didukung oleh 15 item pernyataan. Setelah dilakukan proses pengujian validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.7 di bawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

<b>Item Pernyataan</b>	<b><i>Factor Loading</i></b>	<b><i>Standard</i></b>	<b>Kesimpulan</b>
Pelayanan_1	0.828	0.50	Valid
Pelayanan_2	0.752	0.50	Valid
Pelayanan_3	0.829	0.50	Valid
Pelayanan_4	0.897	0.50	Valid
Pelayanan_5	0.932	0.50	Valid
Pelayanan_6	0.905	0.50	Valid
Pelayanan_7	0.882	0.50	Valid
Pelayanan_8	0.858	0.50	Valid
Pelayanan_9	0.886	0.50	Valid
Pelayanan_10	0.819	0.50	Valid
Pelayanan_11	0.783	0.50	Valid
Pelayanan_12	0.828	0.50	Valid
Pelayanan_13	0.114	0.50	Tidak Valid
Pelayanan_14	0.093	0.50	Tidak Valid
Pelayanan_15	0.058	0.50	Tidak Valid

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Sesuai dengan hasil pengujian validitas terlihat bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan telah diwakili oleh *Factor Loading* diatas atau sama dengan 0.50. Pada tahapan pengujian tiga item pernyataan di eliminasi karena tidak memenuhi syarat pengujian yaitu pernyataan nomor 13, 14 dan 15. Oleh sebab itu seluruh item pernyataan yang valid dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

#### **4.2.1.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Diferensiasi Jasa**

Diferensiasi jasa merupakan variabel ketiga yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam mengukur diferensiasi jasa digunakan sebanyak 6 item pernyataan berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.8 di bawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Diferensiasi Jasa**

<b>Item Pernyataan</b>	<b><i>Factor Loading</i></b>	<b><i>Standard</i></b>	<b>Kesimpulan</b>
Diferensiasi_1	0.950	0.50	Valid
Diferensiasi_2	0.888	0.50	Valid
Diferensiasi_3	0.796	0.50	Valid
Diferensiasi_4	0.810	0.50	Valid
Diferensiasi_5	0.831	0.50	Valid
Diferensiasi_6	0.950	0.50	Valid

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel diferensiasi jasa terlihat seluruh item pernyataan yang mendukung variabel tersebut dinyatakan valid. Masing masing item pernyataan yang valid telah memiliki *Factor Loading* diatas atau sama dengan 0.50 serta didalam pengujian tidak satu pun item pernyataan yang di eliminasi karena tidak memenuhi syarat. Oleh sebab itu seluruh item pernyataan yang valid dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

#### **4.2.1.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel *Perceived easy of use***

*Perceived easy of use* merupakan variabel independen ketiga yang digunakan dalam model penelitian saat ini. Dalam mengukur *perceived easy of use* digunakan sebanyak 8 item pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.9 dibawah ini:



**Tabel 4.9**  
**Hasil Pengujian Validitas Variabel *Perceived Easy Of Use***

<b>Item Pernyataan</b>	<b><i>Factor Loading</i></b>	<b><i>Standard</i></b>	<b>Kesimpulan</b>
<i>Perceived_1</i>	0.718	0.50	Valid
<i>Perceived_2</i>	0.912	0.50	Valid
<i>Perceived_3</i>	0.815	0.50	Valid
<i>Perceived_4</i>	0.811	0.50	Valid
<i>Perceived_5</i>	0.933	0.50	Valid
<i>Perceived_6</i>	0.856	0.50	Valid
<i>Perceived_7</i>	0.879	0.50	Valid
<i>Perceived_8</i>	0.745	0.50	Valid

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Sesuai dengan hasil pengujian validitas variabel *perceived easy of use* terlihat seluruh item pernyataan yang mendukung variabel tersebut dinyatakan valid. Masing masing item pernyataan yang valid telah memiliki *Factor Loading* diatas atau sama dengan 0.50 serta didalam pengujian tidak satu pun item pernyataan yang di eliminasi karena tidak memenuhi syarat. Oleh sebab itu seluruh item pernyataan yang valid dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

#### **4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa masing masing item pernyataan yang valid yang mendukung masing masing variabel penelitian juga merupakan variabel yang handal. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan mencari nilai Cronbach's Alpha. Berdasarkan tahapan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.7 dibawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Standard</b>	<b>Kesimpulan</b>
Kepuasan Pelanggan	0.968	0.70	Handal
Kualitas Pelayanan	0.953	0.70	Handal
Diferensiasi Jasa	0.936	0.70	Handal
<i>Perceived easy of use</i>	0.937	0.70	Handal

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan terlihat bahwa seluruh variabel penelitian yang telah didukung oleh item pernyataan yang valid memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas atau sama dengan 0.70 sehingga dapat disimpulkan masing masing variabel tersebut telah memiliki tingkat kehandalan yang baik sehingga dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

### 4.3 Analisis Deskriptif

#### 4.3.1 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didukung dengan menggunakan lima indikator. Sesuai dengan perhitungan distribusi frekuensi diperoleh ringkasan terlihat pada Tabel 4.10 di bawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan**

<b>Indikator</b>	<b>STP</b>		<b>TP</b>		<b>KP</b>		<b>P</b>		<b>SP</b>		<b>Mean</b>	<b>TCR</b>
	<b>Fi</b>	<b>%</b>	<b>Fi</b>	<b>%</b>	<b>Fi</b>	<b>%</b>	<b>Fi</b>	<b>%</b>	<b>Fi</b>	<b>%</b>		
<i>Tangible</i>	4	4	9	9	27	27	36	36	25	25	3.69	73.87
<i>Reliability</i>	3	3	10	10	26	26	39	39	22	22	3.66	73.27
<i>Reponsiveness</i>	4	4	6	6	21	21	41	41	28	28	3.84	76.80
<i>Ansurance</i>	2	2	9	9	21	21	45	45	23	23	3.78	75.60
<i>Emphaty</i>	3	3	6	6	23	23	38	38	30	30	3.87	77.47
<b>Rerata</b>											3.77	75.4

*Sumber: Olahan Data (2019)*

Pada Tabel 4.10 terlihat bahwa didalam menilai tingkat kepuasan pelanggan pengguna Layanan Go-Car diketahui bahwa tingkat tertinggi kepuasan pelanggan dirasakan dalam menilai pernyataan yang berkaitan dengan *Emphaty* yaitu driver selalu memperhatikan prinsip kehati-hatian dalam melayani pelanggan. Keadaan tersebut menunjukkan kehati-hatian driver dalam melayani pelanggan membuat pelanggan menjadi puas dengan layanan yang diberikan oleh driver. Nilai skor rata rata yang diberikan adalah sebesar 3.87 dengan persentase TCR sebesar 77.47% sedangkan tingkat kepuasan terendah yang dirasakan pelanggan Go-Car berkaitan dengan *Reliability* atau wujud pelayanan seperti petugas selalu tersenyum dalam melayani pelanggan, penampilan driver dalam memberikan layanan sangat rapi. Nilai rata rata skor yang dihasilkan adalah sebesar 3.66 dengan persentase TCR mencapai 73.27%. Secara keseluruhan rata rata nilai kepuasan yang dirasakan konsumen atau pelanggan yang menggunakan layanan Go-Car adalah sebesar 3.77 dengan persentase TCR sebesar 75.40% sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen pengguna Go-Car melalui aplikasi Go-Jek relatif tinggi.

#### **4.3.2 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.**

Kualitas pelayanan merupakan variabel independen perama yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam mengukur kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan lima indikator. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.11 di bawah ini:

**Tabel 4.12**  
**Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan**

Indikator	STS		TS		KS		S		SS		Mean	TCR
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
<i>Tangible</i>	3	3	8	8	22	22	42	42	24	24	3.75	75.00
<i>Reliability</i>	3	3	10	10	23	23	39	39	25	25	3.73	74.67
<i>Reponsiveness</i>	4	4	11	11	29	29	34	34	23	23	3.62	72.33
<i>Ansurance</i>	2	2	7	7	16	16	47	47	27	27	3.89	77.87
<i>Emphaty</i>	4	4	6	6	27	27	41	41	22	22	3.71	74.13
Rerata											3.74	74.80

Sumber: Olahan Data (2019)

Pada Tabel 4.11 terlihat jawaban dengan nilai rata rata tertinggi adalah ketika responden menjawab indikator *Ansurance*(jaminan), dalam hal ini masing masing konsumen mendapatkan perlakuan yang sama oleh driver Go-Car seperti driver mampu memberikan pelayanan yang adil kepada setiap pelanggan. Nilai rata rata yang dihasilkan adalah sebesar 3,89 dengan tingkat persentase TCR sebesar 77.87% sedangkan nilai skor jawaban terendah diberikan responden dalam menilai indicator *Reponsiveness*(ketanggapan dalam menggunakan). Dalam hal ini masih terlihat konsumen yang terlambat dalam proses penjemputan atau waktu untuk sampai ketujuan relatif tidak sesuai. Nilai rata rata yang diberikan dari seluruh responden adalah sebesar 3.62. dengan tingkat persentase TCR sebesar 72,33% Secara keseluruhan lima indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan menghasilkan Rerata sebesar 3.74 dengan persentase TCR mencapai 74.80% sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan layanan Go-Car yang dipesan melalui aplikasi Go-Jek memiliki kualitas pelayanan yang relatif baik.

### 4.3.3 Deskriptif Variabel Diferensiasi Jasa

Diferensiasi jasa merupakan variabel ketiga yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam mengukur diferensiasi jasa maka digunakan sebanyak tiga indikator. Sesuai dengan proses perhitungan distribusi frekuensi yang telah dilakukan diperoleh ringkasan terlihat pada Tabel 4.12 di bawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Deskriptif Variabel Diferensiasi Jasa**

Indikator	STS		TS		KS		S		SS		Mean	TC R
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
<i>Specific</i>	4	4	12	12	21	21	42	42	22	22	3.68	73.50
<i>Practice</i>	4	4	1	1	22	22	44	44	29	29	3.93	78.60
<i>Commitment</i>	9	9	7	7	25	25	39	39	21	21	3.57	71.30
Rerata											3.72	74.47

Sumber: Olahan Data (2019)

Pada Tabel 4.12 terlihat bahwa dalam menjawab diferensiasi jasa penilaian tertinggi terhadap diferensiasi jasa adalah dalam menjawab pernyataan yang mendukung indikator *practice*. Dalam hal ini untuk memesan Go-Car masing masing konsumen dapat menggunakan aplikasi Go-jek yang relatif mudah proses pemanfaatannya. Nilai rata rata yang diberikan seluruh responden dalam menilai indikator *practice* adalah 3.93 dengan persentase TCR sebesar 78.60%, sedangkan nilai jawaban terendah diberikan responden dalam menilai indikator *commitment*. Khususnya komitmen yang ditujukan driver dalam melakukan penjemputan pelanggan. Nilai rata rata yang dihasilkan dalam menilai indikator *commitment* adalah sebesar 3.57 dengan persentase tingkat capaian responden sebesar 71.30%. Secara keseluruhan tiga indikator yang digunakan untuk mengukur variabel diferensiasi jasa menghasilkan rerata sebesar 3.72 dengan persentase TCR

mencapai 74.47%. Berdasarkan nilai rata rata TCR yang dihasilkan dapat disimpulkan tingkat diferensiasi jasa layanan Go-Car relatif tinggi.

#### 4.3.4 Deskriptif Variabel *Perceived Easy of Use*

*Perceived Easy Of Use* merupakan variabel penelitian keempat yang digunakan dalam penelitian dalam mengukur variabel tersebut digunakan sebanyak empat indikator. Berdasarkan proses perhitungan distribusi frekuensi yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.13 di bawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Deskriptif Variabel *Perceived Easy of Use***

Indikator	STS		TS		KS		S		SS		Me an	TC R
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Kemudahan mengoperasikan	4	4	0	0	26	26	43	43	28	28	3.90	77.90
Mudah dipelajari	0	0	7	7	26	26	42	42	26	26	3.86	77.20
Tidak membutuhkan keahlian khusus	4	4	0	0	28	28	50	50	19	19	3.79	75.80
Risiko menggunakan	4	4	6	6	20	20	48	48	23	23	3.81	76.10
Rerata											3.84	76.97

Sumber: Olahan Data (2019)

Pada Tabel 4.14 terlihat bahwa dalam menilai variabel *perceived easy of use* nilai rata rata tertinggi diberikan responden dalam menilai indikator kemudahan mengoperasikan aplikasi. Dalam hal ini para pengguna dapat mudah menggunakan aplikasi Go-Jek dalam rangka memesan layanan Go-Car. Nilai rata rata yang diberikan seluruh responden adalah 3.90 dengan persentase TCR mencapai 77.90%, sedangkan skor jawaban terendah yang diberikan responden adalah dalam menilai indikator tidak membutuhkan keahlian khusus untuk

menggunakan aplikasi Go-Jek sehingga aplikasi tersebut dapat digunakan oleh seluruh tingkatan usia konsumen. Nilai rata rata yang diperoleh dalam mengukur indikator tersebut adalah 3.79 dengan persentase tingkat capaian responden sebesar 75.80%. Secara keseluruhan empat indikator yang digunakan mengukur *perceived easy of use* menghasilkan Rerata sebesar 3.84 dengan persentase TCR sebesar 76.97% sehingga dapat disimpulkan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi Go-Jek dalam rangka memesan Go-Car relatif baik.

#### 4.4 Hasil Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa masing masing variabel yang dibentuk kedalam model analisis telah berdistribusi mengikuti pola garis lurus (normal). Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Sesuai dengan proses pengolahan data yang telah dilaksanakan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.14 di bawah ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Pengujian Normalitas**

Variabel Penelitian	<i>Asymp Sig (2-tailed)</i>	Alpha	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan	0.148	0.05	Normal
Kualitas Pelayanan	0.341	0.05	Normal
Diferensiasi Jasa	0.107	0.05	Normal
<i>Perceived easy of use</i>	0.109	0.05	Normal

Sumber: Hasil Observasi (2015)

Sesuai dengan hasil pengujian normalitas yang telah dilakukan terlihat bahwa masing masing variabel penelitian yang digunakan telah memiliki nilai *asymp sig (2-tailed)* berada diatas atau sama dengan 0.05 maka dapat disimpulkan

bahwa masing masing variabel independen yang digunakan telah berdistribusi normal, sehingga tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

#### 4.5 Pengujian Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2015) salah satu syarat untuk membentuk sebuah model regresi berganda yang tepat maka terlebih dahulu harus dilakukan tahapan pengujian asumsi klasik. Masing masing variabel penelitian harus terbebas dari seluruh penyimpangan gejala asumsi klasik. Secara umum tahapan pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terlihat pada sub bab dibawah ini:

##### 4.5.1 Hasil Pengujian Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa masing-masing variabel independen yang digunakan dalam membentuk model persamaan regresi tidak saling berkorelasi antara satu dengan yang lain. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan mencari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan terlihat pada Tabel 4.15 di bawah ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Pengujian Multikolinearitas**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b><i>Tolerance</i></b>	<b>VIF</b>	<b>Kesimpulan</b>
Kualitas Pelayanan	0.884	1.131	Bebas Multikolinearitas
Diferensiasi Jasa	0.372	2.687	Bebas Multikolinearitas
<i>Perceived easy of use</i>	0.346	2.894	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Hasil Observasi (2015)

Pada Tabel 4.15 terlihat bahwa masing masing variabel independen yang dibentuk kedalam model regresi berganda telah memiliki nilai *Tolerance* diatas 0.10 serta nilai koefisien *variance inflation factor* (VIF) di bawah 10 sehingga



dapat disimpulkan bahwa masing masing variabel independen yang digunakan kedalam model persamaan regresi telah terbebas dari gejala multikolinearitas sehingga tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

#### 4.5.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui pola sebaran variance yang mendukung masing masing variabel penelitian. Jika pola sebaran relatif konstan maka variabel tersebut terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilaksanakan maka diperoleh hasil terlihat pada Tabel 4.16 di bawah ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Glejser**

Variabel Penelitian	Sig	Alpha	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0.777	0.05	Bebas Heteroskedastisitas
Diferensiasi Jasa	0.998	0.05	Bebas Heteroskedastisitas
<i>Perceived easy of use</i>	0.939	0.05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Observasi (2015)

Sesuai dengan hasil pengujian heteroskedastisitas Glejser terlihat bahwa masing masing variabel independen yang diregresikan dengan ARESID (Absolute Residual) telah memiliki nilai sig diatas tingkat kesalahan 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa masing masing variabel independen yang akan dibentuk dan di analisis kedalam sebuah model regresi berganda telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Oleh sebab itu tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat dilaksanakan.

#### 4.6 Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2014) analisis regresi merupakan sebuah alat analisis untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang dapat terbentuk antara variabel independen terhadap variabel dependen yang dibentuk kedalam sebuah persamaan regresi. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh hasil terlihat pada Tabel 4.17 di bawah ini:

**Tabel 4.18**  
**Model Persamaan Regresi**

Variabel Penelitian	Koefisien Regresi	Sig	Alpha	Kesimpulan
Constanta	3.478	-	-	-
Kualitas Pelayanan	1.142	0.000	0.05	Signifikan
Diferensiasi Jasa	0.323	0.002	0.05	Signifikan
<i>Perceived easy of use</i>	0.123	0.199	0.05	Tidak Signifikan
R <sup>2</sup>		0.930		
F-sig		0.000		

Sumber: Hasil Observasi (2019)

Pada tabel 4.11 terlihat bahwa masing-masing variabel penelitian yang digunakan dapat membentuk sebuah model regresi berganda yaitu:

$$Y = 3.478 + 1.142X_1 + 0.323X_2 + 0.123X_3$$

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0.930. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, diferensiasi jasa dan *perceived easy of use* merupakan variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan Go-Car yang dipesan melalui aplikasi Go-Jek sebesar 93% sedangkan sisanya sebesar 7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian saat ini.

Sesuai dengan hasil pengujian F-statistik diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0.000 jauh berada dibawah tingkat kesalahan 0,05 maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, diferensiasi jasa dan *perceived easy of use* merupakan variabel yang tepat dalam mempengaruhi perubahan kepuasan pelanggan pengguna Go-Car yang dipesan melalui aplikasi Go-Jek di Kota Padang

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sig sebesar 0.000. Tahapan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan bahwa nilai sig  $0,000 < \alpha 0.05$  maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Car yang memesan layanan tersebut melalui aplikasi Go-Jek di Kota Padang.

Pada tahapan pengujian t-statistik kedua dengan menggunakan variabel diferensiasi jasa diperoleh nilai sig sebesar 0.002. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai sig 0.002 jauh berada di bawah tingkat kesalahan 0.05 maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa diferensiasi jasa berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan Go-Car yang memesan layanan tersebut melalui aplikasi Go-Jek di Kota Padang.

Pada tahapan pengujian hipotesis ketiga dengan menggunakan variabel *perceived easy of use* diperoleh nilai sig sebesar 0.199. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai sig 0.199 jauh berada diatas tingkat kesalahan 0.05 maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived easy of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Car yang memesan layanan tersebut melalui aplikasi Go-Jek di Kota Padang.

## **4.7 Pembahasan**

### **4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Go-Car melalui aplikasi Go-jek di Kota Padang.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan layanan Go-car melalui aplikasi Go-jek. Hasil yang diperoleh tersebut terjadi karena semakin tingginya kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan layanan Go-car yang dipesan melalui aplikasi Go-jek akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Keadaan tersebut terjadi karena akses aplikasi Go-jek yang mudah serta di lengkapi fitur layanan offline semakin menciptakan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut, disamping itu driver Go-car yang melayani pelanggan juga sangat ramah dan mampu menciptakan kesesuaian antara harapan yang diharapkan pelanggan dengan

kenyataan yang dirasakan setelah menggunakan jasa layanan Go-car. Interior dan eksterior mobil yang nyaman, serta ketepatan waktu penjemputan hingga waktu sampai ketujuan mendorong terbentuknya rasa puas dalam diri pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan Go-car

Temuan yang diperoleh sejalan dengan teori yang dilakukan oleh Keller (2014) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai nilai atau manfaat dari jasa yang digunakan oleh seorang pelanggan. Kualitas jasa yang baik akan menciptakan rasa puas. Munculnya kepuasan terbentuk karena terjadinya kessuaian antara tingkat kepentingan dengan kinerja setelah pelanggan menggunakan sebuah merek. Ketika pelayanan yang diberikan oleh petugas mampu memenuhi keinginan pelanggan menunjukkan pelanggan telah merasa puas. Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis konsisten dengan hasil penelitian Abdulnaser et al.(2017) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa bank berbasis syariah. Genadhi dan Wardana (2017) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dapat membentuk kepuasan pelanggan khususnya dalam menggunakan jasa transportasi *online* di Kota Jakarta

#### **4.7.2 Pengaruh Diferensiasi Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Go-Car melalui aplikasi Go-jek di Kota Padang.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa diferensiasi jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Go-car melalui aplikasi Go-jek di Kota Padang. Temuan

yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin tinggi perbedaan aplikasi Go-jek dibandingkan aplikasi jasa transportasi online lainnya semakin meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Diferensiasi jasa dirasakan pelanggan terlihat dari adanya fitur offline dan peta google map yang akurat, sehingga memudahkan akses pelayanan dilakukan pada setiap pelanggan, selain itu Go-jek juga kerap memberikan bonus kepada pelanggan khususnya yang menggunakan layanan Go-car, disamping itu driver Go-car juga dilengkapi dengan id card dan testimonial pelayanan yang menunjukkan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan jasa layanan Go-car. Melalui diferensiasi jasa yang dimiliki aplikasi Go-jek, pelanggan yang menggunakan layanan Go-car menjadi lebih puas khususnya bagi pelanggan di Kota Padang.

Temuan yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis kedua sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2017) mengungkapkan diferensiasi jasa sebagai nilai yang spesifik yang membedakan satu jasa dengan jasa yang lain. Nilai spesifik ditujukan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Diferensiasi jasa akan menciptakan persepsi positif yang didahului oleh adanya rasa puas dalam diri pelanggan yang menggunakan. Chenet et al., (2010) menemukan bahwa diferensiasi jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. oleh Mar'rati dan Sudarwanto (2017) yang menemukan bahwa diferensiasi jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online*. Purwadari et al.,(2017) menemukan bahwa diferensiasi jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa dan mengkonsumsi produk Pece Lela Padang.

#### **4.7.3 Pengaruh *Perceived easy of use* Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pelayanan Go-Car melalui aplikasi Go-jek di Kota Padang.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa *perceived easy of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa layanan Go-car melalui aplikasi Go-jek. Hasil yang di peroleh menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi Go-jek dalam rangka memesan layanan Go-car bukanlah variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil yang diperoleh menunjukkan kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan pelayanan Go-car yang di order melalui aplikasi Go-jek tidak saja dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan aplikasi akan tetapi lebih kepada pelayanan nyata yang dirasakan pelanggan, seperti masa tunggu untuk penjemputan pelanggan, pemilihan alternatif jalan yang dilalui dalam mengantar pelanggan, hingga kesopanan dan keramahan driver pada saat melayani pelanggan.

Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis ketiga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Chu dan Lu., (2015) menemukan bahwa *perceived easy of use* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja *online*. Amin et al (2016) menemukan bahwa semakin mudah menggunakan aplikasi berbasis e-commerce maka akan mendorong menguatnya kepuasan pelanggan. oleh Widiyanto (2019) menemukan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi berbasis *e-commerce* akan mendorong meningkatnya kepuasan pelanggan. Ketika keinginan atau harapan yang diharapkan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik