

## **BAB V**

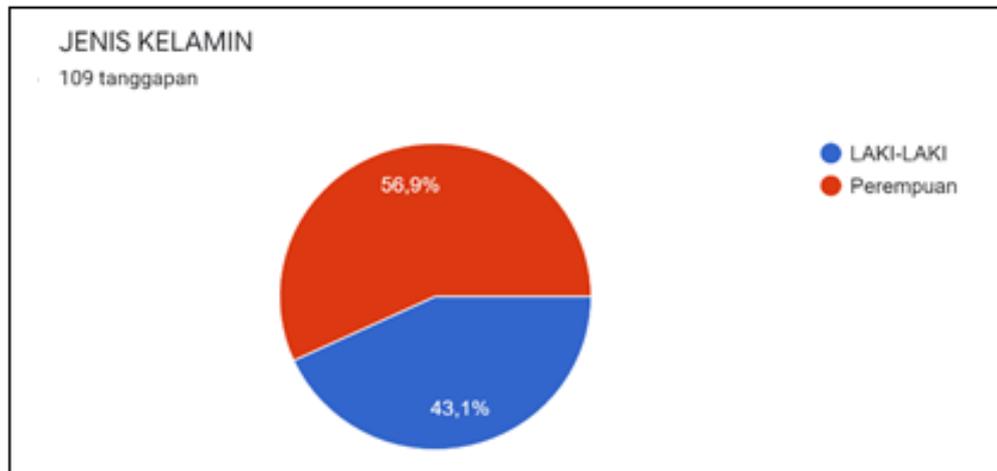
### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data yang dianalisis berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan software IBM SPSS Statistik versi 25. SPSS adalah program statistik terapan yang populer saat ini, baik di Indonesia maupun di Dunia. Selain itu, program SPSS juga dilengkapi dengan berbagai pilihan penggunaan metode statistik non parametrik yang memadai termasuk persiapan perhitungan metode statistic non parametrik (melakukan pengolahan data, compute dengan rumus tertentu, seleksi data dan sebagainya).

#### **1.1 PROFIL RESPONDEN**

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner online dari *Google Forms* yang telah disebarkan dari tanggal 18 Desember 2020 sampai tanggal 15 Januari 2021. Untuk kegiatan pengisian dengan 18 pertanyaan diajukan dalam kuesioner ini. Kuesioner kemudian disebarkan kepada masyarakat umum yang berada di wilayah kota jambi yang menggunakan aplikasi Facebook. Sebanyak 109 responden yang telah memberikan respon dalam kuesioner dan dinyatakan valid. Berikut tabel profil responden yang terdiri dari tiga kategori sebagai berikut :

### 1.1.1 Jenis Kelamin



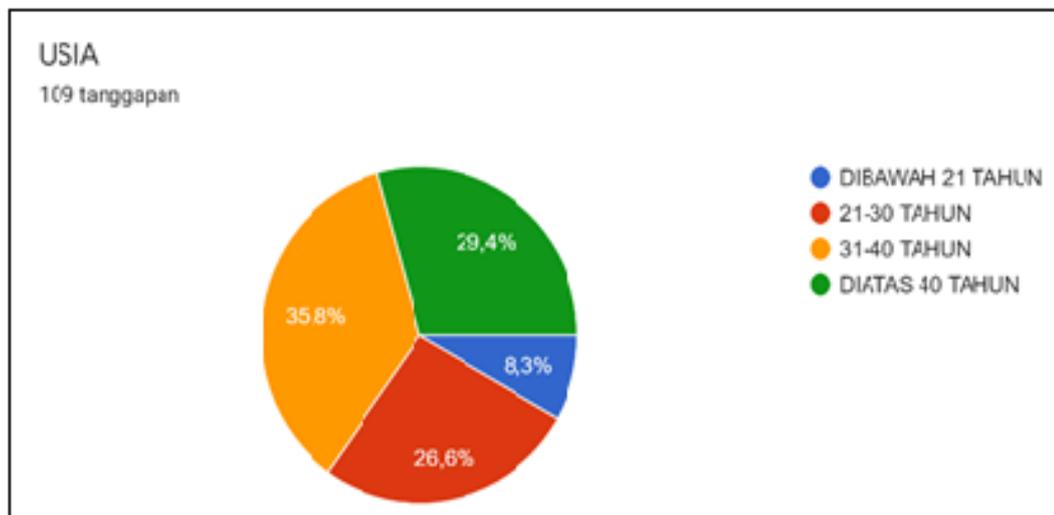
**Gambar 5.1 Diagram Jenis Kelamin Responden**

**Tabel 5.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
Laki-Laki	47	56,9%
Perempuan	62	43,1%
Jumlah	109	100%

Pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa jumlah frekuensi perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki, artinya pengguna marketplace facebook lebih dominan kepada perempuan dibandingkan pengguna laki-laki.

### 1.1.2 Usia



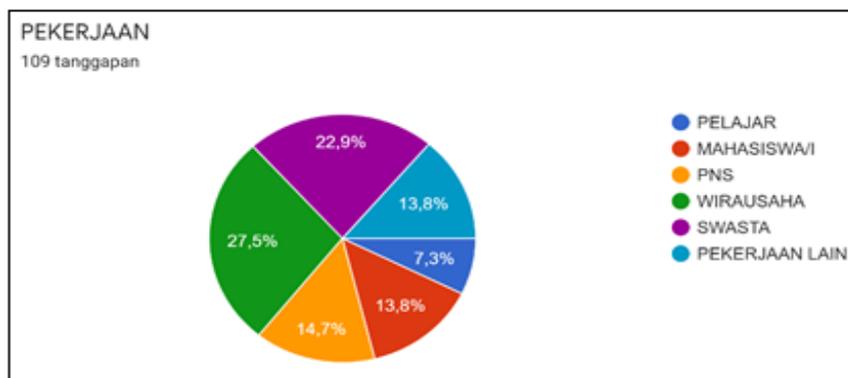
**Gambar 5.2 Diagram Usia Responden**

**Tabel 5.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah Responden	presentasi
Dibawah 21 Tahun	9	8,3%
21-30 Tahun	29	26,6%
31-40 Tahun	39	35,8%
Diatas 40 Tahun	32	29,4%
Jumlah	109	100%

Pada tabel 5.2 tersebut menunjukkan bahwa pengguna marketplace facebook yang berusia 31-40 tahun dan diatas 40 tahun lebih dominan dibandingkan yang lain.

### 1.1.3 Pekerjaan



**Gambar 5.3 Diagram Pekerjaan Responden**

**Tabel 5.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
Pelajar	8	7,3%
Mahasiswa	15	13,8%
PNS	16	14,7%
Wirausaha	30	27,5%
Swasta	25	22,9%
Pekerjaan Lain	15	13,8%
Jumlah	109	100%

Pada tabel 5.3 tersebut menunjukkan bahwa pengguna marketplace facebook pada bagian wirausaha lebih dominan dibandingkan para pekerja lainnya.

### 1.1.4 Hasil Pernyataan Kuesioner

**Tabel 5.4 Hasil Perhitungan Data Pada Variabel *Tangibles* (X1)**

Kode	Total Skor					F
	SS	S	N	TS	STS	
X1.1	34	120	27	12	15	208
X1.2	39	84	66	20	5	214
X1.3	29	108	63	8	15	223

Skor akhir rata-rata dihitung dengan rumus rata-rata/mean, lalu seluruh rata-rata dibagi lagi dengan total 3 pertanyaan dalam *Tangibles*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.5 Hasil Perhitungan Akhir Pada *Tangibles* (X1)**

Kode	Rata-rata
X1.1	1,91
X1.2	1,96
X1.3	2,06
Skor	5,93

Dari tabel diatas pada variabel *Tangibles*, dapat disimpulkan layanan pada Marketplace Facebook tergolong memuaskan dan dapat diterima oleh pengguna.

**Tabel 5.6 Hasil Perhitungan Data Pada Variabel *Reliability* (X2)**

Kode	Total Skor					F
	SS	S	N	TS	STS	
X2.1	24	100	87	12	15	238
X2.2	16	108	87	28	15	254
X2.3	27	66	105	44	15	257

Skor akhir rata-rata dihitung dengan rumus rata-rata/mean, lalu seluruh rata-rata dibagi lagi dengan total 3 pertanyaan dalam *Reliability*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.7 Hasil Perhitungan Akhir Pada *Reliability* (X2)**

Kode	Rata-rata
X2.1	2,18
X2.2	2,33
X2.3	2,36
Skor	6,87

Dari tabel diatas pada variabel *Reliability*, dapat disimpulkan layanan pada Marketplace Facebook tergolong memuaskan dan dapat diterima oleh pengguna.

**Tabel 5.8 Hasil Perhitungan Data Pada Variabel *Responsiveness* (X3)**

Kode	Total Skor					F
	SS	S	N	TS	STS	
X3.1	22	78	111	36	10	257
X3.2	33	74	84	40	5	236
X3.3	17	106	78	36	20	257

Skor akhir rata-rata dihitung dengan rumus rata-rata/mean, lalu seluruh rata-rata dibagi lagi dengan total 3 pertanyaan dalam *Responsiveness*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.9 Hasil Perhitungan Akhir Pada *Responsiveness* (X3)**

Kode	Rata-rata
X3.1	2,36
X3.2	2,16
X3.3	2,36
Skor	6,88

Dari tabel diatas pada variabel *Responsiveness*, dapat disimpulkan layanan pada Marketplace Facebook tergolong memuaskan dan dapat diterima oleh pengguna.

**Tabel 5.10 Hasil Perhitungan Data Pada Variabel Assurance (X4)**

Kode	Total Skor					F
	SS	S	N	TS	STS	
X4.1	26	80	102	32	5	245
X4.2	18	96	93	36	15	258
X4.3	19	94	102	24	15	254

Skor akhir rata-rata dihitung dengan rumus rata-rata/mean, lalu seluruh rata-rata dibagi lagi dengan total 3 pertanyaan dalam Assurance. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.11 Hasil Perhitungan Akhir Pada Assurance (X4)**

Kode	Rata-rata
X4.1	2,25
X4.2	2,37
X4.3	2,33
Skor	6,95

Dari tabel diatas pada variabel Assurance, dapat disimpulkan layanan pada Marketplace Facebook tergolong memuaskan dan dapat diterima oleh pengguna.

**Tabel 5.12 Hasil Perhitungan Data Pada Variabel Empathy (X5)**

Kode	Total Skor					F
	SS	S	N	TS	STS	
X5.1	16	98	102	20	15	251

X5.2	32	76	84	36	10	238
X5.3	30	82	99	8	15	234

Skor akhir rata-rata dihitung dengan rumus rata-rata/mean, lalu seluruh rata-rata dibagi lagi dengan total 3 pertanyaan dalam Empathy. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.13 Hasil Perhitungan Akhir Pada *Empathy* (X5)**

Kode	Rata-rata
X5.1	2,30
X5.2	2,81
X5.3	2,15
Skor	7,26

Dari tabel diatas pada variabel Empathy, dapat disimpulkan layanan pada Marketplace Facebook tergolong memuaskan dan dapat diterima oleh pengguna.

**Tabel 5.14 Hasil Perhitungan Data Pada Variabel Kepuasan Pengguna (Y)**

Kode	Total Skor					F
	SS	S	N	TS	STS	
Y1	33	100	60	20	5	218
Y2	30	104	72	8	5	219
Y3	34	102	63	4	10	213

Skor akhir rata-rata dihitung dengan rumus rata-rata/mean, lalu seluruh rata-rata dibagi lagi dengan total 3 pertanyaan dalam Kepuasan Pengguna. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.15 Hasil Perhitungan Akhir Pada Kepuasan Pengguna (Y)**

<b>Kode</b>	<b>Rata-rata</b>
Y1	2
Y2	2,01
Y3	1,95
Skor	5,96

Dari tabel diatas pada variabel Kepuasan Pengguna, dapat disimpulkan layanan pada Marketplace Facebook tergolong memuaskan dan dapat diterima oleh pengguna.

## **1.2 TAHAP ANALISIS**

### **1.2.1 Uji Validitas**

Uji Validitas dilakukan untuk menguji masing-masing variabel yaitu *Tangibles (X1)*, *Reliability (X2)*, *Responsiveness (X3)*, *Assurance (X4)*, *Empathy (X5)*, Kepuasan Pengguna (Y) dengan menggunakan SPSS 25. Jika hasil dari masing-masing variabel menghasilkan R Hitung lebih besar daripada R Tabel maka dapat dikatakan data yang didapat valid, sedangkan bila hasil R Hitung lebih kecil daripada R Tabel maka data yang didapat tidak valid.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel = tidak valid

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel = valid

Cara menentukan  $r$  tabel adalah  $df = N-2$ , dimana  $N$  adalah jumlah sampel.

Untuk lebih jelasnya untuk mendapatkan nilai  $r$  tabel dapat dilihat dari table 5.16 dibawah ini:

**Tabel 5.16 Nilai Koefisien Korelasi (r)**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
<b>101</b>	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
<b>102</b>	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
<b>103</b>	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
<b>104</b>	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
<b>105</b>	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
<b>106</b>	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
<b>107</b>	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
<b>108</b>	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
<b>109</b>	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082

Jadi sampel yang digunakan adalah sebanyak 109 sampel maka  $df = 109 - 2$ , maka  $df = 107$ . Nilai  $r$  tabel dari  $df = 107$  adalah 0,188.

**Tabel 5.17 Hasil Uji Validitas X1**

		<b>Correlations</b>			
		X1.1	X1.2	X1.3	JUMLAH X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.511**	.428**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109
X1.2	Pearson Correlation	.511**	1	.426**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109
X1.3	Pearson Correlation	.428**	.426**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109
JUMLAH X1	Pearson Correlation	.805**	.815**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109

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

Nilai r tabel r statistic didapatkan sebesar 0,188. Pada uji validitas yang dilakukan variabel *Tangible* (X1) yang dilihat pada kolom korelasi, diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua indikator pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 5.18 Hasil Uji Validitas X2**

		<b>Correlations</b>			
		X2.1	X2.2	X2.3	JUMLAH X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.492**	.320**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	109	109	109	109
X2.2	Pearson Correlation	.492**	1	.480**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109
X2.3	Pearson Correlation	.320**	.480**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	109	109	109	109

JUMLAH X2	Pearson Correlation	.749**	.823**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109

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

Nilai r tabel r statistic didapatkan sebesar 0,188. Pada uji validitas yang dilakukan variabel *Reliability* (X2) yang dilihat pada kolom korelasi, diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua indikator pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 5.19 Hasil Uji Validitas X3**

		X3.1	X3.2	X3.3	JUMLAH X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.433**	.330**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109
X3.2	Pearson Correlation	.433**	1	.390**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109
X3.3	Pearson Correlation	.330**	.390**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109
JUMLAH X3	Pearson Correlation	.761**	.797**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109

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

Nilai r tabel r statistic didapatkan sebesar 0,188. Pada uji validitas yang dilakukan variabel *Responsiveness* (X3) yang dilihat pada kolom korelasi, diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua indikator pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 5.20 Hasil Uji Validitas X4**

		<b>Correlations</b>			
		X4.1	X4.2	X4.3	JUMLAH X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.450**	.269**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000
	N	109	109	109	109
X4.2	Pearson Correlation	.450**	1	.357**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109
X4.3	Pearson Correlation	.269**	.357**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000
	N	109	109	109	109
JUMLAH X4	Pearson Correlation	.758**	.800**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109

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

Nilai r tabel r statistic didapatkan sebesar 0,188. Pada uji validitas yang dilakukan variabel *Assurance* (X4) yang dilihat pada kolom korelasi, diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua indikator pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 5.21 Hasil Uji Validitas X5**

		<b>Correlations</b>			
		X5.1	X5.2	X5.3	JUMLAH X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.453**	.413**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109
X5.2	Pearson Correlation	.453**	1	.332**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109
X5.3	Pearson Correlation	.413**	.332**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109

JUMLAH X5	Pearson Correlation	.792**	.784**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109

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

Nilai r tabel r statistic didapatkan sebesar 0,188. Pada uji validitas yang dilakukan variabel *Empathy* (X5) yang dilihat pada kolom korelasi, diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua indikator pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 5.22 Hasil Uji Validitas Y**

		Y.1	Y.2	Y.3	JUMLAH Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.459**	.504**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109
Y.2	Pearson Correlation	.459**	1	.407**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109
Y.3	Pearson Correlation	.504**	.407**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109
JUMLAH Y	Pearson Correlation	.827**	.770**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109

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

Nilai r tabel r statistic didapatkan sebesar 0,188 Pada uji validitas yang dilakukan variabel *Kepuasan Pengguna* (Y) yang dilihat pada kolom korelasi, diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua indikator pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 5.23 Rangkuman Hasil Uji Validitas**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	Tangibles (X1)			
	X1.1	0,805	0,188	Valid
	X1.2	0,815	0,188	Valid
	X1.3	0,774	0,188	Valid
2	Reliability (X2)			
	X2.1	0,749	0,188	Valid
	X2.2	0,823	0,188	Valid
	X2.3	0,788	0,188	Valid
3	Responsiveness (X3)			
	X3.1	0,761	0,188	Valid
	X3.2	0,797	0,188	Valid
	X3.3	0,745	0,188	Valid
4	Assurance (X4)			
	X4.1	0,758	0,188	Valid
	X4.2	0,800	0,188	Valid
	X4.3	0,712	0,188	Valid
5	Empathy (X5)			
	X5.1	0,792	0,188	Valid
	X5.2	0,784	0,188	Valid
	X5.3	0,747	0,188	Valid

6	Kepuasan Pengguna (Y)			
	Y1	0,827	0,188	Valid
	Y2	0,770	0,188	Valid
	Y3	0,799	0,188	Valid

Dari hasil uji validitas yang terdapat pada tabel 5.17 diatas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel dinyatakan valid, karena terbukti bahwa nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel pada tingkat signifikan 0,05. Artinya semua instrumen variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena memenuhi kriteria.

### 1.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya konsisten jika pengukuran diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *Cronbach Alpha*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach. Dimana apabila suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur. Berikut ini hasil hasil dari perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS.

**Tabel 5.24 Hasil Uji Reliabilitas X1**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	3

Penjelasan dari hasil reliabilitas X1 adalah dilihat pada gambar diatas, pada uji reliabilitas didapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 714 dengan jumlah item 3 karena nilai *Cronbach's Alpha* >0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada *Tangibles* dinyatakan ditingkat andal.

**Tabel 5.25 Hasil Uji Reliabilitas X2**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	3

Penjelasan dari hasil reliabilitas X2 adalah dilihat pada gambar diatas, pada uji reliabilitas didapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 689 dengan jumlah item 3 karena nilai *Cronbach's Alpha* >0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada *Reliability* dinyatakan ditingkat andal.

**Tabel 5.26 Hasil Uji Reliabilitas X3**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	3

Penjelasan dari hasil reliabilitas X3 adalah dilihat pada gambar diatas, pada uji reliabilitas didapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 652 dengan jumlah item 3 karena nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada *Responsiveness* dinyatakan ditingkat andal.

**Tabel 5.27 Hasil Uji Reliabilitas X4**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.627	3

Penjelasan dari hasil reliabilitas X4 adalah dilihat pada gambar diatas, pada uji reliabilitas didapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 627 dengan jumlah item 3 karena nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada *Assurance* dinyatakan ditingkat andal.

**Tabel 5.28 Hasil Uji Reliabilitas X5**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.664	3

Penjelasan dari hasil reliabilitas X5 adalah dilihat pada gambar diatas, pada uji reliabilitas didapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 664 dengan jumlah item 3 karena nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada *Empathy* dinyatakan ditingkat andal.

**Tabel 5.29 Hasil Uji Reliabilitas Y****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	3

Penjelasan dari hasil reliabilitas Y adalah dilihat pada gambar diatas, pada uji reliabilitas didapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 716 dengan jumlah item 3 karena nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada *Kepuasan Pengguna* dinyatakan ditingkat andal.

**Tabel 5.30 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai Alpha	Nilai Alpha Tabel	Keterangan
1	Tangibles (X1)	0,714	0,60	Reliabel
2	Reliability (X2)	0,689	0,60	Reliabel
3	Responsiveness (X3)	0,652	0,60	Reliabel
4	Assurance (X4)	0,627	0,60	Reliabel
5	Empathy (X5)	0,664	0,60	Reliabel
6	Kepuasan Pengguna (Y)	0,716	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena nilai *Alpha Cronbach* lebih besar daripada nilai Alpha Tabel.

### 1.3 UJI ASUMSI KLASIK

#### 1.3.1 Uji Normalitas

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas maka Langkah selanjutnya adalah melakukan uji normalitas untuk menguji apakah nilai residu yang dihasilkan regresi terdistribusi secara normal atau tidak.

Interpretasi hasil uji kolmogorov smirnov adalah bahwa jika nilainya di atas 0,05 maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, dan jika nilainya di bawah 0,05 maka diinterpretasikan sebagai tidak normal. Hipotesis pada uji ini adalah sebagai berikut:

Sig >0.05 : diterima, maka data berdistribusi normal.

Sig <0.05 : ditolak, maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 5.31 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28818212
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.038
	Negative	-.033
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

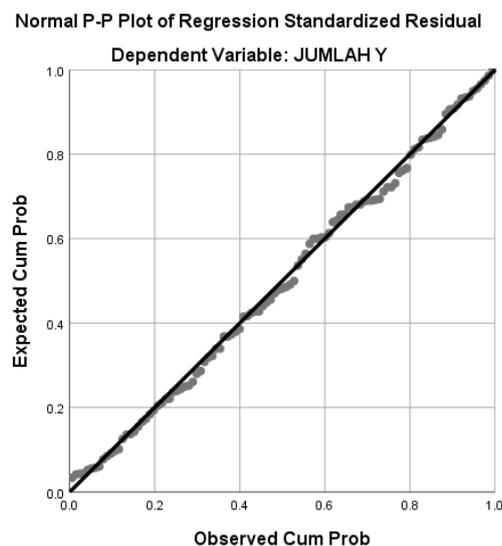
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

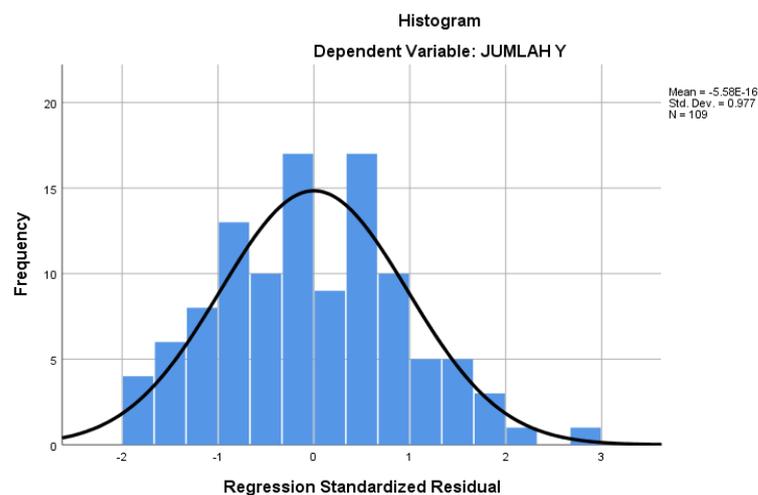
Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka dapat dikatakan bahwa nilai signifikannya 0,200 lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa dinyatakan data berdistribusi normal.

**Tabel 5 32 Normalitas Grafik P - P Plot**



Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 5 33 Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram**



Berdasarkan output grafik histogram diatas, dimana grafik histogram memberikan pola distribusi yang berbentuk lonceng dan tidak condong ke kanan sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal.

### 1.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antar variabel (independen) dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* pada model regresi, standar nilai *VIF* agar dikategorikan bebas dari multikolinearitas cukup beragam namun 2 nilai standar yang sering dipakai sebagai batasan adalah 5 atau 10, maka peneliti memakai nilai *VIF* 10. Jika *tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10 maka terjadi multikolinearitas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal yaitu bebas dengan nol.

**Tabel 5.34 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	.375	.494		.759	.449		
	JUMLAH X1	.202	.079	.213	2.545	.012	.566	1.765
	JUMLAH X2	.191	.077	.213	2.489	.014	.540	1.853
	JUMLAH X3	.203	.085	.225	2.377	.019	.440	2.274
	JUMLAH X4	.013	.085	.014	.154	.878	.494	2.026
	JUMLAH X5	.239	.089	.262	2.695	.008	.418	2.392

a. Dependent Variable: JUMLAH Y

Dari hasil uji multikolinearitas dapat dilihat nilai tolerance dan VIF nya dari kelima variabel independen nilai tolerance nya  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , jadi kesimpulan bahwa tidak ada yang terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

**Tabel 5.35 Rangkuman Hasil Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,556 $> 0,10$	1,765 $< 10,00$	Tidak terjadi Multikolinearitas
X2	0,540 $> 0,10$	1,853 $< 10,00$	Tidak terjadi Multikolinearitas
X3	0,440 $> 0,10$	2,274 $< 10,00$	Tidak terjadi Multikolinearitas
X4	0,494 $> 0,10$	2,026 $< 10,00$	Tidak terjadi Multikolinearitas
X5	0,418 $> 0,10$	2,392 $< 10,00$	Tidak terjadi Multikolinearitas

Dari table 5.19 diatas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance dari kelima variabel independen lebih dari 0,1 dan nilai nilai VIF kurang dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi. Tujuan dari multikolinearitas, untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

### 1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi Glejser Test. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Taraf signifikan itu sendiri ada 2 macam 0,01 dan 0,05 tidak ada ketentuan baku yang mengatur harus menggunakan yang mana. Semua itu tergantung pada peneliti itu sendiri namun banyak peneliti terdahulu memiliki taraf 0,05.

**Tabel 5.36 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.244	.051		4.740	.000		
	JUMLAH X1	.013	.008	.195	1.553	.123	.566	1.765
	JUMLAH X2	-.015	.008	-.247	-1.918	.058	.540	1.853
	JUMLAH X3	-.008	.009	-.126	-.885	.378	.440	2.274
	JUMLAH X4	.007	.009	.112	.828	.410	.494	2.026
	JUMLAH X5	-.004	.009	-.067	-.458	.648	.418	2.392

a. Dependent Variable: ABS\_RES2

Dari hasil tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh sudah pasti bebas dari masalah heteroskedastisitas karena nilai signifikan masing-masing variabel independen  $> 0,05$ . Semua nilai signifikan dari 5 variabel  $> 0,05$  sehingga tidak ada ketimpangan varians dari residual dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya dan disimpulkan bahwa data yang ada bebas dari heteroskedastisitas.

**Tabel 5.37 Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
X1	0,123 > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X2	0,058 > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X3	0,378 > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X4	0,410 > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X5	0,648 > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Dari table 5.20 diatas dapat diketahui bahwa nilai Signifikan dari kelima variabel independen lebih dari besar dari 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 1.4 PROSEDUR ANALISIS LINEAR BERGANDA

Pengujian yang dilakukan pada analisis Regresi Linear Berganda yaitu uji F dan Uji T. Langkah analisis regresi dan prosedur pengujiannya sebagai berikut :

##### 1.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 5.38 Output Regression Coefficients**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.375	.494		.759	.449		
	JUMLAH X1	.202	.079	.213	2.545	.012	.566	1.765
	JUMLAH X2	.191	.077	.213	2.489	.014	.540	1.853
	JUMLAH X3	.203	.085	.225	2.377	.019	.440	2.274

JUMLAH X4	.013	.085	.014	.154	.878	.494	2.026
JUMLAH X5	.239	.089	.262	2.695	.008	.418	2.392

a. Dependent Variable: JUMLAH Y

Persamaan regresi linear berganda lima variabel independen adalah  $b_1 = 0,202$ ,  $b_2 = 0,191$ ,  $b_3 = 0,203$ ,  $b_4 = 0,013$ ,  $b_5 = 0,239$  nilai pada output kemudian dimasukan kedalam persamaan regresi linear berganda adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_n$$

$$Y = 0,375 + 0,202x_1 + 0,191x_2 + 0,203x_3 + 0,013x_4 + 0,239x_5$$

Nilai (konstanta) menunjukkan nilai sebesar 0,375 artinya jika nilai variabel independen (bebas) adalah nol, maka variabel dependen (terikat) bernilai 0,375. Dalam penelitian ini, jika pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* bernilai 0, maka tingkat Kepuasan Pengguna bernilai 0,375%.

*Tangibles* ( $X_1$ ) = 0,202, merupakan nilai koefisien regresi variabel *Tangibles* ( $X_1$ ) terhadap variabel Kepuasan Pengguna ( $Y$ ), artinya jika *Tangibles* mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pengguna akan mengalami peningkatan sebesar 0,202 atau 20,2% koefisien bernilai positif, artinya antara *Tangibles* ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pengguna ( $Y$ ) memiliki hubungan positif.

*Reliability* ( $X_2$ ) = 0,191, merupakan nilai koefisien regresi variabel *Reliability* ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Pengguna ( $Y$ ), artinya jika *Reliability* mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pengguna akan mengalami peningkatan sebesar 0,191 atau 19,1% koefisien bernilai positif, artinya antara *Reliability* ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pengguna ( $Y$ ) memiliki hubungan positif.

Responsiveness (X3) = 0,203, merupakan nilai koefisien regresi variabel Responsiveness (X3) terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y), artinya jika Responsiveness mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pengguna akan mengalami peningkatan sebesar 0,203 atau 20,3% koefisien bernilai positif, artinya antara Responsiveness (X3) dan Kepuasan Pengguna (Y) memiliki hubungan positif.

Assurance (X4) = 0,013, merupakan nilai koefisien regresi variabel Assurance (X4) terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y), artinya jika Assurance mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pengguna akan mengalami peningkatan sebesar 0,013 atau 1,3% koefisien bernilai positif, artinya antara Assurance (X4) dan Kepuasan Pengguna (Y) memiliki hubungan negatif.

Empathy (X5) = 0,239, merupakan nilai koefisien regresi variabel Empathy (X5) terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y), artinya jika Empathy mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pengguna akan mengalami peningkatan sebesar 0,239 atau 23,9% koefisien bernilai positif, artinya antara Empathy (X5) dan Kepuasan Pengguna (Y) memiliki hubungan positif.

#### 1.4.2 Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berikut tabel dibawah ini hasil uji T :

**Tabel 5.39 Tabel T**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206

103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262

Untuk menentukan t tabel :

$$T \text{ tabel} = t (a/2 : n-k-1) = t (0,05/2 : 109-5-1) = (0,025 : 103) = 1.984$$

Untuk menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian :

- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

### 1.4.3 Pengujian Hipotesis Uji T

T-test pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil pengujian t-test dari penelitian ini dapat dilihat dari gambar 5.19.

**Tabel 5.40 Hasil Uji T**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.375	.494		.759	.449		
	JUMLAH X1	.202	.079	.213	2.545	.012	.566	1.765
	JUMLAH X2	.191	.077	.213	2.489	.014	.540	1.853
	JUMLAH X3	.203	.085	.225	2.377	.019	.440	2.274
	JUMLAH X4	.013	.085	.014	.154	.878	.494	2.026
	JUMLAH X5	.239	.089	.262	2.695	.008	.418	2.392

a. Dependent Variable: JUMLAH Y

Tabel output di atas menunjukkan bagian Unstandardized Coefficients ini ditampilkan juga Standard Error dari masing-masing variabel. Nilai pada kolom Beta, ditampilkan Z-score. Pada kolom berikutnya ditampilkan nilai t dari masing-masing variabel, yang dapat dimanfaatkan untuk menguji keberartian (t-test) koefisien regresi yang didapatkan. Proses pengujiannya yaitu “t hitung” dibandingkan dengan nilai “t tabel”.

### **H1 : Kesimpulan Pengujian H1**

Diketahui nilai untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,012 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,545 > 1,984$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan X1 terhadap Y.

### **H2 : Kesimpulan Pengujian H2**

Diketahui nilai untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,014 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,489 > 1,984$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan X2 terhadap Y.

### H3 : Kesimpulan Pengujian H3

Diketahui nilai untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0,019 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,377 > 1,984$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan X3 terhadap Y.

### H4 : Kesimpulan Pengujian H4

Diketahui nilai untuk pengaruh X4 terhadap Y adalah sebesar  $0,878 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,154 < 1,984$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan X4 terhadap Y.

### H5 : Kesimpulan Pengujian H5

Diketahui nilai untuk pengaruh X5 terhadap Y adalah sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,695 > 1,984$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan X5 terhadap Y.

#### 1.4.4 Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh semua variabel independen dalam suatu penelitian secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika hasilnya signifikan maka model bisa digunakan untuk prediksi/peramalan dalam penelitian.

**Tabel 5.41 Tabel F**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77

95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

Untuk menentukan f tabel :

$$F \text{ tabel} = t(k : n-k) = f(5 : 109-5) = (5 : 104) = 2,31$$

Untuk menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian :

- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  atau  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

#### 1.4.5 Pengujian Hipotesis Uji F

**Tabel 5.42 Hasil Uji F**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.637	5	52.127	29.959	.000 <sup>b</sup>
	Residual	179.217	103	1.740		
	Total	439.853	108			

a. Dependent Variable: JUMLAH Y

b. Predictors: (Constant), JUMLAH X5, JUMLAH X1, JUMLAH X2, JUMLAH X4, JUMLAH X3

Dalam tabel Anova memperlihatkan informasi tentang berpengaruh atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Bersama-sama). Dalam tabel ini terdapat beberapa hal yang tidak perlu dibahas, pertama Sum of Square dan kedua Mean Square karena kita tidak perlu itu untuk mengambil kesimpulan berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap dependen secara simultan.

Untuk mengambil keputusan tersebut dapat digunakan dua cara, pertama lihat nilai Sig (Signifikansi). Pada tabel anova nilai sig tertera sebesar 0,000 maka dengan mudah bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini dengan mengikuti taraf sig 0,05 sebagai nilai cut off dari nilai signifikansi. Artinya jika nilai probabilitas (signifikansi) dibawah 0,05 maka seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya.

#### **H6 : Kesimpulan Pengujian H6**

Pengujian H6, berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2, X3, X4, X5 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $29,959 > 2,31$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H6 diterima yang terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

#### **1.4.6 Koefisien Determinasi, R<sup>2</sup>**

Uji determinasi bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam

mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau R Squared ( $R^2$ ).

**Tabel 5.43 Hasil Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 <sup>a</sup>	.593	.573	1.319

a. Predictors: (Constant), JUMLAH X5, JUMLAH X1, JUMLAH X2, JUMLAH X4, JUMLAH X3

b. Dependent Variable: JUMLAH Y

Dari output di atas *Model Summary* diketahui nilai R square sebesar 0,593, hal ini mengandung arti bahwa variabel seluruh variabel X secara simultan terhadap Y adalah sebesar 59,3%. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## 1.5 PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pengguna Marketplace Facebook. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket responden penggunaan layanan marketplace dan mengumpulkan Kembali. Peneliti melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan *SPSS versi 25*.

### **1. Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Pengguna Marketplace Facebook.**

Dalam pengujian hipotesis 1 diketahui bahwa *tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada layanan di Marketplace Facebook. Dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yang sebesar  $2,545 > 1,984$ , dan dengan besar pengaruh sebesar 20,2%. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “*Tangible* berpengaruh secara signifikan yang berarti terdapat pengaruh kepuasan pengguna pada layanan marketplace facebook” dan dinyatakan diterima. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna marketplace facebook, yang berarti bahwa semakin baik fasilitas *tangible* yang diberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Namun hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari [34] yang membuktikan bahwa *tangible* terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan KFC.

Berdasarkan faktor *tangible* yaitu, bukti fisik merupakan fasilitas fisik yang disediakan oleh perusahaan untuk para penggunanya. Penampilan/ketersediaan fasilitas fisik yang diberikan kepada pengguna merupakan fasilitas yang ada dalam sebuah marketplace facebook tersebut, seperti tampilan aplikasi yang menarik dan fitur-fitur yang lengkap dalam marketplace sehingga dapat bentuk timbal balik yang baik bagi facebook dan penggunanya.

## **2. Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Pengguna Marketplace Facebook.**

Dalam pengujian hipotesis 2 diketahui bahwa *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada layanan di Marketplace Facebook. Dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yang sebesar  $2,489 > 1,984$ , dan dengan besar pengaruh sebesar 19,1%. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “*Reliability* berpengaruh secara signifikan yang berarti terdapat pengaruh kepuasan pengguna pada layanan marketplace facebook” dan dinyatakan diterima. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna marketplace facebook, yang berarti bahwa semakin tinggi kehandalan pelayanan yang diberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Namun hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari [35] yang membuktikan bahwa *reliability* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran Ayam Penyet Ria.

Berdasarkan faktor *reliability* yaitu, kehandalan dalam kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan kemampuan untuk mewujudkan jasa pelayanan yang baik, akurat dan dapat memuaskan pengguna marketplace. Semakin tinggi keandalan pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna.

### **3. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Pengguna Marketplace Facebook.**

Dalam pengujian hipotesis 3 diketahui bahwa *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada layanan di Marketplace Facebook. Dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yang sebesar  $2,377 > 1,984$ , dan dengan besar pengaruh sebesar 20,3%. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “*Responsiveness* berpengaruh secara signifikan yang berarti terdapat pengaruh kepuasan pengguna pada layanan marketplace facebook” dan dinyatakan diterima. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna marketplace facebook, yang berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan responsif yang diberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Namun hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari [36] yang membuktikan bahwa *responsiveness* terdapat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *drive thru* McDonald’s Basuki Rahmat.

Berdasarkan faktor *responsiveness* yaitu, daya tanggap diartikan respon dan kesiapan dalam membantu atau melayani penggunanya dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Perusahaan harus memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap pengguna sehingga perusahaan akan mendapatkan penilaian yang baik dari para penggunanya.

#### **4. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Pengguna Marketplace Facebook.**

Dalam pengujian hipotesis 4 diketahui bahwa *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada layanan di Marketplace Facebook. Dengan nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yang sebesar  $0,154 < 1,984$ , dan dengan besar pengaruh sebesar 1,3%. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “*Assurance* tidak berpengaruh secara signifikan yang berarti tidak terdapat pengaruh kepuasan pengguna pada layanan marketplace facebook” dinyatakan ditolak. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna marketplace facebook, yang berarti bahwa semakin tinggi kualitas jaminan pelayanan yang diberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Namun hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari [37] yang membuktikan bahwa *assurance* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Bandung.

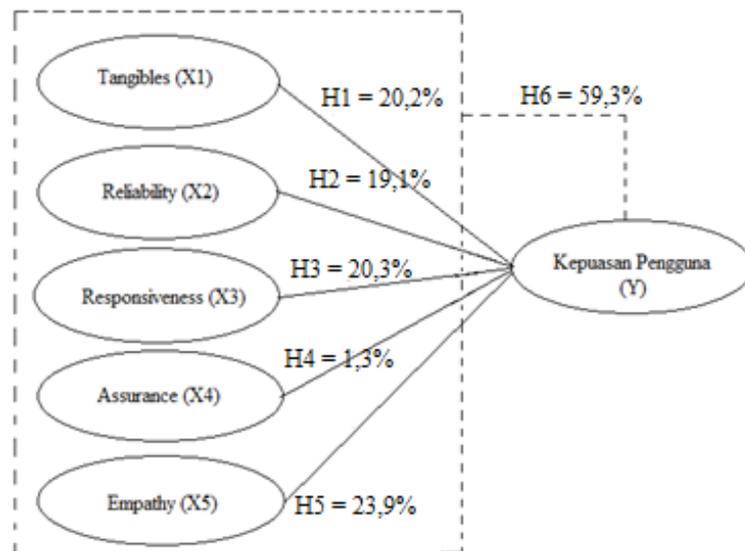
Berdasarkan faktor *assurance* yaitu, jaminan merupakan kemampuan dalam memberikan keamanan jaminan kepada pengguna, ini jelas dapat menimbulkan rasa percaya diri pengguna marketplace serta menjadi tolak ukurnya memilih dan puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga membuat pengguna marketplace merasa percaya dan aman dengan pelayanan yang diberikan.

## **5. Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Pengguna Marketplace Facebook.**

Dalam pengujian hipotesis 5 diketahui bahwa *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada layanan di Marketplace Facebook. Dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yang sebesar  $2,695 > 1,984$ , dan dengan besar pengaruh sebesar 23,9%. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “*Empathy* berpengaruh secara signifikan yang berarti terdapat pengaruh kepuasan pengguna pada layanan marketplace facebook” dan dinyatakan diterima. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna marketplace facebook, yang berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Namun hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari [38] yang membuktikan bahwa *empathy* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Kota Malang.

Berdasarkan faktor *empathy* yaitu, dalam setiap pelayanan yang dilakukan sangat diperlukan adanya empati atau kepedulian terhadap segala hal di dalamnya. Kepedulian pengguna, merespon keluhan dan keinginan serta dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pengguna, dengan adanya komunikasi yang baik maka sebuah perusahaan akan dengan cepat tahu keluhan yang dirasakan oleh pengguna marketplace.

Untuk hasil lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 5.4 dibawah ini :



**Gambar 5.4 Nilai Hipotesis**

**Tabel 5.44 Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Uji	Uji	Hasil	Keterangan
H1	Tangibles	Kepuasan Pengguna	20,2%	Diterima
H2	Reliability	Kepuasan Pengguna	19,1%	Diterima
H3	Responsiveness	Kepuasan Pengguna	20,3%	Diterima
H4	Assurance	Kepuasan Pengguna	1,3%	Ditolak
H5	Empathy	Kepuasan Pengguna	23,9%	Diterima
H6	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	Kepuasan Pengguna	59,3%	Diterima