

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai proses pengumpulan data yang dilakukan, penjelasan mengenai profil dari responden, dan juga dijelaskan bagaimana proses menganalisis data yang telah dikumpulkan dari responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

5.1 PROFIL RESPONDEN

Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui survey secara *online* kepada para pengguna aplikasi transportasi *online* Go-jek. Pengambilan data dilakukan selama satu bulan dihitung sejak bulan Desember 2019 - Januari 2020. Sebuah kuesioner dirancang dan dikembangkan untuk penelitian ini. Dalam *pre-test* ini, sebelum memasuki pertanyaan responden akan menjawab pertanyaan penyaringan (*screening*) yang bertujuan agar sampel memiliki kriteria tertentu. Jawaban responden dipilih berdasarkan kriteria yakni setidaknya pernah menggunakan layanan transportasi penumpang mobil Go-Car lebih dari 2 kali.

Adapun responden yang berpartisipasi dalam survey ini terdiri atas 126 orang dimana 84,1% memenuhi kriteria untuk menjadi responden dan sebanyak 15,9% dinyatakan tidak dapat melanjutkan survey ini karena dinyatakan tidak memenuhi kriteria responden yang dibutuhkan. Proporsi responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, umur, dan status yang secara lengkap dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.1 Profil Responden

Karakteristik	Presentase	Jumlah
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32,1 %	72 orang
Perempuan	67,9 %	34 orang
Umur		
15-17 tahun	22,6 %	24 orang
18-20 tahun	23,6 %	25 orang
21-23 tahun	34,9 %	37 orang
>23 tahun	18,9 %	20 orang
Status		
Pelajar	23,6 %	25 orang
Mahasiswa	49,1 %	52 orang
Pekerja	27,4 %	29 orang

5.2 UJI INSTRUMEN

Uji instrumen digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen. Instrument penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini dibuat dengan merujuk kepada *theory "E-service Quality"* oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Arvind Malhotra. Variabel penelitian ini ditambahkan variabel "*E-loyalty*" hal ini didasarkan pada penelitian A. Parasuraman *et.al* dalam menilai kualitas layanan elektronik. Kemudian penelitian ini ditambahkan juga variabel "*E-satisfaction*" yang menjadi variabel intervening guna menggambarkan kepuasan pada layanan elektronik.

5.2.1 Uji Validitas

Ghozali mengungkapkan "Valid tidaknya kuesioner tergantung dari kemampuan pertanyaan mengungkapkan suatu yang akan diukur (Trisnawati & Fahmi, 2017). Hal diukur dengan membandingkan nilai r tabel dan nilai r hitung.

Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)”

Pada penelitian ini nilai r tabel dihitung dengan nilai $DF = N - 2$ dan taraf signifikansi 0,01. Berdasarkan jumlah responden sebesar 106 maka nilai r tabel adalah sebesar 0,2492

Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Variabel *E-Service Quality*

Variabel	item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Efficiency</i>	EFF1	0,428	0,2492	Valid
	EFF2	0,550	0,2492	Valid
	EFF3	0,641	0,2492	Valid
<i>Fulfillment</i>	FUL1	0,498	0,2492	Valid
	FUL2	0,672	0,2492	Valid
<i>System Availability</i>	SYS1	0,707	0,2492	Valid
	SYS2	0,748	0,2492	Valid
<i>Privacy</i>	PRI1	0,580	0,2492	Valid
	PRI2	0,732	0,2492	Valid

Berdasarkan tabel 5.2, diperoleh bahwa nilai r hitung dari semua item kuesioner variabel *E- Service quality* menunjukkan nilai yang lebih besar dari r tabel sehingga semua item dinyatakan memenuhi kriteria uji validitas.

Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Variabel *E- Recovery Service Quality*

Variabel	item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Responsiveness</i>	RES1	0,866	0,2492	Valid
<i>Compensation</i>	COM1	0,861	0,2492	Valid
<i>Contact</i>	CON1	0,717	0,2492	Valid

Berdasarkan tabel 5.3, diperoleh bahwa nilai r hitung dari semua item kuesioner variabel *E- Recovery Service quality* menunjukkan nilai yang lebih besar dari r tabel sehingga semua item dinyatakan memenuhi kriteria uji validitas.

Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Variabel *E- Satisfaction*

Variabel	item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Convenience</i>	COV1	0,642	0,2492	Valid
	COV2	0,739	0,2492	Valid
<i>Merchandising</i>	MER1	0,720	0,2492	Valid
	MER2	0,699	0,2492	Valid
<i>Site design</i>	SIT1	0,756	0,2492	Valid
	SIT2	0,771	0,2492	Valid
<i>Security</i>	SEC1	0,700	0,2492	Valid
	SEC2	0,702	0,2492	Valid
<i>Service ability</i>	ABI1	0,701	0,2492	Valid
	ABI2	0,709	0,2492	Valid

Berdasarkan tabel 5.4, diperoleh bahwa nilai r hitung dari semua item kuesioner variabel *E- Satisfaction* menunjukkan nilai yang lebih besar dari r tabel sehingga semua item dinyatakan memenuhi kriteria uji validitas

Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Variabel *E- Loyalty*

Variabel	item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Responsiveness</i>	LOY1	0,782	0,2492	Valid
<i>Compensation</i>	LOY2	0,862	0,2492	Valid
<i>Contact</i>	LOY3	0,854	0,2492	Valid

Berdasarkan tabel 5.3, diperoleh bahwa nilai r hitung dari semua item kuesioner variabel *E- Recovery Service quality* menunjukkan nilai yang lebih besar dari r tabel sehingga semua item dinyatakan memenuhi kriteria uji validitas

5.2.2 Uji Reliabilitas

Gronlund mengungkapkan bahwa “Reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menghasilkan ketepatan”(Trisnawati & Fahmi, 2017:180). Untuk uji reliabilitas penulis menggunakan *Croanbach's Alpha* dengan kriteria,

jika nilai *Alpha Cronbach* > nilai konstanta 0,6 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel (Trisnawati & Fahmi, 2017).

Tabel 5.6 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>E-Service Quality</i>	.789	10
<i>E-Recovery Service Quality</i>	.834	4
<i>E-Satisfaction</i>	.771	11
<i>E-Loyalty</i>	.840	4

Berdasarkan tabel 5.6 diperoleh bahwa nilai *Croanbach's Alpha* dari tabel *Reliability statistic* pada setiap variabel adalah 0.789, 0.834, 0.771, 0.840. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden sangat reliabel karena hasil uji reliabilitas > nilai konstanta 0,6.

5.3 Uji ASUMSI KLASIK

5.3.1 Uji Normalitas

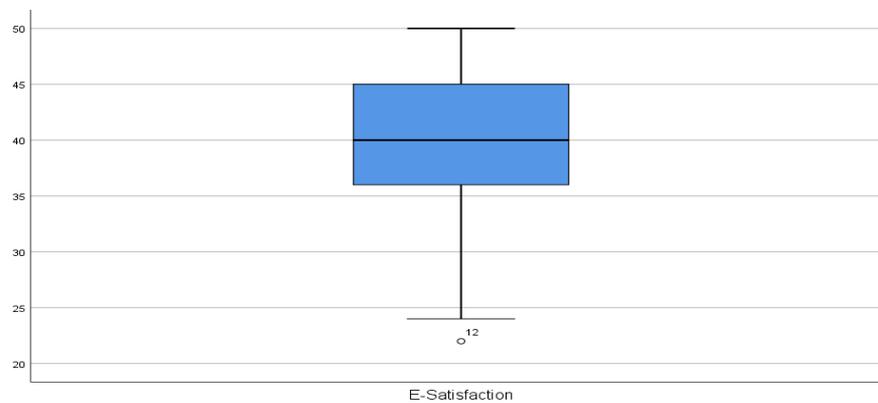
Tabel 5.7 Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

	Tingkat Signifikansi
Variabel X1,X2 terhadap Y	0,077
Variabel Y terhadap Z	0,015

Hasil pengujian normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov test*, menunjukkan nilai signifikansi pada hubungan *E-Service Quality*(X1), dan *E-Recovery Service quality*(X2) terhadap *E-Satisfaction*(Y) sebesar $0,077 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Sedangkan

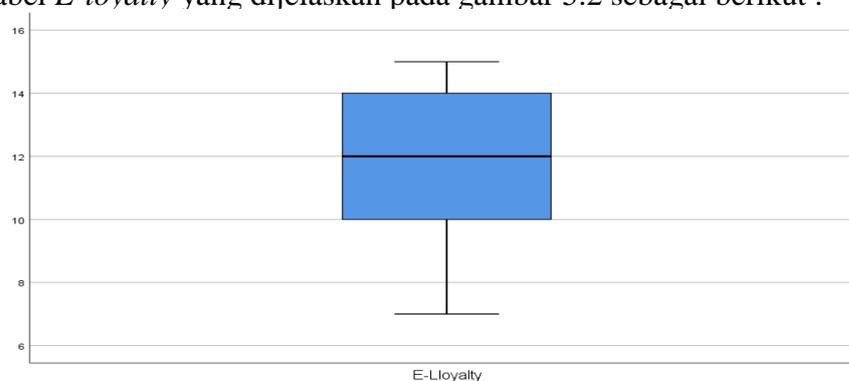
nilai pada hubungan *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-Loyalty*(Z) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ maka dapat dinyatakan nilai residual pada hubungan variabelnya tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan nilai residual, peneliti perlu melakukan pengujian *outlier* pada hubungan *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-Loyalty*(Z) namun dalam prosesnya peneliti tidak menemukan secara signifikan *outlier* pada variabel terkait dengan melihat *boxplot* sebagai berikut :



Gambar 5.1 Boxplot Variabel E-Satisfaction

Pada gambar 5.1 dapat dijelaskan bahwa variabel *E-Satisfaction* memiliki satu nilai *outlier* pada data ke-12. Namun peneliti tidak menemukan data *outier* pada variabel *E-loyalty* yang dijelaskan pada gambar 5.2 sebagai berikut :



Gambar 5.2 Boxplot Variabel E-Loyalty

Berdasarkan tidak ditemukannya *outlier*, maka perlu dilakukan transformasi data terhadap variabel *E-Loyalty*. Nilai akhir pada Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.8 Hasil Akhir Uji Normalitas

	Tingkat signifikansi
Variabel X1,X2 terhadap Y	0,077
Variabel Y terhadap Z	0,079

Hasil Akhir pada uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* telah menunjukkan nilai signifikan lebih besar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada lagi perbedaan distribusi residual dan distribusi normal atau dapat dikatakan residual berdistribusi normal.

5.3.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 5.9 Hasil Uji Multikolinieritas 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.767	2.595		3.378	0.001		
1 E-SERVICE QUALITY	0.871	0.118	0.568	7.373	0	0.629	1.59
E-RECOVERY SERVICE QUALITY	0.687	0.178	0.297	3.862	0	0.629	1.59

a. Dependent Variable: E-SATISFACTION

Pada tabel 5.9, dapat diketahui bahwa nilai VIF pada setiap variabel dalam hubungan *E-Service Quality* (X1) dan *E-Recovery Service Quality* (X2) terhadap *E-Satisfaction* (Y) adalah 0,159. Dengan demikian Nilai VIF berada pada rentang

0 hingga 10. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji Multikolinieritas pada variabel ini dinyatakan bebas masalah Multikolinieritas.

Tabel 5.10 Hasil Uji Multikolinieritas 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.404	0.371		14.552	0.000		
E-SATISFACTION	-0.097	0.009	-0.722	-10.651	0.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: transform_loy

Pada tabel 5.10, dapat diketahui bahwa nilai VIF pada variabel hubungan *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-Loyalty* (Z) adalah 1,000 Dengan demikian Nilai VIF berada pada rentang 0 hingga 10. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji Multikolinieritas pada variabel ini dinyatakan bebas masalah Multikolinieritas.

5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Tabel 5.11 Hasil Uji Heterokedastisitas *Glejser Test* 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.152	1.592		4.493	0.000
E-SERVICE QUALITY	-0.064	0.072	-0.104	-0.880	0.381
E-RECOVERY SERVICE QUALITY	0.224	0.109	-0.242	-2.050	0.053

a. Dependent Variable: Bresid

Berdasarkan tabel 5.10, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setiap variabel dalam hubungan *E-Service Quality* (X1) dan *E-Recovery Service Quality* (X2) terhadap *E-Satisfaction* (Y) adalah sebesar 0,381, dan 0,053. Karena

signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas pada regresi.

Tabel 5.12 Hasil Uji Heterokedastisitas *Glejser Test 2*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.116	0.204		0.571	0.569
E-SATISFACTION	0.009	0.005	0.174	1.807	0.074

a. Dependent Variable: Hresid

Berdasarkan tabel 5.1, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel dalam hubungan *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-loyalty* (Z) adalah sebesar 0,074. Karena signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas pada regresi

5.3.4 Uji Autokorelasi

Tabel 5.13 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-watson 1

Variabel	Nilai Durbin-Watson
X1,X2 terhadap Y	1.804

Berdasarkan tabel 5.15, dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (d)=1,804, nilai dL=1,6258 dan dilai dU=1,7420. Nilai Durbin-Watson memenuhi kriteria jika “ $dU < d < (4-dL)$ ” (Junardi.Sari, 2019:48). Dengan demikian hubungan *E-Service Quality*(X1), dan *E-Recovery Service Quality*(X2) terhadap *E-Satisfaction*(Y) dinyatakan tidak mengandung autokorelasi pada model regresinya karena nilai Durbin-Watson pada variabel ini memenuhi kriteria yaitu $1,7420 < 1,804 < 2,3742$.

Tabel 5.14 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-watson 2

Variabel	Nilai Durbin-Watson
Y terhadap Z	2.232

Berdasarkan tabel 5.14, dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (d)=2,232, nilai dL =1,6452 dan dilai dU =1,7220. Dengan demikian hubungan *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-Loyalty*(Z) dinyatakan tidak mengandung autokorelasi pada model regresinya karena nilai Durbin-Watson pada variabel ini memenuhi kriteria yaitu $1,7220 < 2,232 < 2,3548$.

5.4 ANALISIS JALUR (PATH ANALYSIS)

Berdasarkan model penelitian yang diajukan maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*), karena penghitungan *path analysis* menggunakan teknik regresi linier; maka asumsi umum regresi linear sebaiknya diikuti, yaitu (Sarwono, 2011):

- 1) Model regresi harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka signifikansi pada ANOVA sebesar < 0.05
- 2) Predictor yang digunakan sebagai variable bebas harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka Standard Error of Estimate $<$ Standard Deviation
- 3) Koefesien regresi harus signifikan. Pengujian dilakukan dengan Uji T. Koefesien regresi signifikan jika T hitung $>$ T table (nilai kritis)
- 4) Tidak boleh terjadi multikolinieritas, artinya tidak boleh terjadi korelasi yang sangat tinggi antar variable bebas.
- 5) Tidak terjadi autokorelasi. Terjadi Autokorelasi jika angka Dubin dan Watson sebesar < 1 dan > 3 .

5.4.1 Hubungan Antara variabel X1 dan X2

Tabel 5.15 Hubungan antar Variabel

		E-SERVICE QUALITY	E-RECOVERY SERVICE QUALITY
E-SERVICE QUALITY	Pearson Correlation	1	.609**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	106	106
E-RECOVERY SERVICE QUALITY	Pearson Correlation	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	106	106

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

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi *E-Service Quality* (X1) dengan *E-Recovery-Service Quality* (X2) diatas sebesar 0,609 termasuk kriteria hubungan cukup kuat.

5.4.2 Uji Pengaruh pada Struktur 1

Struktur 1 : Pengaruh *E-Service Quality*(X1), dan *E-Recovery Service Quality*(X2) terhadap *E-Satisfaction*(Y)

Tabel 5.16 Model Summary Struktur 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.616	.609	3.906

a. Predictors: (Constant), E-RECOVERY SERVICE QUALITY, E-SERVICE QUALITY

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui besarnya pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Recovery Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* adalah sebesar 0,609. Hal ini berarti bahwa *E-Satisfaction* dipengaruhi oleh *E-service*

Quality dan *E-Recovery Quality* sebesar 60,9%, sedangkan sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 5.17 Hasil Uji T Struktur 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.767	2.595		3.378	.001
	E-SERVICE QUALITY	.871	.118	.568	7.373	.000
	E-RECOVERY SERVICE QUALITY	.687	.178	.297	3.862	.000

a. Dependent Variable: E-SATISFACTION

Tabel 5.18 Hasil Uji F Struktur 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2521.835	2	1260.918	82.638	.000 ^b
	Residual	1571.599	103	15.258		
	Total	4093.434	105			

a. Dependent Variable: E-SATISFACTION

b. Predictors: (Constant), E-RECOVERY SERVICE QUALITY, E-SERVICE QUALITY

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality*(X1) dan *E-Recovery -Service Quality*(X2) memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel *E-Satisfaction*(Y). Secara parsial diketahui berdasarkan nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} (1,65964) dengan signifikansi sebesar $0,000 < probabilitas 0.05$ untuk kedua variabel tersebut. Untuk pengujian *E-Service Quality*(X1) dan *E-Recovery -Service Quality*(X2) terhadap *E-Satisfaction*(Y) secara simultan dapat diketahui dari tabel ANOVA bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$.

5.4.3 Uji Pengaruh pada Struktur 2

Struktur 2 : Pengaruh *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-Loyalty*(Z)

Tabel 5.19 Model Summary Struktur 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.522	.517	.58395

a. Predictors: (Constant), E-SATISFACTION

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui besarnya pengaruh *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* adalah sebesar 0,517. Hal ini berarti bahwa *E-Loyalty* dipengaruhi oleh *E-Satisfaction* sebesar 51,7%, sedangkan sisanya sebesar 48,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 5.20 Hasil Uji T Struktur 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.404	.371		14.552	.000
	E-SATISFACTION	-.097	.009	-.722	-10.651	.000

a. Dependent Variable: transform_loy

Tabel 5.21 Hasil Uji F Struktur 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.685	1	38.685	113.445	.000 ^b
	Residual	35.464	104	.341		
	Total	74.149	105			

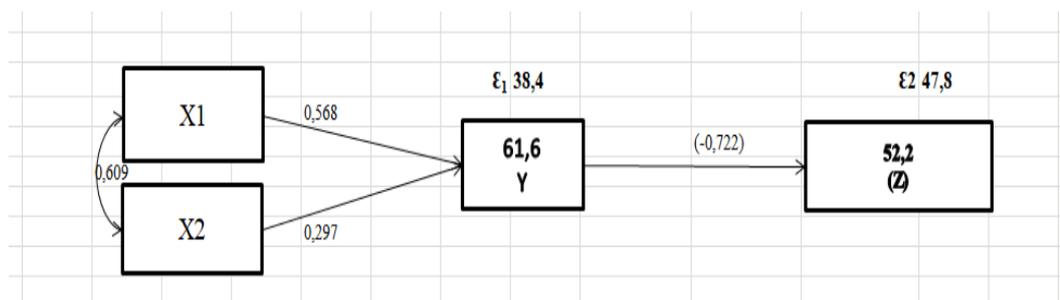
a. Dependent Variable: transform_loy

b. Predictors: (Constant), E-SATISFACTION

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Satisfaction*(Y) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel *E-Loyalty*(Z), hal tersebut diketahui berdasarkan nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} (1,65964). Namun berdasarkan hasil uji F nilai f_{hitung} sebesar 113,445 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ variabel *E-Satisfaction*(Y) dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel *E-Loyalty*(Z).

5.4.4 PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka diperoleh nilai analisis jalur sebagai berikut :



Gambar 5.3 Hasil Diagram Jalur

Berdasarkan hasil perhitungan struktur regresi 1 dan struktur regresi 2 diperoleh hasil pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebagai berikut :

Tabel 5.20 Hasil Koefisien Jalur

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak langsung		Total Pengaruh X terhadap Y	Total Pengaruh Y terhadap Z
		X1	X2		
X1	0,323	0,103		0,425	
X2	0,088		0,103	0,191	
Y	0,521				0,521
				0,616	

1. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* adalah 0,323 atau 32,3% sehingga dapat dinyatakan bahwa H1 diterima atau dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada variabel *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction customer* aplikasi Gojek.
2. Besarnya pengaruh tidak langsung *E-Service Quality* melalui *E-Recovery Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* adalah 0,103 atau 10,3%, dengan demikian total pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* sebesar 0,425 atau 42,5%.
3. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung *E-Recovery Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* adalah 0,088 atau sebesar 8,8% sehingga dapat dinyatakan bahwa H2 diterima atau dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada variabel *E-Recovery Service Quality* terhadap *E-Satisfaction customer* aplikasi Gojek
4. Besarnya pengaruh tidak langsung *E-Recovery Service Quality* melalui *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* adalah 0,103 atau 10,3%. Dengan demikian total pengaruh *E-Recovery Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* sebesar 0,191 atau 19,1%.
5. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* adalah 0,521 atau sebesar 52,1% sehingga dapat dinyatakan bahwa H3 diterima atau dapat diartikan

bahwa ada pengaruh yang signifikan pada variabel *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty customer* aplikasi gojek

6. Total pengaruh keseluruhan variabel *E- Service Quality*, dan *E-Recovery Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* sebesar 0,616 atau 61,1%. Sehingga disimpulkan bahwa pengaruh X1 (*E-Service Quality*) lebih dominan dari pengaruh X2 (*E-Recovery Service Quality*) terhadap Y (*E-Satisfaction*).