

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Tinjauan Umum Organisasi

Sejarah dan Perkembangan Perusahaan/Organisasi

Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. GOJEK, yang sebelumnya ditulis sebagai GO-JEK dan kini ditulis dengan gaya gojek, adalah perusahaan teknologi dari Indonesia yang memberikan layanan transportasi melalui jasa ojek. Saat ini, Gojek sudah tersedia di 50 kota di Indonesia. Sampai bulan Juni 2016, aplikasi Gojek telah diunduh sebanyak hampir 10 juta kali di Google Play untuk perangkat Android, serta tersedia di App Store. Gojek juga memiliki layanan pembayaran digital bernama Gopay. Selain di Indonesia, layanan Gojek juga tersedia di Vietnam dan Singapura. Karena itu, penting untuk mengetahui budaya organisasi yang mendukung perkembangan zaman (ABDILLAH, 2022)

Awalnya, perusahaan ini didirikan dengan tujuan membantu masyarakat dalam memudahkan aktivitas sehari-hari, terutama di tengah kondisi kemacetan di kota. Ide ini muncul dari seorang pemuda bernama Nadiem Makarim yang sering menggunakan jasa ojek. Kebiasaan tersebut membuatnya punya ide untuk mengembangkan bisnis transportasi ojek agar lebih efektif dan efisien. Awalnya, Gojek beroperasi dengan cara menghubungkan tukang ojek dengan penumpang, sehingga tukang ojek tidak perlu menunggu lama di pangkalan. Pada awalnya, layanan Gojek hanya bisa diakses melalui call center dan hanya melayani pemesanan ojek di wilayah Jakarta. Namun, pada tahun 2015, Gojek mulai berkembang dengan munculnya aplikasi Gojek yang memiliki sistem yang terorganisir. Aplikasi ini

memudahkan pengguna untuk memesan ojek secara *online*, membayar dengan kredit, dan mengetahui lokasi driver yang akan menjemput mereka (SOLIKHAH, 2022)

Pada tahun 2015, Gojek meluncurkan aplikasi mobile pertamanya yang bisa diakses di Android dan iOS. Aplikasi ini menyediakan empat layanan utama yaitu GoRide, GoSend, GoShop, dan GoFood. Aplikasi tersebut langsung diterima dengan baik oleh masyarakat karena dinilai membantu memudahkan kegiatan sehari-hari, terutama dalam urusan transportasi dan pengantaran makanan.

Gojek kemudian tumbuh menjadi *decacorn* pertama di Indonesia, yaitu istilah untuk startup yang memiliki nilai perusahaan lebih dari 10 miliar dolar AS. Pada tahun 2021, Gojek secara resmi menggabungkan diri dengan Tokopedia, membentuk sebuah grup baru bernama GoTo Group, yang menjadi salah satu perusahaan teknologi terbesar di kawasan Asia Tenggara.

Struktur dan Tata Kerja Organisasi

Sebagai perusahaan yang mempunyai dampak perekonomian yang besar bagi Indonesia PT. GOJEK mempunyai visi & misi dalam menerapkan budaya organisasi Perusahaan



Gambar III.1 Gojek

Visi :

“Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, mmberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian, dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Jakarta dan Indonesia kedepannya”

Misi :

1. Menjadikan PT Go-Jek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.
2. Menjadikan PT Go-Jek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
3. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
4. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.

Struktur Organisasi

Gambar III.2 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia

Sumber : <https://gelegakzaki.wordpress.com/2016/10/17/pt-go-jek-visi-misi-struktur-organisasi-dan-sop/>

Deskripsi Pekerjaan :

1. Direktur Utama
 - a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
 - b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.

- c. Bertanggung jawab atas keuntungan dan juga kerugian yang dialami perusahaan.
- d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
- e. Menentukan strategi untuk mencapai Visi-Misi perusahaan.
- f. Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

2. Wakil Direktur

Membantu semua tugas direktur utama yang merupakan wakil di masing-masing area.

3. Manager IT

- a. Mengembangkan dan menyusun strategi dan rencana IT Go-Jek dalam hal mempermudah pekerjaan dan dalam pelayanan kepada pelanggan.
- b. Mengkoordinir dan mengelola pendayagunaan software, hardware, braiware dan jaringan di bidang TIK untuk mencapai kinerja optimum GoJek Indonesia.
- c. Mengelola layanan perancangan sistem komputerisasi dan program aplikasi perangkat yang terintegrasi.

Menyediakan data-data yang diperlukan oleh bagian lain yang menyangkut IT.

4. Manager Karyawan Front Office& Pemasaran

- a. Melatih, menetapkan dan mengevaluasi karyawan front office.
- b. Memastikan bahwasanya karyawan mengetahui sistem komputerisasi, etika menerima keluhan secara langsung atau via telepon dan standard operasional GoJek.
- c. Menangani keluhan pelanggan yang tidak bisa diselesaikan bawahannya.

- d. Membuat lapran daftar pelanggan
- e. Menjaga kedisiplinan petugas kantor dengan memberikan sanksi dan peringatan bagi yang melanggar.
- f. Merencanakan dan menetapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran.

5. Manager Akuntansi

- a. Mengkoordinasi perencanaan anggaran.
- b. Mengembangkan format pengajuan dan pertanggung jawaban keuangan.
- c. Mengkoordinasi pelaksanaan audit.
- d. Melakukan sistem pencatatan keuangan.
- e. Bertanggung jawab terhadap wakil direktur.
- f. Merencanakan, mengendalikan dan membuat keputusan atas semua aktivitas akuntansi.
- g. Menerima laporan arus kas keluar dan masuk ke perusahaan.

6. Manager Ojek

- a. Membuat kelompok-kelompok tukang ojek.
- b. Mengkoordinir semua karyawan tukang ojek.
- c. Selalu melakukan pengontrolan di setiap lini pangkalan Go-Jek.
- d. Bertanggung jawab kepada wakil direktur atas semua karyawan tukang ojek

7. Karyawan

- a. Bidang Programming :
 - 1. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Programming.
 - 2. Bertanggung jawab mengenai program kepada manajer IT
- b. Bidang Web :
 - 1. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Web.

2. Bertanggung jawab mengenai program aplikasi maupun web gojek.
- c. Front office (CS. Administrasi & Pemasaran) :
 1. Melaksanakan semua pekerjaan front office yang ditetapkan oleh Manajer Front Office dan Administrasi.
 2. Bertanggung jawab kepada Manajer Front Office dan Administrasi.
- d. Tukang Ojek :
 1. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer bagian ojek
 2. Mengantarkan penumpang dan pesanan sesuai dengan waktu ditetapkan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Bertanggung jawab kepada atasannya (Wahjono, 2022).

3.1.3 Kegiatan Usaha/Organisasi

Gojek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang menyediakan layanan berbasis aplikasi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sejak didirikan pada tahun 2010, Gojek telah berkembang menjadi sebuah ekosistem digital yang mencakup berbagai jenis layanan, mulai dari transportasi, pengantaran barang, pemesanan makanan, hingga layanan keuangan.

Adapun kegiatan usaha utama Gojek meliputi:

1. Layanan Transportasi *Online*

Gojek menyediakan layanan transportasi berbasis aplikasi, seperti:

- a. *GoRide*: Layanan transportasi dengan sepeda motor.
- b. *GoCar*: Layanan transportasi dengan mobil pribadi.
- c. *GoBluebird*: Layanan taksi dari kerja sama dengan Bluebird.

2. Layanan Pengantaran dan Logistik

- a. *GoSend*: Layanan pengiriman barang dalam kota secara cepat.
- b. *GoBox*: Layanan angkutan barang dengan kendaraan besar seperti

mobil box dan truk.

3. Layanan Pemesanan Makanan

GoFood: Layanan pesan-antar makanan dari berbagai merchant kuliner. Layanan ini menjadi salah satu yang paling populer di platform Gojek dan mendukung pertumbuhan UMKM kuliner di Indonesia (PT Goto, 2023)

1. Layanan Keuangan Digital

- a. *GoPay*: Dompet digital yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran transaksi di dalam maupun luar aplikasi.
- b. *PayLater*: Fasilitas pembayaran tunda hasil kerja sama dengan institusi keuangan tertentu (Tech in Asia, 2023).

2. Layanan Lainnya

Selain layanan utama di atas, Gojek juga menawarkan layanan lain seperti:

- a. *GoTix* (pembelian tiket hiburan),
- b. *GoPlay* (platform streaming video), serta layanan yang sebelumnya populer seperti *GoMassage* dan *GoClean*.

Kegiatan usaha Gojek didukung oleh pendekatan teknologi dan inovasi digital, serta membentuk ekosistem bisnis yang terintegrasi antara pengguna, mitra pengemudi, dan mitra usaha. Hal ini menjadikan Gojek sebagai salah satu pionir dalam industri layanan berbasis aplikasi di Asia Tenggara.

3.2 Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada Wilayah Margonda Depok yang merupakan pengguna layanan ojek online, khususnya Gojek. Data yang dikumpulkan digunakan untuk mengukur variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y).

3.2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan Gojek di lokasi Margonda Depok. Karena jumlah populasi yang

sebenarnya tidak diketahui secara pasti dan dianggap besar, maka penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow yang sesuai untuk populasi yang besar atau tidak diketahui jumlah pastinya. Rumus Lemeshow yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

1. n = jumlah sampel
2. Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1.96$)
3. p = proporsi populasi yang diharapkan (biasanya diasumsikan 0.5 untuk memperoleh ukuran sampel maksimum)
4. d = margin of error yang dapat ditoleransi (misalnya 0.10 atau 10%)

Dengan asumsi:

1. $p=0.5$
2. $d=0.10$
3. $Z=1.96$

Maka Perhitungannya adalah:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(0.10)^2}$$

$$n = \frac{3.8516 \cdot 0.25}{0.01} = \frac{0.9604}{0.01} = 96.04$$

Sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sekitar 96 responden, kemudian dilakukan pembulatan menjadi 100 responden agar hasil penelitian lebih representatif dan untuk mengantisipasi data yang tidak valid.

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, yang diambil dari populasi konsumen di Margonda Depok.

3.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Tabel III.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	51	51.5	51.5	51.5
	Perempuan	48	48.5	48.5	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Untuk mengetahui karakteristik dasar responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan data berdasarkan jenis kelamin dan Usia. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa responden memiliki keragaman latar belakang akademik dan sosial yang representatif terhadap populasi Wilayah Margonda Depok.

Tabel III.2
Responden Berdasarkan Usia

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 Tahun - 20 Tahun	17	17.2	17.2	17.2
	21 Tahun - 25 Tahun	33	33.3	33.3	50.5
	26 Tahun - 30 Tahun	27	27.3	27.3	77.8
	31 Tahun - 40 Tahun	22	22.2	22.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

3.2.3 Data Hasil Kuesioner Variabel X1, X2 dan Y

Tabel III.3
Hasil Kuesioner Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Alternatif Jawaban	Kuesioner						
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0

Alternatif Jawaban	Kuesioner						
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Netral	9	15	8	7	3	16	14
Setuju	23	25	26	26	21	29	29
Sangat Setuju	68	60	66	67	76	55	57
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2). Masing-masing variabel diukur melalui beberapa indikator yang diadaptasi menjadi butir pernyataan dalam kuesioner. Setiap indikator dijawab oleh responden menggunakan skala Likert 1–5, di mana skor tertinggi menunjukkan persepsi yang sangat positif terhadap layanan ojek *online*. Kesimpulan:

Responden sangat setuju bahwa kualitas pelayanan ojek *online*, khususnya Gojek, sangat baik dan profesional. Nilai tertinggi adalah pada kemudahan akses layanan.

Tabel III.4
Hasil Kuesioner Variabel Harga (X2)

Alternatif Jawaban	Kuesioner					
	X1	X2	X3	X4	X5	X6
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
Netral	12	16	5	7	15	18
Setuju	23	26	28	27	20	24
Sangat Setuju	63	58	67	66	65	58
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Kesimpulan:

Responden merasa harga layanan ojek *online* tergolong terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Harga yang mengikuti kondisi pasar mendapat nilai tertinggi.

Tabel III.5
Hasil Kuesioner Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Alternatif Jawaban	Kuesioner					
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
Netral	12	13	13	18	15	18

Setuju	26	33	33	30	31	31
Sangat Setuju	62	54	54	52	54	51
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Kepuasan konsumen merupakan variabel dependen (**Variabel Y**) dalam penelitian ini. Variabel ini digunakan untuk mengukur sejauh mana layanan ojek *online*, khususnya Gojek, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, dalam hal ini Masyarakat Margonda Depok.

Kesimpulan:

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan ojek *online* sangat tinggi, dengan semua indikator berada di atas angka 4. Indikator yang paling tinggi adalah “pengalaman sangat memuaskan”, sedangkan skor terendah ada pada pernyataan negatif (dibalik) yang menunjukkan ketidakpuasan rendah.

Kepuasan konsumen adalah hasil dari evaluasi pelanggan terhadap pengalaman mereka setelah menggunakan suatu produk atau layanan, dibandingkan dengan harapan awal mereka. Jika layanan yang diterima setara atau melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika layanan yang diterima di bawah harapan, maka akan timbul ketidakpuasan.

Dalam konteks layanan ojek *online*, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas interaksi dengan pengemudi, ketepatan waktu, kenyamanan perjalanan, harga yang sesuai, dan kemudahan dalam proses pemesanan.

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen (Y) antara lain:

“pengalaman sangat memuaskan”, sedangkan skor terendah ada pada pernyataan negatif (dibalik) yang menunjukkan ketidakpuasan rendah.

Kepuasan konsumen adalah hasil dari evaluasi pelanggan terhadap pengalaman mereka setelah menggunakan suatu produk atau layanan, dibandingkan dengan harapan awal mereka. Jika layanan yang diterima setara atau melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika layanan yang diterima

di bawah harapan, maka akan timbul ketidakpuasan.

Dalam konteks layanan ojek *online*, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas interaksi dengan pengemudi, ketepatan waktu, kenyamanan perjalanan, harga yang sesuai, dan kemudahan dalam proses pemesanan.

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen (Y) antara lain:

5. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan

Sejauh mana pelanggan merasa puas secara keseluruhan setelah menggunakan layanan ojek *online*.

6. Kepuasan konsumen

Penilaian pelanggan terhadap sikap, keterampilan, dan profesionalisme pengemudi.

7. Konfirmasi harapan

Kesesuaian antara harapan sebelum menggunakan layanan dan kenyataan yang diterima.

8. Minat pembelian ulang

Kecenderungan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan yang

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

sama di masa mendatang.

9. Kesiediaan merekomendasikan

Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain.

10. Tingkat ketidakpuasan konsumen

Indikator ini bersifat negatif dan diukur untuk mengetahui apakah masih terdapat kekecewaan pelanggan terhadap layanan.

3.2.4 Tabel Penolong

Tabel III.6 Tabel Penolong

N	X1	X2	Y	X1 . Y	X2 . Y	(X1) ²	(X2) ²	Y ²
1	34	28	28	952	784	1156	784	784
2	35	30	30	1050	900	1225	900	900
3	30	27	28	840	756	900	729	784
4	34	28	28	952	784	1156	784	784
5	35	30	30	1050	900	1225	900	900
6	35	30	30	1050	900	1225	900	900
7	35	28	28	980	784	1225	784	784
8	34	28	28	952	784	1156	784	784
9	34	30	30	1020	900	1156	900	900
10	35	30	30	1050	900	1225	900	900
11	35	30	30	1050	900	1225	900	900
12	34	28	28	952	784	1156	784	784
13	34	28	28	952	784	1156	784	784
14	34	28	28	952	784	1156	784	784
15	34	28	28	952	784	1156	784	784
16	25	22	20	500	440	625	484	400
17	35	30	30	1050	900	1225	900	900
18	35	30	30	1050	900	1225	900	900
19	35	30	30	1050	900	1225	900	900
20	34	28	28	952	784	1156	784	784
21	35	30	30	1050	900	1225	900	900
22	26	19	19	494	361	676	361	361
23	23	20	18	414	360	529	400	324

N	X1	X2	Y	X1 . Y	X2 . Y	(X1) ^2	(X2) ^2	Y^2
24	35	30	30	1050	900	1225	900	900
25	35	30	28	980	840	1225	900	784
26	26	24	22	572	528	676	576	484
27	30	27	28	840	756	900	729	784
28	30	28	26	780	728	900	784	676
29	34	28	28	952	784	1156	784	784
30	24	18	20	480	360	576	324	400
31	26	22	19	494	418	676	484	361
32	34	28	28	952	784	1156	784	784
33	30	28	26	780	728	900	784	676
34	34	30	30	1020	900	1156	900	900
35	35	30	30	1050	900	1225	900	900
36	35	26	26	910	676	1225	676	676
37	35	28	28	980	784	1225	784	784
38	34	30	30	1020	900	1156	900	900
39	35	23	22	770	506	1225	529	484
40	25	15	18	450	270	625	225	324
41	20	22	21	420	462	400	484	441
42	28	25	22	616	550	784	625	484
43	30	22	20	600	440	900	484	400
44	25	28	28	700	784	625	784	784
45	34	30	24	816	720	1156	900	576
46	35	30	30	1050	900	1225	900	900
47	35	28	28	980	784	1225	784	784
48	34	23	23	782	529	1156	529	529
49	28	28	25	700	700	784	784	625
50	32	28	30	960	840	1024	784	900
51	34	27	23	782	621	1156	729	529
52	30	28	28	840	784	900	784	784
53	34	28	28	952	784	1156	784	784
54	34	30	30	1020	900	1156	900	900
55	35	28	28	980	784	1225	784	784
56	34	28	28	952	784	1156	784	784
57	35	30	30	1050	900	1225	900	900
58	34	28	28	952	784	1156	784	784
59	35	25	24	840	600	1225	625	576
60	35	15	18	630	270	1225	225	324
61	30	28	26	780	728	900	784	676
62	20	30	30	600	900	400	900	900
63	32	27	28	896	756	1024	729	784

N	X1	X2	Y	X1 . Y	X2 . Y	(X1) ^2	(X2) ^2	Y^2
64	35	28	30	1050	840	1225	784	900
65	30	30	30	900	900	900	900	900
66	29	28	28	812	784	841	784	784
67	35	22	20	700	440	1225	484	400
68	34	26	28	952	728	1156	676	784
69	25	28	28	700	784	625	784	784
70	31	30	30	930	900	961	900	900
71	34	27	28	952	756	1156	729	784
72	35	30	30	1050	900	1225	900	900
73	30	30	28	840	840	900	900	784
74	35	30	30	1050	900	1225	900	900
75	30	30	30	900	900	900	900	900
76	35	22	21	735	462	1225	484	441
77	35	30	30	1050	900	1225	900	900
78	28	28	28	784	784	784	784	784
79	35	24	24	840	576	1225	576	576
80	34	28	30	1020	840	1156	784	900
81	34	24	23	782	552	1156	576	529
82	28	28	28	784	784	784	784	784
83	34	23	25	850	575	1156	529	625
84	34	30	30	1020	900	1156	900	900
85	32	29	26	832	754	1024	841	676
86	34	30	30	1020	900	1156	900	900
87	31	30	30	930	900	961	900	900
88	35	24	23	805	552	1225	576	529
89	32	30	30	960	900	1024	900	900
90	34	30	30	1020	900	1156	900	900
91	35	21	23	805	483	1225	441	529
92	35	30	30	1050	900	1225	900	900
93	32	28	28	896	784	1024	784	784
94	35	28	25	875	700	1225	784	625
95	35	28	28	980	784	1225	784	784
96	27	28	28	756	784	729	784	784
97	35	25	24	840	600	1225	625	576
98	34	23	25	850	575	1156	529	625
99	32	28	28	896	784	1024	784	784
100	34	26	24	816	624	1156	676	576
Σ	3232	2715	2687	87324	74008	105760	74829	73389

Untuk Mengetahui antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y), Digunakan analisis korelasi pearson:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$$r = \frac{100 \times 74829 - (3232)(2687)}{\sqrt{\{100(87324) - (3232)^2\} \{(100 \times 105760) - (2687)^2\}}}$$

$$r = \frac{-1205484}{\sqrt{\{-1719124\} \{(3354831)\}}}$$

$$r = \frac{1205484}{2401038}$$

$$r = 0,502$$

Selanjutnya, untuk melihat hubungan antara Harga (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y), juga digunakan analisis korelasi pearson. Berdasarkan hasil perhitungan:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$$r = \frac{100 \times 73389 - (2715)(2687)}{\sqrt{\{100(74008) - (2715)^2\} \{(100 \times 105760) - (2687)^2\}}}$$

$$r = \frac{39795}{\sqrt{\{23575\} \{(3354831)\}}}$$

$$r = \frac{39795}{281262}$$

$$r = 0,142$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan sedang dan positif dengan kepuasan pelanggan, sedangkan harga memiliki hubungan sangat lemah dan positif dengan kepuasan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan harga.

3.2 Analisis Variabel X terhadap Y

3.2.3 Uji Validitas X1

Berikut ini adalah tabel yang menyajikan data dengan hasil uji validitas harga:

Tabel III.7
Uji Validitas X1

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,785	0,165	VALID
X1.2	0,803	0,165	VALID
X1.3	0,800	0,165	VALID

X1.4	0,797	0,165	VALID
X1.5	0,757	0,165	VALID
X1.6	0,782	0,165	VALID
X1.7	0,805	0,165	VALID

Sumber: Hasil SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas dapat diartikan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel harga dinyatakan valid karena nilai r hitung pada setiap pertanyaan $>$ dari nilai r tabel yaitu 0,165.

3.3.2 Uji Validitas X2

Berikut ini adalah tabel yang menyajikan data dengan hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan.

Tabel III.8
Uji Validitas X2

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,789	0,165	VALID
X2.2	0,847	0,165	VALID
X2.3	0,839	0,165	VALID
X2.4	0,863	0,165	VALID
X2.5	0,825	0,165	VALID
X2.6	0,865	0,165	VALID

Sumber: Hasil SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas dapat diartikan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid karena nilai r hitung pada setiap pertanyaan $>$ dari nilai r tabel yaitu 0,165.

3.3.3 Uji Validitas Y

Berikut ini adalah tabel yang menyajikan data dengan hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan.

Tabel III.9
Uji Validitas Y

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y.1	0,793	0,165	VALID
Y.2	0,808	0,165	VALID
Y.3	0,870	0,165	VALID
Y.4	0,843	0,165	VALID
Y.5	0,842	0,165	VALID
Y.6	0,779	0,165	VALID

Sumber: Hasil SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas dapat diartikan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena nilai r hitung pada setiap pertanyaan $>$ dari nilai r tabel yaitu 0,165.

3.3.4 Uji Reliabilitas

Tabel III.10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ketentuan	Keterangan
Harga	0,899	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,915	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,905	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil SPSS, 2025

Berdasarkan tabel uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi/konstruksi variabel penelitian. Dalam melakukan analisa, peneliti menggunakan teknik Alpha Cronbach, syarat variabel dinyatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha $>$ 0,6.

3.3.5 Uji Normalitas

Tabel III.11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

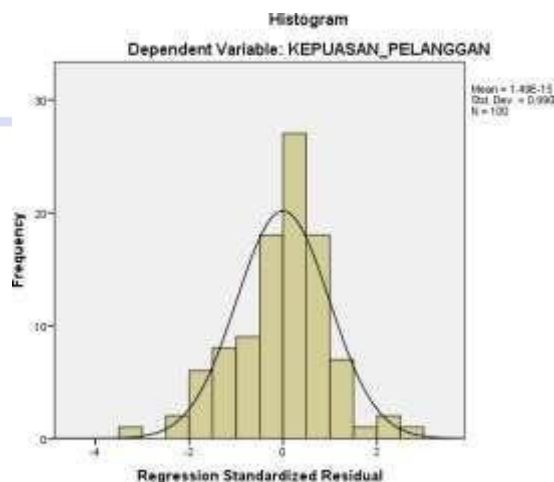
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53694763
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.070

Negative	-.078
Test Statistic	.078
Asymp. Sig. (2-tailed)	.141 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
Sumber: Hasil SPSS, 2025

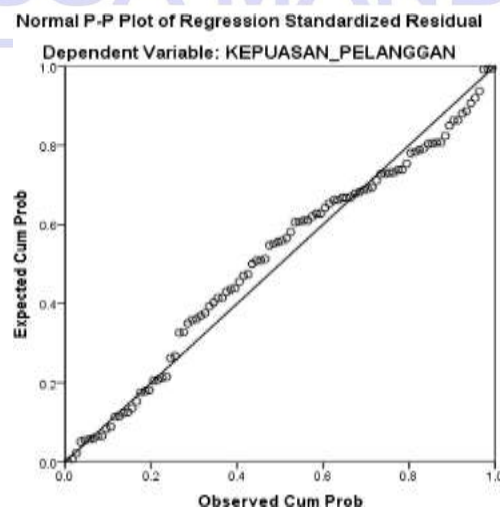
Berdasarkan output uji normalitas data maka dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2- tailed) adalah $0,141 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan terdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilihat dari grafik histogram dan grafik P-Plot sebagai berikut.



Gambar III.3 Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan hasil grafik histogram dapat diketahui bahwa pola membentuk gambar lonceng sehingga data disebut sudah memenuhi pengujian normalitas.



Gambar III.4 Grafik Normal P-Plot

Berdasarkan hasil grafik histogram dapat diketahui bahwa pola titik titik berada disekitar garis diagonaal sehingga data dianggap sudah berdistribusi normal.

3.3.6 Uji Heteroskedastisitas

Tabel III.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.951	1.000		1.950	.054
HARGA	-.056	.036	-.175	-1.564	.121
KUALITAS_PELAYANAN	.056	.041	.152	1.360	.177

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Hasil SPSS, 2025

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas yang satu dengan lainnya. Dalam mengetahui apakah terdapat multikolinearitas adalah melihat nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) < 10. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3.3.7 Uji Determinasi R²

Tabel III.13
Uji Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.683	2.562968

d. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dikatakan bahwa nilai Adjusted R Square (R_{2adj}) adalah 0,683 dan dapat dikatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 68,3%. Hasil tersebut berarti kontribusi yang diberikan variabel harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak

diteliti.

3.3.8 Uji Multikolinearitas

Tabel III.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,803	1,246	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,803	1,246	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil SPSS, 2025

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas yang satu dengan lainnya. Dalam mengetahui apakah terdapat multikolinearitas adalah melihat nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) < 10. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas

3.3.9 Analisis Linear Berganda

Tabel III.15
Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	
Model		B		Beta	t
1	(Constant)	-.600	1.607	-.373	.710
	HARGA	.655	.057	.722	11.428
	KUALITAS_PELAYANAN	.209	.066	.199	3.156

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Dari hasil regresi yang dilakukan pada variabel beban kerja, kompensasi finansial, dan kinerja karyawan dengan alat analisis SPSS, maka didapatkan koefisien regresi yang dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = -0,600 + 0,655X_1 + 0,209X_2 + e$$

Persamaan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Koefisien regresi variabel harga bernilai 0,655 dan menunjukan nilai

positif, apabila variabel harga mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,655 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan bersifat tetap.

- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai 0,209 dan menunjukkan nilai positif, apabila variabel kualitas pelayanan mengalami

3.3.10 Uji T

Tabel III.16
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.600	1.607		-.373	.710		
	HARGA	.655	.057	.722	11.428	.000	.803	1.246
	KUALITAS_PELAYANAN	.209	.066	.199	3.156	.002	.803	1.246

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) Berdasarkan analisis data dan perhitungan pada pengaruh masing-masing variabel independen dan dependen dihasilkan penjabaran sebagai berikut:

1. Menurut tingkat kesalahan ($\alpha = 0,05$) dan *degree off freedom* ($n - k$), dimana $n = 100$ dan $k = 2$, maka dapat diketahui nilai t tabel dalam pengujian satu sisi sebesar 1,660. Hasil analisis regresi berganda diketahui nilai t hitung variabel harga (X_1) sebesar $11,428 > t$ tabel 1,660 dan sig. $(0,000) < \alpha$ $(0,05)$ dan koefisien regresi bernilai positif (0,655). Hasil dari pengujian statistik ini memperlihatkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis alternatif diterima.

2. Menurut tingkat kesalahan ($\alpha = 0,05$) dan *degree off freedom* ($n - k$), dimana $n = 100$ dan $k = 2$, maka dapat diketahui nilai t tabel dalam pengujian satu sisi sebesar 1,660. Hasil analisis regresi berganda diketahui nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar $3,156 > t$ tabel 1,660 dan sig. $(0,002) < \alpha$

(0,05) dan koefisien regresi bernilai positif (0,209). Hasil dari pengujian statistik ini memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif.

3.3.11 Uji F

Tabel III.17
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1412.794	2	706.397	107.538	.000 ^b
	Residual	637.174	97	6.569		
	Total	2049.968	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

Berdasarkan Uji F pada persamaan regresi, diperoleh nilai F tabel ($n-k;k-1$) sebesar 3,98. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung sebesar $107,538 >$ nilai F tabel, yakni 3,98 atau $\text{sig. } (0,000) \leq \alpha (0,05)$. Hasil uji F tersebut menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, atau dapat dikatakan bahwa model regresi berganda memiliki ketepatan atau kecocokan dengan data penelitian (*goodness of fit*).

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

kenaikan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,209 dengan asumsi variabel harga bersifat tetap.







