

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Snack Video merupakan aplikasi yang diciptakan oleh perusahaan Joyo Technology Pte.Ltd yang berasal dari negeri Beijing (China). Snack Video ini termasuk kedalam aplikasi jejaring sosial untuk pembuatan video pendek yang lucu serta *trending*. Sehingga pada tahun 2019, aplikasi Snack Video ini menjadi salah satu aplikasi editor video terbaik, karena pengguna dapat dengan mudah mengunggah, mengedit, dan mengunduh video pendek. Snack Video memberikan pengguna pengalaman kreatif yang santai dan menarik. Snack Video dapat diunduh di perangkat IOS dan Android.

Dengan menggunakan aplikasi ini, anda dapat menikmati berbagai video dari konten kreator yang berada di sekitar kamu. Selain itu Snack Video menghadirkan berbagai banyak fitur, seperti fitur *Live-Streaming*, filter/efek, tukar koin dengan uang. Snack Video lebih dikenal para pengguna karena aplikasi ini bisa menghasilkan uang, sehingga membuat daya tarik tersendiri terhadap pengguna. Cara untuk dapat menghasilkan uang, pengguna cukup menonton video-video yang telah dibuat oleh para creator video tersebut, sehingga dengan kita menonton video tersebut yang berada ditampilan awal (beranda) maka disudut kiri akan muncul gambar koin yang fungsinya gambar koin tersebut akan berputar pada saat pengguna sedang menjalankan video tersebut, dan akan menghasilkan koin yang nantinya akan ditukarkan menjadi uang oleh pengguna.



**Gambar 5.1 SnackVideo**

Logo Snack Video dikenal dengan identik berbentuk seperti kue donat yang memiliki bagian tengah seperti bentuk tombol *play* dan juga memiliki warna hitam dan kuning. Warna kuning sendiri memunculkan kesan yang dapat menarik perhatian pengguna, karena warna kuning tersebut adalah warna yang cerah. Warna hitam pada logo tersebut menandakan bahwa warna tersebut menjadi pilihan warna yang penting bagi perusahaan karena mengandung kesan yang elegan. Tak hanya itu didalam logo Snack Video tersebut pun terdapat dibagian tengah yang memiliki bentuk seperti tombol *play*, yang dapat diartikan sebagai simbol petunjuk arah yang dapat digunakan pengguna untuk dapat memutar atau menjeda suatu video yang sedang berjalan.



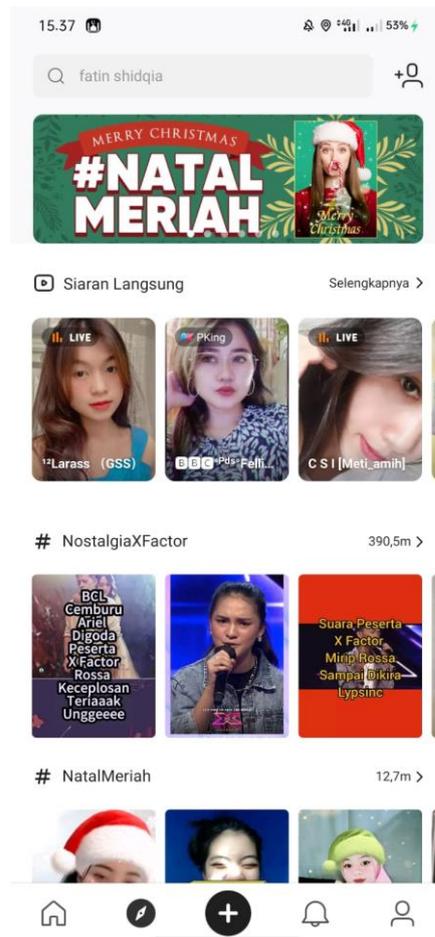
**Gambar 5.2 Akun Profil Pengguna**

Tampilan dari akun profil ini terdapat tentang informasi data diri pengguna seperti nama, tanggal lahir, jenis kelamin, dll.



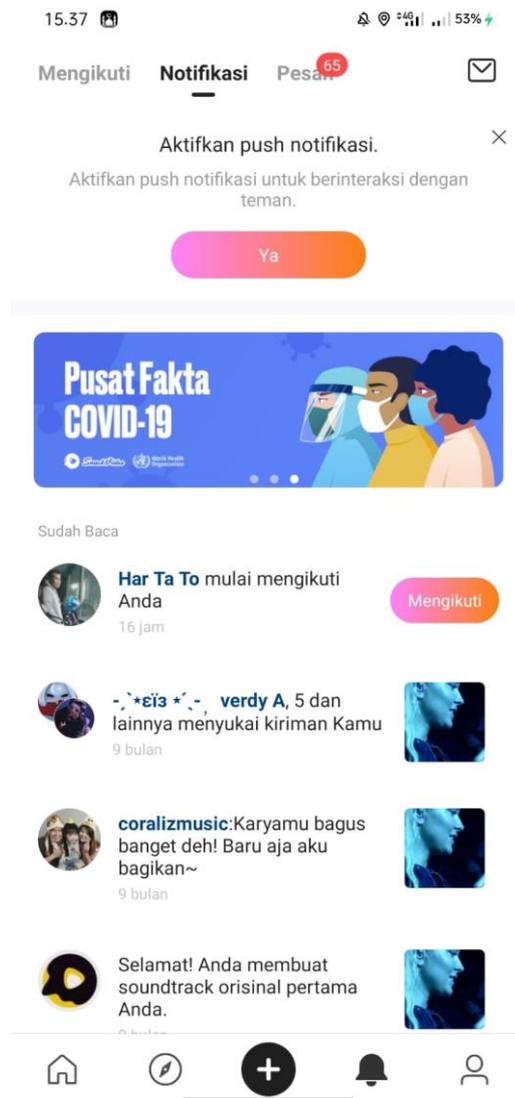
**Gambar 5.1 Beranda Snack Video**

Tampilan beranda Snack Video menampilkan berbagai jenis konten-konten video untuk dapat dinikmati atau dilihat oleh para pengguna, sehingga pengguna dapat merasa terhibur terhadap konten-konten video yang dibuat oleh para creator video tersebut. Konten video yang ditampilkan beragam, sehingga para pengguna tidak akan merasa bosan terhadap video yang disajikan oleh aplikasi Snack Video tersebut. Selain itu didalam beranda Snack Video tersebut terdapat fitur koin yang fungsinya dapat mengumpulkan koin-koin dan akan nantinya bisa ditukarkan menjadi uang.



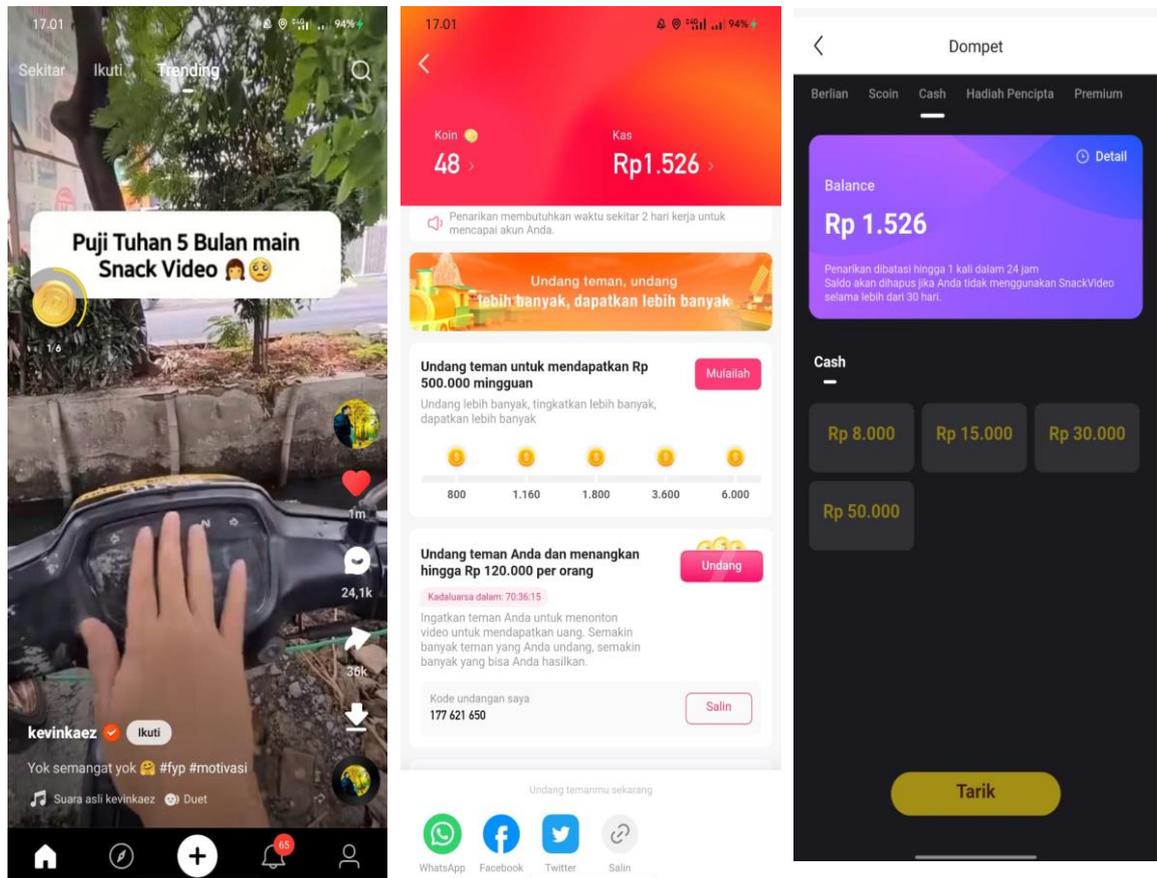
**Gambar 5.2 Discover Snack Video**

Tampilan discover Snack Video menampilkan berita atau konten video yang sedang trending, fitur ini akan menggantikan navigasi tab search saat ini. Beberapa fitur juga disematkan Snack Video Seperti *Suggested Users* memungkinkan pengguna untuk mencari secara detail dan mirip dengan fitur Hashtag Instagram.



**Gambar 5.3 Notifikasi Snack Video**

Tampilan notifikasi Snack Video adalah fitur penting untuk mengetahui pesan terbaru yang masuk ke akun pengguna. Notifikasi ini muncul secara otomatis berupa pop up pada layar ponsel pengguna.



**Gambar 5.4 Tampilan Penukaran Koin**

Pada tampilan penukaran koin ini, pengguna bisa langsung menuju ke beranda Snack Video, tak lupa pengguna harus meng-klik simbol koin yang berada disisi kiri video. Maka tampilan selanjutnya pengguna akan diarahkan kepada tampilan menu penukaran koin yang telah dikumpulkan tadi menjadi rupiah. Pertukaran koin menjadi rupiah bisa dilakukan dengan cara meng-klik Kas Rupiah sebelah kanan Koin lalu pengguna akan diarahkan lagi ke tampilan penukaran uang, lalu pengguna tinggal menukarkan dengankan meng-klik tombol Tarik.

## 5.2. PROFIL RESPONDEN

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner online dari google form yang telah disebar dari tanggal 30 Desember 2021 sampai tanggal 11 Januari 2022. Untuk kegiatan pengisian dengan 21 pernyataan diajukan dalam kuesioner ini. Kuesioner kemudian disebar kepada masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, pns, wirausaha, swasta dan lainnya yang telah menggunakan aplikasi snack video. Sebanyak 109 responden yang telah memberikan respon ke dalam kuesioner dan dinyatakan valid. Berikut tabel profil responden yang terdiri dari tiga kategori sebagai berikut :

### 5.2.1 Jenis Kelamin

**Tabel 5.1 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah
1	LAKI-LAKI	56
2	PEREMPUAN	53
TOTAL		109

Pada tabel 5.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah persentase laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, artinya pengguna aplikasi Snack Viddeo lebih dominan laki-laki dibandingkan pengguna perempuan

### 5.2.2. Umur

**Tabel 5.2 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Umur**

NO	UMUR	JUMLAH
1	Dibawah 21 Tahun	24

2	21-30 Tahun	73
3	31-40 Tahun	8
4	Diatas 40 Tahun	4
TOTAL		109

Pada gambar 5.2 tersebut menunjukkan bahwa para pengguna aplikasi Snack Video rata-rata adalah dari kalangan anak remaja yang berusia 21-30 Tahun dan sangat sedikit sekali ditemukan pengguna aplikasi Snack Video yang usiannya 31-40 Tahun dan Diatas 40 Tahun.

### 5.2.3. Pekerjaan

**Tabel 5.3 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan**

NO	PEKERJAAN	JUMLAH
1	Pelajar	13
2	Mahasiswa/i	73
3	PNS	2
4	Wirausaha	8
5	Swasta	9
6	Lainnya	4
TOTAL		109

Tabel di atas menunjukkan bahwa Mahasiswa lebih dominan menggunakan aplikasi Snack Video dibandingkan dengan para pelajar dan pekerja lainnya dan orang yang tidak bekerja.

### 5.3 PENGOLAHAN DATA DENGAN SPSS

#### 5.3.1 Uji Validitas

Untuk memperoleh data yang valid, instrument penelitian yang digunakan sebagai alat ukur harus valid. Valid tidaknya suatu pertanyaan dalam kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dan nilai r hitung. Jika r hitung > r tabel, maka instrument pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Jika r hitung < r tabel, maka instrument pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid). Nilai r hitung diambil dari output SPSS Person Correlation, sedangkan nilai r tabel dapat dilihat dalam tabel r. dalam penelitian ini jumlah responden 109 dengan nilai DF = N-2, dimana N = jumlah sampel 109 maka dikurangi 2 menjadi 107 dan taraf signifikansi 5% atau 0.05 nilai r tabel adalah 0.196. untuk lebih jelasnya untuk mendapatkan nilai r tabel dapat dilihat dari tabel 5.4 dibawah ini.

**Tabel 5.4 Nilai Koefisien Korelasi (r)**

DF=(N-2)	Tidak Signifikansi untuk Uji Satu Arah				
	0.5	0.025	0.02	0.005	0.0005
	Tidak Signifikansi untuk Uji Dua Arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
100	0.1638`	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082

Jadi sampel yang digunakan adalah sebanyak 109 sampel maka  $df = 109 - 2 = 107$ . Nilai r tabel dari  $df = 107$  adalah 0,1882

**Tabel 5.5 Uji Validitas Tangibles (X1)**

		Correlations					Tangibles
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	,301**	,320**	,261**	,442**	,710**
	Sig. (2-tailed)		,001	,001	,006	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.2	Pearson Correlation	,301**	1	,282**	,369**	,388**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,001		,003	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.3	Pearson Correlation	,320**	,282**	1	,078	,369**	,602**
	Sig. (2-tailed)	,001	,003		,420	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.4	Pearson Correlation	,261**	,369**	,078	1	,039	,564**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,420		,689	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.5	Pearson Correlation	,442**	,388**	,369**	,039	1	,680**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,689		,000
	N	109	109	109	109	109	109
Tangibles	Pearson Correlation	,710**	,711**	,602**	,564**	,680**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	109	109	109	109	109	109

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

Berdasarkan hasil output pengujian validitas dimensi *Tangibles* diatas, maka dapat disimpulkan semua item valid karena nilai Person Correlation setiap

item lebih besar dari r tabel yaitu 0,1882. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.6 berikut:

**Tabel 5.6 Rangkuman Uji Validitas Tangibles (X1)**

Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Validitas <i>Tangibles</i> (X1) TB1	0,710	0,1882	Valid
TB2	0,711	0,1882	Valid
TB3	0,602	0,1882	Valid
TB4	0,564	0,1882	Valid
TB5	0,680	0,1882	Valid

Pada output hasil nilai korelasi dapat dilihat pada kolom nilai r hitung pada item TB1, TB2, TB3, TB4 dan TB5 dengan skor nilai r hitung diatas r tabel 0,1882, maka dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner *Tangibles* (X1) dinyatakan valid.

**Tabel 5.7 Uji Validitas Reliabilty X(2)**

		Correlations					Reliabilty
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	,374**	,344**	,356**	,399**	,630**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X2.2	Pearson Correlation	,374**	1	,418**	,535**	,568**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X2.3	Pearson Correlation	,344**	,418**	1	,511**	,517**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X2.4	Pearson Correlation	,356**	,535**	,511**	1	,484**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109

X2.5	Pearson Correlation	,399**	,568**	,517**	,484**	1	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	109	109	109	109	109	109
Reliability	Pearson Correlation	,630**	,773**	,748**	,778**	,811**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	109	109	109	109	109	109

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

Berdasarkan hasil output pengujian validitas dimensi *reliability* datas, maka dapat disimpulkan semua item valid karena hasil Person Corelation setiap item lebih besar dari tabel r yaitu 0,1882. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.8 berikut:

**Tabel 5.8 Rangkuman Hasil Uji Validitas reliability (X2)**

Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Validitas <i>Reliability</i> (X2) RB1	0,630	0,1882	Valid
RB2	0,773	0,1882	Valid
RB3	0,749	0,1882	Valid
RB4	0,778	0,1882	Valid
RB5	0,881	0,1882	Valid

Pada outuput hasil nilai korelasi dapat dilihat pada kolom nilai r hitung pada item RB1, RB2 , RB3, RB4 dan RB5 dengan skor nilai r hitung diatas r tabel 0,1882, maka dapat disimplkan bahwa semua kuesioner *Reliability* (X2) dinyatakan valid.

**Tabel 5.9 Uji Validitas Responsiveness (X3)**

<b>Correlations</b>							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Responsiveness
X3.1	Pearson Correlation	1	,259**	,399**	,510**	,400**	,755**
	Sig. (2-tailed)		,007	,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X3.2	Pearson Correlation	,259**	1	,143	,210*	,109	,520**
	Sig. (2-tailed)	,007		,137	,029	,260	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X3.3	Pearson Correlation	,399**	,143	1	,368**	,444**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,137		,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X3.4	Pearson Correlation	,510**	,210*	,368**	1	,299**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,029	,000		,002	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X3.5	Pearson Correlation	,400**	,109	,444**	,299**	1	,662**
	Sig. (2-tailed)	,000	,260	,000	,002		,000
	N	109	109	109	109	109	109
Responsiveness	Pearson Correlation	,755**	,520**	,705**	,716**	,662**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	109	109	109	109	109	109
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Berdasarkan hasil output pengujian validitas dimensi *Sistem Responsiveness* diatas, maka dapat disimpulkan semua item valid karena nilai Person Correlation setiap item lebih besar dari r tabel yaitu 0,1882. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.10 berikut:

**Tabel 5.10 Rangkuman Uji Validitas Responsiveness (X3)**

Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Validitas <i>Responsiveness</i> (X3) RV1	0,775	0,1882	Valid
RV2	0,520	0,1882	Valid
RV3	0,705	0,1882	Valid
RV4	0,716	0,1882	Valid
RV5	0,662	0,1882	Valid

Pada outuput hasil nilai korelasi dapat dilihat pada kolom nilai r hitung pada item RV1, RV2 , RV3, RV4 dan RV5 dengan skor nilai r hitung diatas r tabel 0,1882, maka dapat disimplkan bahwa semua kuesioner *Responsiveness* (X3) dinyatakan valid.

**Tabel 5.11 Uji Validitas Assurance (X4)**

		Correlations					Assurance
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	e
X4.1	Pearson Correlation	1	,201*	,434**	,340**	,448**	,735**
	Sig. (2-tailed)		,036	,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X4.2	Pearson Correlation	,201*	1	,095	,151	,306**	,538**
	Sig. (2-tailed)	,036		,326	,117	,001	,000

	N	109	109	109	109	109	109
X4.3	Pearson Correlation	,434**	,095	1	,229*	,364**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,000	,326		,017	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X4.4	Pearson Correlation	,340**	,151	,229*	1	,406**	,640**
	Sig. (2-tailed)	,000	,117	,017		,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X4.5	Pearson Correlation	,448**	,306**	,364**	,406**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000
	N	109	109	109	109	109	109
Assurance	Pearson Correlation	,735**	,538**	,626**	,640**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	109	109	109	109	109	109
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Berdasarkan hasil output pengujian validitas dimensi *Assurance* diatas, maka dapat disimpulkan semua item valid karena nilai Person Correlation setiap item lebih besar dari r tabel yaitu 0,1882. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.12 berikut:

**Tabel 5.12 Rangkuman Uji Validitas Assurance (X4)**

Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Validitas Assurance (X4)			
A1	0,735	0,1882	Valid
A2	0,538	0,1882	Valid
A3	0,626	0,1882	Valid
A4	0,640	0,1882	Valid
A5	0,769	0,1882	Valid

Pada output hasil nilai korelasi dapat dilihat pada kolom nilai r hitung pada item A1, A2, A3, A4 dan A5 dengan skor nilai r hitung diatas r tabel 0,1882, maka dapat disimplkan bahwa semua kuesioner *Assurance* (X4) dinyatakan valid.

**Tabel 5.13 Uji Validitas Empathy (X5)**

Correlations							
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Empathy
X5.1	Pearson Correlation	1	,603**	,594**	,754**	,660**	,868**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X5.2	Pearson Correlation	,603**	1	,515**	,621**	,679**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X5.3	Pearson Correlation	,594**	,515**	1	,526**	,516**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X5.4	Pearson Correlation	,754**	,621**	,526**	1	,617**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
X5.5	Pearson Correlation	,660**	,679**	,516**	,617**	1	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	109	109	109	109	109	109
Empathy	Pearson Correlation	,868**	,824**	,759**	,848**	,844**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	109	109	109	109	109	109

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

Berdasarkan hasil output pengujian validitas dimensi *Empathy* diatas, maka dapat disimpulkan semua item valid karena nilai Person Correlation setiap item lebih besar dari r tabel yaitu 0,1882. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.14 berikut:

**Tabel 5.14 Rangkuman Uji Validitas Empathy (X5)**

Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Validitas <i>Empathy</i> (X5) E1	0,868	0,1882	Valid
E2	0,824	0,1882	Valid
E3	0,759	0,1882	Valid
E4	0,848	0,1882	Valid
E5	0,844	0,1882	Valid

Pada output hasil nilai korelasi dapat dilihat pada kolom nilai r hitung pada item A1, A2 , A3, A4 dan A5 dengan skor nilai r hitung diatas r tabel 0,1882, maka dapat disimplkan bahwa semua kuesioner *Empahty* (X5) dinyatakan valid.

**Tabel 5.15 Uji Validitas Perception (Y1)**

		Correlations					Perceptio n
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
Y1.1	Pearson Correlation	1	,504**	,580**	,453**	,664**	,804**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
Y1.2	Pearson Correlation	,504**	1	,548**	,486**	,527**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109

Y1.3	Pearson Correlation	,580**	,548**	1	,531**	,542**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
Y1.4	Pearson Correlation	,453**	,486**	,531**	1	,397**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	109	109	109	109	109	109
Y1.5	Pearson Correlation	,664**	,527**	,542**	,397**	1	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	109	109	109	109	109	109
Perception	Pearson Correlation	,804**	,774**	,821**	,736**	,796**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	109	109	109	109	109	109

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

Berdasarkan hasil output pengujian validitas dimensi *Perception* diatas, maka dapat disimpulkan semua item valid karena nilai Person Correlation setiap item lebih besar dari r tabel yaitu 0,1882. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.16 berikut:

**Tabel 5.16 Rangkuman Uji Validitas Perception(Y1)**

Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Validitas <i>Perception</i> (Y1) P1	0,804	0,1882	Valid
P2	0,774	0,1882	Valid
P3	0,821	0,1882	Valid
P4	0,736	0,1882	Valid
P5	0,796	0,1882	Valid

Pada output hasil nilai korelasi dapat dilihat pada kolom nilai r hitung pada item P1, P2, P3, P4 dan P5 dengan skor nilai r hitung diatas r tabel 0,1882, maka dapat disimplkan bahwa semua kuesioner *Perception* (X5) dinyatakan valid.

### 5.3.2. Uji Reliabilitas

Relibilitas merupakan suatu pengukuran yang menghasikan ketepatan. Uji reliabilitas pada penelitian kuantitatif dapat menggunakan Cronbach's Alpha, Cronbach Alpha merupakan hasil uji reliabilitas diamana item pertanyaan dikatakan reliable apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi bilai minimal  $> 0,60$  dan apabila nilainya dibawah minimal 0,60 maka item pertanyaan tidak reliable. Berikut hasil perhitungan penelitian ini pada tabel 5.17 berikut:

**Tabel 5.17 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Nilai Alpha Hitung	Nilai Alpha Tabel	Keterangan
1	Tangibles	0,659	0,60	Reliabel
2	Reliabilty	0,805	0,60	Reliabel
3	Responsiveness	0,692	0,60	Reliabel
4	Assurance	0,680	0,60	Reliabel
5	Empathy	0,885	0,60	Reliabel
6	Perception	0,844	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 5.17 diatas seluruh variable memiliki nilai alpha hitung  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa semua variable dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

### **5.3.3. UJI ASUMSIK KLASIK**

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum proses uji regresi. Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedaritas.

#### **5.3.3.1. Uji Normalitas**

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas maka 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 diatas 0,05 maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, jika nilainya di bawah 0,05 maka diinterpretasikan sebagai tidak normal. Hipotesis pada uji ini adalah sebagai berikut:

$\text{Sig} > 0,05$  : diterima , maka data distribusi normal.

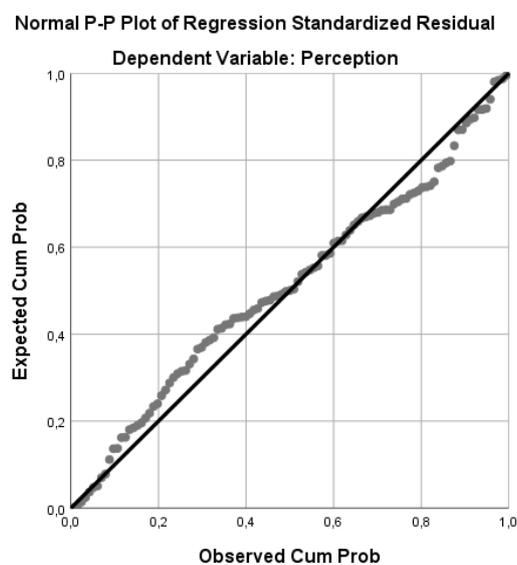
$\text{Sig} < 0,05$  : ditolak, maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 5.18 Tabel Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

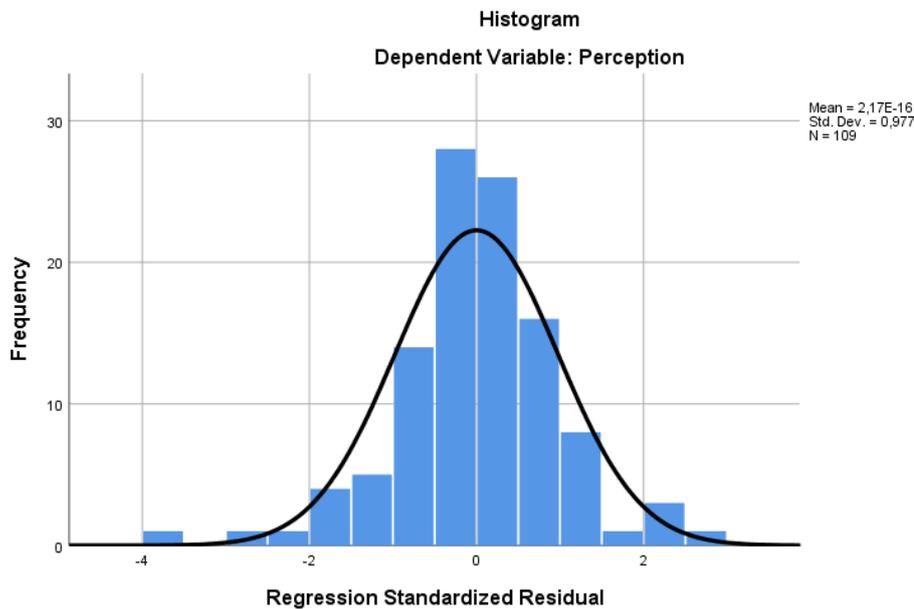
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,89151808
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,088 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka dapat dikatakan bahwa nilai signifikan 0,088 lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa dinyatakan data berdistribusi normal.

**Tabel 5.19 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.



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.

### 5.3.3.2. Uji Multikolinearitas

Untuk mendekteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.20 Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2,917	2,402		1,214	,227		
	Tangibles	,134	,087	,143	1,543	,126	,458	2,183
	Reliability	,405	,114	,377	3,541	,001	,348	2,875
	Responsiveness	-,027	,046	-,039	-,597	,552	,939	1,065
	Assurance	,110	,131	,072	,842	,402	,536	1,865
	Empahty	,252	,099	,278	2,539	,013	,329	3,037

a. Dependent Variable: Perception

**Tabel 5.21 Rangkuman Hasil Uji Multikolonearitas**

Dimensi	Tolerance	(Variant Inflation Factor) VIF	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X1)	0,458 > 0,10	2,183 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolonearitas
<i>Reliability</i> (X2)	0,348 > 0,10	2,875 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolonearitas
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,939 > 0,10	1,065 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolonearitas
<i>Assurance</i> (X4)	0,536 > 0,10	1,865 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolonearitas
<i>Empathy</i> (X5)	0,329 > 0,10	3,037 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolonearitas

Pada tabel 5.21 diatas menunjukkan hasil dari uji multikolonearitas dimana seluruh nilai tolerance > 0,1 dan seluruh nilai VIF < 10 artinya semua data tersebut tidak terjadi multikolonearitas.

### 5.3.3.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka

disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk memperkuat bahwa data tidak bebas dari gangguan heterokedastisitas, data dapat diuji dengan Uji Glejser, yaitu meregresikan absolute nilai residual sebagai variable dependen dengan variable indenpenden jika probabilitas signifikasinya diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil pengujian heterokedastisitas dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 5.22 Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,560	1,581		,987	,326
	Tangbiles	-,056	,057	-,139	-,987	,326
	Reliabilty	-,006	,075	-,013	-,082	,935
	Responsiveness	,050	,030	,163	1,660	,100
	Assurance	,060	,086	,091	,701	,485
	Empahty	-,054	,065	-,137	-,825	,411

a. Dependent Variable: abs\_res

**Tabel 5.23 Rangkuman Hasil Uji Heterokedastisitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai Signifikan</b>	<b>Keterangan</b>
Tangibles	0,326 > 0,5	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Reliabilty	0,935 > 0,5	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Responsiveness	0,100 > 0,5	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Assurance	0,485 > 0,5	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Empahty	0,411 > 0,5	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

### 5.3.2. Analisis Linier Berganda

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variable independen (*Tangibles, Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Empathy*) terhadap satu variable dependen *Perception* model ini mengasumsikan disampaikan dalam rumus. Adapun rumus dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana:

Y = Variabel dependen *Perception*

a = Konstanta

b = Koefisien garis regresi

X1, X2, X3, X4, X5 = variable indenpenden

(*Tanngibles, Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Empathy*)

Berikut ini hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 5.24

Tabel 5.24 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,917	2,402		1,214	,227		
	Tangbiles	,134	,087	,143	1,543	,126	,458	2,183
	Reliabilty	,405	,114	,377	3,541	,001	,348	2,875
	Responsivenes s	-,027	,046	-,039	-,597	,552	,939	1,065
	Assurance	,110	,131	,072	,842	,402	,536	1,865
	Empahty	,252	,099	,278	2,539	,013	,329	3,037

a. Dependent Variable: Perception

Keterangan :

1. Nilai constant adalah = 2,917 , nilai konsta positif menunjukkan pengaruh positif variable independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variable terpenuhi
2. Jika nilai koefisien beta pad dimensi *tangibles* sebesar 0,134 yang berarti jika dimensi *Tangibles* mengalami kenaikan 1 (satuan), maka kepuasan pengguna aplikasi Snack Video akan mengalami peningkatan sebesar 0,134 satuan dengan asumsi variable atau dimensi indenpenden lainnya bernilai tetap atau nol.
3. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Realilbity* sebesar 0,405 yang berarti jika dimensi *Reliabilty* mengalami peningkatan sebesar 0,405 satuan dengan asumsi variable atau dimensi independen lainnya bernilai tetap atau nol.
4. Jika Nilai koefisien beta pada dimensi *Responsiveness* sebesar -0,27 yang berarti jika dimensi *Responsiveness* mengalami penurunan, maka pengguna aplikasi

Snack Video akan mengalami penurunan sebesar -0,27 dengan asumsi variable atau dimensi indenpenden lainnya bernilai tetap atau nol.

5. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Assurance* sebesar 0,110 yang berarti jika dimensi *Assurance* mengalami kenaikan, maka kepuasan pengguna aplikasi Snack Video akan mengalami peningkatan sebesar 0,110 satuan dengan asumsi variable atau dimensi indenpenden lainnya bernilai tetap atau nol.
6. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Empathy* sebesar 0,252 yang berarti jika dimensi *Empathy* mengalami kenaikan, maka kepuasan pengguna aplikasi Snack Video akan mengalami peningkatan sebesar 0,252 satuan dengan asumsi variable atau dimensi indenpenden lainnya bernilai tetap atau nol.

#### **5.3.2.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variable indenpenden terhadap variable dependen. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variable indenpenden dalam mempengaruhi variable dependen. Nilai koefisien adalah antara nol dan satu, nilai  $R^2$  yang kecil berarti variasi variable dependen yang sangat terbatas memberikan semua informasi yang membutuhkan untuk memprediksi variable dependen. Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien atau R Square ( $R^2$ ).

**Tabel 5.25 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,771 <sup>a</sup>	,594	,574	1,93688
a. Predictors: (Constant), Empahty, Responsiveness, Tangbiles, Assurance, Reliabilty				

Penjelasan informasi yang disajikan pada tabel 5.25 adalah sebagai berikut:

1. Nilai R menunjukkan nilai koefisien atau hubungan erat variable terikat dan variable bebas, yaitu sebesar 0,771 atau 77,1% , disebut sebagai hasil koefisien determinasi atau R Square ( $R^2$ ) jika R nilai R dikuadratkan.
2. Nilai koefisien determinasi atau R Square ( $R^2$ ), pada tabel tersebut nilai yang didapatkan adalah 0,594 yang merupakan pengkuadratan nilai R. Berdasarkan hasil analisis tersebut berarti pengaruh semua variable bebas terhadap variable terikat adalah sebesar 59,4% dan sisanya sebesar 40,6% di pengaruhi variable lain diluar penelitian. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 – 1, dan kecocokan model dikatakan lebih baik kalau  $R^2$  semakin mendekati.

### 5.3.2.2. Uji F

Uji adalah pengujian pengaruh variable independen secara bersama-sama (simultan) terhadap perubahan nilai variable dependen dilakukan melalui pengujian terhadap perubahan nilai variable dependen dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variable dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variable independen, untuk itu perlu dilakukan uji F. Uji F atau ANOVA dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi yang ditetapkan untuk penelitian dengan probability value dari hasil penelitian.

Uji F dikenal sebagai uji serentak bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh semua variable independen dalam satu penelitian secara bersama-sama terhadap variable dependen. Jika hasilnya signifikan maka model bisa digunakan untuk prediksi/ peramalan dalam penelitian. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan, jika kurang dari 5% (0,05) maka bisa dikatakan bahwa variable independen dalam penelitian ini signifikan. Untuk menentukan kriteria keputusan pengujian uji F simultan yaitu:

1. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variable Y.
2. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y.

$$F_{tabel} = (K ; n - K)$$

Ket : K = Jumlah Variabel

Independen

$$F_{tabel} = ( 5 : 109 - 5 = 104)$$

n = Jumlah Responden

$$F_{tabel} = 2,30$$

Hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.26 dibawah ini:

**Tabel 5.26 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	565,006	5	113,001	30,121	,000 <sup>b</sup>
	Residual	386,407	103	3,752		
	Total	951,413	108			
a. Dependent Variable: Perception						
b. Predictors: (Constant), Empahty, Responsiveness, Tangbiles, Assurance, Reliabilty						

Berdasarkan hasil uji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 0,05$  dilihat bahwa nilai F dihitung sebesar  $1,452 > 2,30$  F tabel dengan probabilitas atau signifikan (sig)  $0,00 < 0,05$ , disimpulkan bahwa keseluruhananya variable *Service Quality* beserta dimensinya (*Tangibles, Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Empahty*) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap *Perception*.

### 5.3.2.3.Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variable independen X1, X2, X3, X4, dan X5 (*Tangibles, Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Empathy*) Terhadap variable dependen Y (Kepuasan Pengguna atau *Perception*) dalam model regresi yang sudah dihasilkan. Maka digunakan uji t untuk menguji masing-masing variable independen terhadap variable dependen. Untuk menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian:

1. Hipotesis diterima jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau t hitung  $>$  dari t tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

2. Hipotesis ditolak jika nilai signifikan  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $<$  dari  $t$  tabel, maka tidak terdapat pengaruh variable X terhadap Y.

$$T \text{ tabel} = (\alpha/2 ; n - K - 1) \quad \text{Ket} : K = \text{Jumlah Variabel}$$

Independen

$$T \text{ tabel} = (0,025 ; 104) \quad n = \text{Jumlah}$$

Responden

$$T \text{ tabel} = 1,983 \quad \alpha = 0,05$$

Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.27 dibawah ini:

**Tabel 5.27 Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,917	2,402		1,214	,227
	Tangbiles	,134	,087	,143	1,543	,126
	Reliabilty	,405	,114	,377	3,541	,001
	Responsiveness	-,027	,046	-,039	-,597	,552
	Assurance	,110	,131	,072	,842	,402
	Empahty	,252	,099	,278	2,539	,013

a. Dependent Variable: Perception

- Hasil uji T menunjukkan dimensi *Tangbiles* memiliki nilai  $T = 1,543 <$  dari pada  $T \text{ tabel} = 1,983$  , sehingga keputusan yang dapat diambil yaitu penolakan untuk  $H_1 =$  secara parsial. Nilai signifikan untuk dimensi *Tangbiles* menunjukkan nilai  $= 1,543 > 0,05 (\alpha)$  sehingga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perpsepsi pengguna aplikasi Snack Video.
- Hasil uji T diatas menunjukkan dimensi *Reliabilty* memiliki nilai  $T = 3,541 >$  dari pada  $T \text{ tabel} = 1,983$  , sehingga keputusan yang dapat diambil yaitu penerimaan

untuk H2 secara parsial. Nilai signifikan untuk dimensi *Reliability* menunjukkan nilai =  $3,541 < 0,05 (\alpha)$  sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pengguna (*Perception*) aplikasi Snack Video.

3. Hasil uji T diatas menunjukkan dimensi *Responsiveness* memiliki nilai  $T = -0,597 <$  dari pada  $T$  tabel =  $1,983$  , sehingga keputusan yang dapat diambil yaitu penolakan untuk H3 secara parsial. Nilai signifikan untuk dimensi *Reliability* menunjukkan nilai =  $-0,597 > 0,05 (\alpha)$  sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pengguna (*Perception*) aplikasi Snack Video.
4. Hasil uji T diatas menunjukkan dimensi *Assurance* memiliki nilai  $T = 0,842 <$  dari pada  $T$  tabel =  $1,983$  , sehingga keputusan yang dapat diambil yaitu penolakan untuk H4 secara parsial. Nilai signifikan untuk dimensi *Assurance* menunjukkan nilai =  $0,842 > 0,05 (\alpha)$  sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pengguna (*Perception*) aplikasi Snack Video.
5. Hasil uji T diatas menunjukkan dimensi *Empathy* memiliki nilai  $T = 2,539 <$  dari pada  $T$  tabel =  $1,983$  , sehingga keputusan yang dapat diambil yaitu penerimaan untuk H5 secara parsial. Nilai signifikan untuk dimensi *Empahty* menunjukkan nilai =  $2,539 < 0,05 (\alpha)$  sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pengguna (*Perception*) aplikasi Snack Video.

Berikut ini adalah rangkuman penjelasan hipotesis dari setiap dimensi dan variable yang diteliti yaitu:

1. H1 : *Tangibles* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Persepsi pengguna (Y) atau dalam menggunakan layanan aplikasi Snack Video maka hipotesis ditolak.

2. H2: *Reliability* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Persepsi pengguna (Y) atau dalam menggunakan layanan aplikasi Snack Video maka hipotesis diterima.
3. H3: *Responsiveness* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Persepsi pengguna (Y) atau dalam menggunakan layanan aplikasi Snack Video maka hipotesis ditolak.
4. H4: *Assurance* (X4) berpengaruh signifikan terhadap Persepsi pengguna (Y) atau dalam menggunakan layanan aplikasi Snack Video maka hipotesis ditolak.
5. H5: *Empathy* (X5) berpengaruh signifikan terhadap Persepsi pengguna (Y) atau dalam menggunakan layanan aplikasi Snack Video maka hipotesis diterima.