

Pengaruh harga, pendapatan dan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pengguna *driver online*

Fauzia Bakhtiar^{1✉}, Eka Indriyani MS², Ahmad Efendi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Gowa.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Pendapatan Dan Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Driver Online. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan Skala pengukuran yaitu skala Semantik Diferensial. Sampel diambil menggunakan non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Persamaan regresi $Y=1.146+0.389X1+0.099X2+0.350X3+e$, diperoleh koefisien korelasi nilai r sebesar 0.907 yang berarti bahwa besarnya korelasi antara variabel independen (pendapatan, biaya dan kualitas layanan) terhadap kepuasan konsumen dinilai "sangat kuat", nilai koefisien determinasi (R square) yaitu 0.823. Hal ini berarti bahwa 82,3% sedangkan sisanya ($100\%-82,3\%$) = 17.7% dipengaruhi oleh variabel luar. Pada uji F (1) diperoleh probabilitas 0,000 dapat dikatakan variabel harga, pendapatan dan kualitas layanan (X) secara berpengaruh simultan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Pada uji F (2) diperoleh probabilitas 0,000 dapat dikatakan variabel harga dan pendapatan (X) secara berpengaruh simultan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Sedangkan uji T (1) menunjukkan harga, pendapatan dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. uji T (2) menunjukkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan. Sedangkan untuk pendapatan tidak berpengaruh terhadap kualitas layanan.

Kata kunci: Harga; pendapatan; kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan

The effect of price, revenue and service quality on the level of satisfaction of online driver users

Abstract

This study aims to determine the Effect Of Price, Revenue And Quality Of Service On The Satisfaction Level Of Online Driver Users. This research is a field research using a quantitative approach and using a measurement scale, namely the Differential Semantic scale. Samples were taken using non-probability sampling, which is a sampling technique where not all members of the population in the same position have the opportunity to be selected as samples. The regression equation $Y=1.146+0.389X1+0.099X2+0.350X3+e$, obtained a correlation coefficient of r value of 0.907 which means that the magnitude of the correlation between the independent variables (income, costs and service quality) on customer satisfaction is considered "very strong", the value the coefficient of determination (R square) is 0.823. This means that 82.3% while the rest ($100\%-82.3\%$) = 17.7% is influenced by external variables. In the F (1) test obtained a probability of 0.000, it can be said that the variables of price, income and service quality (X) have a significant simultaneous effect on consumer satisfaction (Y). In the F test (2) obtained a probability of 0.000, it can be said that the price and income variables (X) have a significant simultaneous effect on service quality. While the T test (1) shows that price, income and service quality have a significant positive effect on consumer satisfaction. T test (2) shows that price has a significant positive effect on service quality. Meanwhile, income has no effect on service quality.

Key words: Price; income; service quality; customer satisfaction

Copyright © 2022 Fauzia Bakhtiar, Eka Indriyani MS, Ahmad Efendi

✉ Corresponding Author

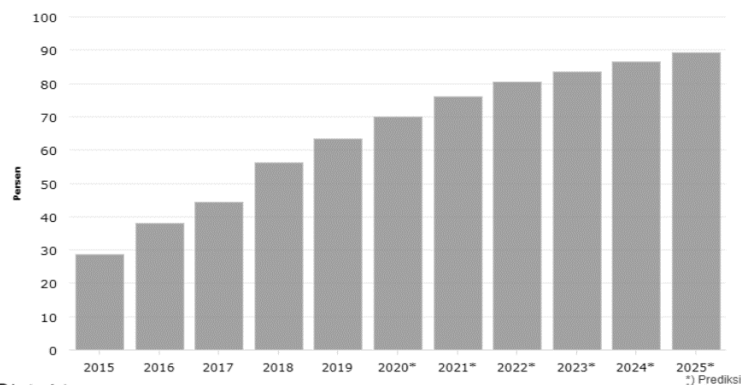
Email Address: Fauzia.bakhtiar@uin-alauddin.ac.id

DOI: 10.29264/jakt.v19i3.11611

PENDAHULUAN

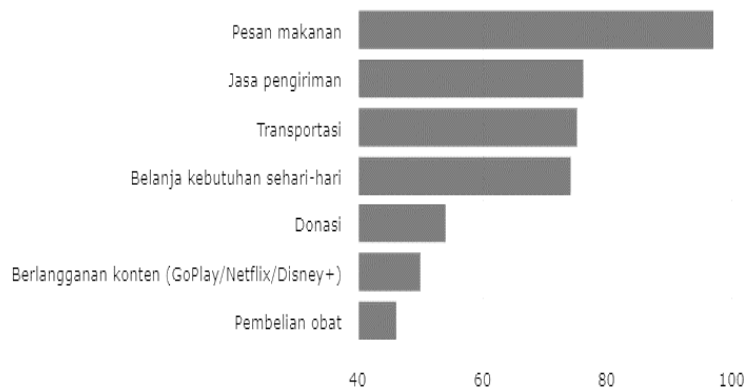
Era revolusi industri 5.0 saat ini menuntut individu memiliki kemampuan yang lebih dalam mengatasi berbagai masalah dengan cara berpikir secara kritis dan kreatif. Keberadaan teknologi informasi yang didesain dengan baik hingga melahirkan suatu transportasi online yang dapat memberikan kemudahan kepada konsumen terbukti berhasil dan memberikan keuntungan yang besar kepada individu khususnya para driver yang memang tidak memiliki pekerjaan tetap. Keberadaan transportasi online di tengah-tengah masyarakat memiliki manfaat tidak hanya driver, pengguna melainkan juga pemerintah. Driver dimudahkan untuk tidak lagi berstatus pengangguran dan memiliki pendapatan harian untuk menopang kebutuhan keluarga. Disisi lain pengguna transportasi online diberikan kemudahan dan kenyamanan untuk berpindah kendaraan dari satu kendaraan ke kendaraan lain yang tentu tidak lagi harus menguras pikiran pada kondisi kemacetan yang membuat mereka tidak lagi fokus pada saat bekerja. Bukan hanya itu, keberadaan transportasi online sangat mendukung peningkatan pendapatan negara khususnya penerimaan pajak untuk kemajuan pembangunan di Indonesia.

Seiring dengan itu meningkatnya jumlah kendaraan yang ada di Kota Makassar mempengaruhi tingginya kemacetan yang terjadi. Hal ini tentu menjadi faktor penghambat banyaknya waktu yang terbuang hanya untuk mencari cara untuk menemukan jalan keluar dari kemacetan ini. Hadirnya transportasi online memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi ini karena pengguna bisa menggunakan waktu dalam perjalanan dengan melaksanakan aktivitas pekerjaannya. Saat ini transportasi menjadi salah satu sektor bisnis yang potensial untuk dijalankan, terlebih dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi yang mendorong perkembangan bisnis dibidang transportasi. Bisnis transportasi adalah sektor bisnis yang memiliki pasar yang besar dan potensial sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan yang ketat ditunjukkan dengan munculnya perusahaan-perusahaan sejenis dalam bidang transportasi. Hal tersebut menjadi tantangan besar bagi perusahaan transportasi dalam memenangkan persaingan pasar. Teknologi dalam konteks jasa transportasi dapat mempengaruhi minat konsumen dan pelanggan.



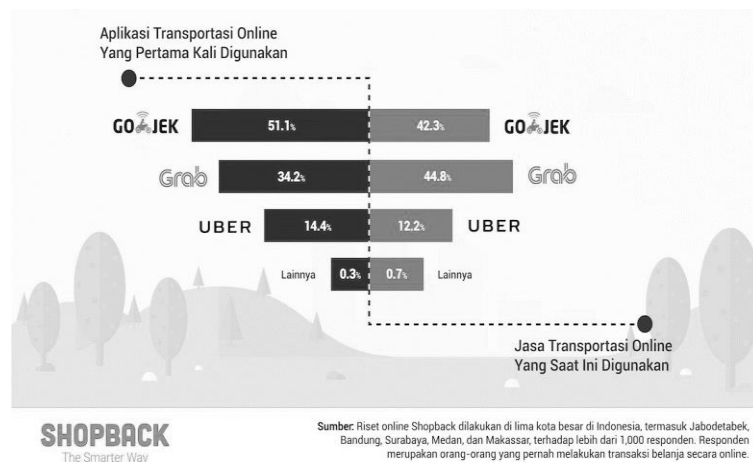
Gambar 1.
Penetrasi ponsel pintar di Indonesia

Menurut gambar di atas perkiraan pertumbuhan penggunaan ponsel pintar juga karena beberapa faktor, salah satunya karena harga ponsel pintar yang makin terjangkau dan dibekali fitur pendukung aktivitas keseharian. Hal lainnya bisa pula dampak dari kebutuhan pekerjaan, sarana belajar di kampus maupun sekolah, interaksi media sosial, serta inovasi teknologi ponsel yang terus berkembang tanpa batas. Hal ini seiring dengan jenis pengeluaran digital konsumen, terutama pada masa pandemi covid-19.



Gambar 2.
Jenis Pengeluaran Digital Konsumen Per Bulan Selama Pandemi Covid 19

Masyarakat moderen ini mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang/alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Sehingga bisnis jasa saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Pentingnya sektor jasa ini disikapi dengan pertumbuhan bisnis jasa yang semakin pesat. Salah satu bisnis dalam sektor jasa yang semakin berkembang pesat adalah jasa transportasi. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya.



Gambar 3.
Jasa Transportasi Online yang digunakan

Seiring berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek secara online di smartphone dan memakai standar pelayanan. Berbeda dengan ojek konvensional yang memakai sistem pangkalan berbasis tempat tertentu. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online di wilayah bekasi yang dikenal dengan sebutan go-jek, uber, grab dan lainnya. Semua memberikan sistem pemesanan dan pelayanan yang hampir sama, hanya tarif setiap penyedia jasa yang berbeda-beda.

Tabel 1.
Tarif Orderan Driver Online

Ojek online	Tarif umum	Tarif jam sibuk
Grab bike	Rp.1.500/km,	Pagi : 05.00-09.00
	Rp.2.500/12 km keatas	Sore : 16.00-20.00 Setiap perjalanan ditambah rp.2.500
Go-ride	Rp.4.000/1-2,7 km,	Pagi : 06.00-09.00
	Rp.1.500/2,7 km keatas	Sore : 16.00-19.00
		Rp.8.000/km Rp.2.500/4 km keatas
Ubermotor	Rp.1.250/12 km,	Berdasarkan jumlah persediaan dan
	Rp.2.000/12 km keatas	Permintaan suatu lokasi.
	Ditambahkan biaya waktu sebesar rp.100/menit	Pengalihan atas tariff normal sesuai persetujuan penumpang.

Dari tabel diatas harga/tarif yang dikenakan oleh konsumen setiap orderan driver online. Dimana setiap konsumen akan menjatuhkan pilihannya masing-masing dan yang akan di sesuaikan dengan kemampuan atau pendapan yang mereka miliki. Serta pilihan mereka juga akan dipengaruhi juga dengan kualitas layanan yang mereka dapat.dan khusus di daerah/Kota Makassar peminat pengguna driver online terbanyak adalah gojek dan grab.

METODE

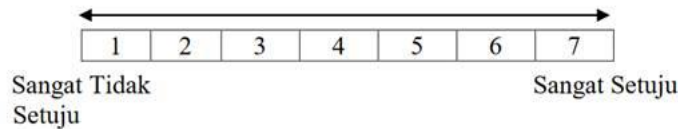
Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. (P. Kotler & Keller, 2016) menjelaskan bahwa “konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Variabel Harga (X1) menurut (P. Kotler & Keller, 2016) menjelaskan bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Pendapatan Konsumen (X2) menurut (Rahardja & Manurung, 2008) bahwa pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Variabel Kualitas Layanan (X3) menurut (P. Kotler & Keller, 2016) menjelaskan bahwa kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey yaitu metode untuk pengumpulan data primer pada informasi yang diperoleh dari responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, tergolong sebagai penelitian asosiatif kausal yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan sebab akibat. Hubungan atau pengaruh variabel bebas Harga (X1), Pendapatan Konsumen (X2) dan Kualitas Layanan (X3), dan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (y).

Untuk pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan, maka penulis melakukan penelitian dimulai pada bulan Februari 2022 sampai bulan Mei 2022. Penelitian dilaksanakan di Kota Makassar. Populasi menurut Sugiyono (2013) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan objek yang diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat disekitar wilayah dan Kota Makassar yang menggunakan aplikasi driver online lebih dari satu kali dan memiliki pendapatan setiap bulan.

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel diambil menggunakan non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik pengumpulan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu pada masyarakat wilayah Makassar yang pernah melakukan pembelian/menggunakan drive online lebih dari satu kali dan memiliki pendapatan tiap bulan.

Membuat kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah ditentukan dan menggunakan skala semantik diferensial. Berikut merupakan penggunaan skala semantik diferensial :



Gambar 4.
 Skala Semantik Diferensial

Berdasarkan tabel dapat diketahui penggunaan skala semantik diferensial menghasilkan jawaban pertanyaan berupa kecenderungan dimana apabila responden menjawab 1-4 maka responden dikatakan cenderung tidak setuju atau cenderung tidak baik, 5-7 maka responden menjawab cenderung setuju atau cenderung baik.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner online menggunakan Google Forms dan diedarkan melalui media sosial. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan SPSS dengan melakukan uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi dan analisis path. Hasil data yang diperoleh akan dianalisis dan disusun sebagai laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil klasifikasi karakteristik respondendalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1.

Karakteristikk Responden Berdasarkan Pendapatan					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	<2jt	84	43.3	43.3	43.3
	2-3jt	37	19.1	19.1	62.4
	3-5jt	25	12.9	12.9	75.3
	>5jt	48	24.7	24.7	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

Berdasarkan data dalam penelitian ini sebesar 43.3 persen atau sebesar 84 orang responden memiliki jummlah pendapatan kurang dari 2 juta perbulan, 48 orang responden atau sebesar 24.7 % memiliki pendapatan lebih dari 5 juta perbulan, 37 orang responden atau sebesar 19.1% memiliki pendapatan sebesar 2-3 juta perbulan dan 25 oarang responden atau 12.9% memiliki pendapat sebesar 3-5 juta.

Hal ini membuktikan bahwa pengguna aplikasi driver online mayoritas digunakan oleh responden yang memiliki penghasilan kurang dari 2 juta perbulan. Diperkirakan bawhwa para responden tersebut, belum memiliki kendaraan pribadi sehingga mereka lebih memanfaatkan jasa driver online di bandingkan menggunakan alat transportasi umum.

Tabel 2.

Tabel Penilaian Responden terhadap Masing-Masing Variabel			
Variabel		Total mean indikator	Mean variabel
Y	Kepuasan	6	5.7
X1	Harga	5	5.4
X2	Pendapatan	5	5.2
X3	Kualitas layanan	6	5.52

Dapat diamarti mayoritas responden memberi penilaian 6 untuk harga dan tingkat kepuasan pengguna, sedangkan untuk pendapatan dan kualitas layanan para responden memberi nilai 5. Hal ini membuktikan bahwa para responden dalam penelitian ini memiliki tingkat kepuasan 6 terhadap penetapan harga pada aplikasi driver online yang mencakup atas kepuassan jangkauan harga dengan daya beli pelanggan, daya saing harga dengan produk sejenis, kesesuaian harga dengan manfaat yang dibeli, dan kesesuaian harga dengan kualitas yang di dapaatkan pelanggan. Serta para responden juga memiliki tingkat kepuasan 6 terhadap tingkat kepuasan atas layanan yang diberikan , mencakup

kesesuaian layanan dengan yang diharapkan, kesesuaian layanan dengan tarif yang dibayarkan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan apa yang ditawarkan.

Sedangkan untuk pendapatan para responden hanya memberikan nilai 5 untuk tingkat kepuasan yang berkaitan dengan kemampuan para responden dalam memanfaatkan driver online sesuai dengan tingkat pendapatan responden dan tidak lepas dari biaya-biaya penunjang kehidupan lainnya. Mencakup penghasilan yang diterima perbulan, pekerjaan, anggaran biaya sekolah, beban keluarga yang ditanggung.

Dan kualitas layanan juga memperoleh nilai 5 atas kepuasan para responden mencakup kepuasan pelayanan konsumen yang diberikan oleh para pihak driver online berwujud – kelengkapan pengguna atribut, dan kemudahan pemesanan. Keandalan – kondisi fisik, ketanggapan- kecepatan responden, kepastian- konfirmasi driver, empati- informasi dan usaha driver

Uji validitas ditunjukkan dalam mengetahui kecepatan atau ketepatan suatu instrumen penelitian dalam mengukur item kuesioner yang digunakan. Sedangkan untuk uji reabilitas digunakan dalam mengetahui konsistensitas dan keandalan alat ukur dalam penelitian bila pengukuran tersebut diulang kembali.

Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = n – k dengan alpha 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pernyataan tersebut dikatakan valid. Di samping itu validitas instrumen juga perlu diuji secara statistik, yaitu dengan melihat tingkat signifikansi untuk masing-masing instrumen. Dalam hal ini digunakan skor total pearson corelation, sedangkan uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan alpha cronbach, dimana suatu instrumen dikatakan reliabel atau andal apabila memiliki koefisien atau reliabilitas sebesar 0,60 atau lebih.

Tabel 3.
 Hasil Uji Validitas Data

	Variabel	Sig. (2-Tailed)	R Tabel	R Hitung	Ket
Y.1	Tingkat Kepuasan	.000	0.138	.837**	Valid
Y.2		.000	0.138	.855**	Valid
Y.3		.000	0.138	.811**	Valid
Y.4		.000	0.138	.782**	Valid
Y.5		.000	0.138	.916**	Valid
Y.6		.000	0.138	.849**	Valid
Y.7		.000	0.138	.797**	Valid
X1.1	Harga	.000	0.138	.861**	Valid
X1.2		.000	0.138	.873**	Valid
X1.3		.000	0.138	.845**	Valid
X1.4		.000	0.138	.898**	Valid
X1.5		.000	0.138	.917**	Valid
X1.6		.000	0.138	.912**	Valid
X1.7		.000	0.138	.930**	Valid
X2.1	Pendapatan	.000	0.138	.915**	Valid
X2.2		.000	0.138	.837**	Valid
X2.3		.000	0.138	.929**	Valid
X2.4		.000	0.138	.881**	Valid
X2.5		.000	0.138	.924**	Valid
X2.6		.000	0.138	.914**	Valid
X3.1	Kualitas Layanan	.000	0.138	.845**	Valid
X3.2		.000	0.138	.866**	Valid
X3.3		.000	0.138	.896**	Valid
X3.4		.000	0.138	.896**	Valid
X3.5		.000	0.138	.857**	Valid
X3.6		.000	0.138	.917**	Valid
X3.7		.000	0.138	.894**	Valid
X3.8		.000	0.138	.822**	Valid
X3.9		.000	0.138	.842**	Valid
X3.10		.000	0.138	.872**	Valid

Tabel diatas membuktikan bahwa data dalam penelitian ini di setiap variabel (tingkat kepuasan, harga, pendapatan dan kualitas pelayanan) dinyatakan valid. Dimana nilai signifikansinya sebesar 0.000 atau lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05 . Serta diperoleh nilai r hitung dari olahan data penelitian lebih

besar dari dari t tabelnya yang jatuh pada 0,138 , sehingga dapat dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.
 Hasil Uji Reabilitas Data

Model	Cronbach's alpha	R tabel	N of items	Ket
Y	.926	.754	7	Reliabel
X1	.956	.754	7	Reliabel
X2	.953	.811	6	Reliabel
X3	.964	.622	10	Reliabel

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Hal ini, dijelaskan pada hasil olahan data yang diperoleh nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai 0.60 atau r tabelnya. Dimana pada variabel Y memperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0.926 dimana lebih besar dari r tabelnya yaitu 0.754 maka dapat dinyatakan variabel Y reliabel. Variabel X1 memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0.956 dimana nilai lebih besar dari nilai r tabelnya yaitu 0.754 maka dapat dinyatakan reliabel. Variabel X2 memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0.953 lebih besar dari nilai r tabelnya yaitu 0.811 maka dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan variabel X3 memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0.964 lebih besar dari nilai r tabelnya yaitu 0.622, maka variabel X3 dinyatakan reliabel. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas, dan variabel terikat memiliki distribusi normal dan tidak normal. Pengujian normalitas yang digunakan dalam model regresi ini adalah uji statisik dengan non-parametrik kolmogorov-smirnov (k-s). Nilai signifikan yang residual terdistribusi secara normal jika nilai asymp. Sig (2-tailed) dalam pengujian one-sample kolmogorov smirnov test lebih dari $\alpha = 0,05$.

Tabel 5.
 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			194
Normal Parameters	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.39284012
Most Differences	Extreme Absolute		.073
	Positive		.073
	Negative		-.063
Kolmogorov-Smirnov Z			1.011
Asymp. Sig. (2-tailed)			.259

a. Test distribution is Normal.

Hasil olahan data penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian menunjukkan nilai asymp. Sig. (2-tailed) dibawa nilai signifikan yaitu 0.05. Dimana nilai asymp. Sig. (2-tailed) pada variabel Y sebesar 0.015 dengan kolmogorov-smirnov z sebesar 1.569, variabel X1 sebesar 0.008 dengan Kolmogorov-Smirnov z sebesar 1.665, variabel X2 sebesar 0.030 dengan Kolmogorov-Smirnov z sebesar 1.446 dan variabel X3 sebesar 0.007 dengan kolmogorov-smirnov z sebesar 1.688. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya (Ghozali, 2016 :107). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (dw test) yang mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen (Ghozali,2016 : 108).

Tabel 6.
 Hasil Uji Autokolerasi Data
 Model summary^b

Model	Durbin-watson
1	1.801

A. Predictors: (constant), X3, X2,X1

B. Dependent variable: Y

Hasil olahan data penelitian ini menunjukkan nilai durbin-watson yang diperoleh sebesar 1.801. Dimana angka yang diperoleh sudah terletak diantara $1 < \text{durbin-watson} < 3$. Maka dapat disimpulkan data variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami autokorelasi atau bebas gejala autokolerasi.

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multi-kolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Nilai tolerance yang besarnya di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10.00 menunjukkan bahwa tidak ada multikolonieritas diantara variable bebasnya.

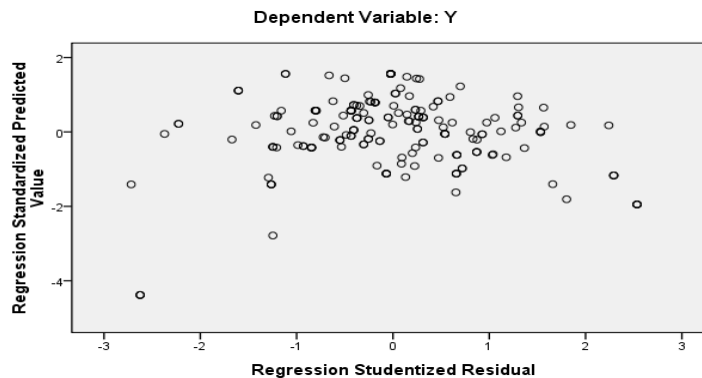
Tabel 7.
 Hasil Uji Multikolinearitas Data
 Coefficients^a

Model		Collinearity statistics	
		Tolerance	VIF
	(constant)		
1	X1	.307	3.254
	X2	.532	1.879
	X3	.383	2.610

A. Dependent variable: Y

Hasil olahan data penelitian ini , menunjukkan bahwa nilai tolerance dan VIF dari ketiga variabel bebas terhadap variabel terikatnya memperoleh nilai tolerance berada diantara 0-1 dan begitu pulan dengan nilai VIF nya memperoleh nilai lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolonieritas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke peng-amatan lain. Dapat dilihat dari grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (zpred) dengan residualnya (zresid). Dasar analisis yang digunakan ada-lah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu atau teratur maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya bila titik-titik yang ada menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2005:36).



Gambar 4.
 Hasil Uji Heteroskedastisitas data Scatterplot

Pada gambar diatas dapat dilihat histogram scetterplot untuk 194 data penelitian ini menunjukkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas. Hal ini menunjukkan data dalam penelitian ini tidak ada masalah heteroskedastisitas, atau tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Koefisien determinasi (R²) dan koefisien korelasi adalah suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Nilai koefisien determinasi (R²) ini mencerminkan seberapa besar variasi dan variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0, artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila R²= 1, artinya variasi Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Sedangkan untuk koefisien korelasi menunjukkan berapa kuat hubungan antara variabel terikat dengan variabel terikatnya. Bila nilai R semakin mendekati 1 maka semakin kuat hubungan antara variabel tersebut. Jika nilai R mendekati 0 maka hubungan antara variabel semakin lemah. Dengan demikian nilai R dan R square sebagai berikut:

Tabel 8.
Hasil Uji Koefisien Data
Model summaryb

Model	R	R square	Adjusted r square	Std. Error of the estimate
1	.907a	.823	.820	.39593

A. Predictors: (constant), X3, X2, X1

B. Dependent variable: Y

Hasil olahan data penelitian menunjukkan nilai r sebesar 0.907 yang berarti besarnya hubungan antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini adalah “sangat kuat” sesuai dengan pedoman interpretasi nilai koefisien korelasi nilai r yang diperoleh berada pada rentangan 0.80—1.00 atau mendekati nilai 1. Maka, hubungan antara variabel X dan variabel Y sangat kuat dan positif.

Selanjutnya pada hasil olahan data dalam penelitian ini diperoleh nilai r square sebesar 0.823 yang berarti bahwa kontribusi variabel X atau seberapa besar kemampuan dari variabel bebas penelitian ini mempengaruhi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini yaitu sebesar 82.3%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 17.7% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diteliti.

Regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi variabel ter-gantung (Y) berdasarkan variabel bebas (X) lebih dari satu Suswanto (2014).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y1 = Tingkat Kepuasan konsumen
- A = konstanta b₁, b₂, b₃ → koefisien regresi
- X1 = Harga
- X2 = Pendapatan Konsumen
- X3 = Kualitas Layanan
- E = error

Tabel 9.
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficientsa

Model	Unstandardized coefficients	
	B	Std. Error
1	(constant)	1.146
	X1	.156
	X2	.389
	X3	.099
		.042

A. Dependent variable: y

Sesuai dengan tabel hasil olahan data penelitian diperoleh nilai a sebesar 1.146 dan nilai bX₁ sebesar 0.389, X₂ sebesar 0.099 dan X₃ sebesar 0.350. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai positif sehingga dapat disimpulkan arah pengaruh dari ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat dalam

penelitian ini adalah positif. Selanjutnya dapat dilihat persamaan hasil regresi berganda dalam penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y=1.146+0.389X1+0.099X2+0.350X3+e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas dapat diartikan:

Nilai konstanta sebesar 1.146 adalah besarnya nilai beta yang dapat dicapai tanpa memperhatikan tinggi rendahnya variabel bebasnya. Atau dengan kata lain bahwa jika semua variabel bebas dalam penelitian ini dianggap konstan yaitu nilainya nol atau tetap maka dapat meningkatkan nilai konstanta variabel dependen sebesar 1.146;

Untuk variabel X1, koefisien regresi harga X1 sebesar 0.389 menyatakan bahwa jika setiap peningkatan variabel X1 sebesar 1% maka akan diikuti dengan peningkatan variabel Y sebesar 0.389 dengan syarat variabel bebas lainnya konstan;

Untuk variabel X2, koefisien regresi pendapatan X2 sebesar 0.099 menyatakan bahwa jika setiap peningkatan variabel X2 sebesar 1% maka akan diikuti dengan peningkatan variabel Y sebesar 0.099 dengan syarat variabel bebas lainnya konstan; dan

Untuk variabel X3, koefisien regresi harga X3 sebesar 0.350 menyatakan bahwa jika setiap peningkatan variabel X3 sebesar 1% maka akan diikuti dengan peningkatan variabel Y sebesar 0.350 dengan syarat variabel bebas lainnya konstan.

Uji T/uji parsial dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2009: 84). Uji T di gunakan untuk menguji secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan taraf nyata 5%. Selain itu berdasarkan nilai T, maka dapat diketahui variabel mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat Ghozali (2011: 49).

Tabel 10.
 Hasil Uji T Test X1,X2,X3 terhadap Y
 Coefficientsa

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(constant)	1.146	.156		7.342	.000	
1	X1	.389	.048	.448	8.120	.000
	X2	.099	.032	.132	3.145	.002
	X3	.350	.042	.414	8.389	.000

A. Dependent variable: y

Dari tabel hasil olahan data penelitian ini diperoleh nilai signifikan dari variabel xbebas terhadap variabel terikat Y dalam penelitian ini. Dan nilai T tabel yang diperoleh berdasarkan jumlah data $194-1=193$ ($db=n-1$) dengan taraf signifikansi 0.05. Maka nilai T tabel yang diperoleh sebesar 1.97, berikut adalah hasil uji pengaruh parsial:

Variabel X1 harga memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 8.120 lebih besar dari T tabel 1.97 atau $8.120 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X1 harga memiliki pengaruh terhadap variabel Y kepuasan konsumen, H1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa dalam penelitian ini variabel X1 harga berpengaruh positif terhadap fluktuasi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa peningkatan harga yang ditawarkan/ditetapkan dalam aplikasi tergantung dengan jumlah barang ataupun jarak yang akan ditempuh. Tidak hanya itu, adapun beberapa pilihan yang disediakan oleh pihak driver online yang ditawarkan untuk para konsumennya, yaitu: penambahan alat Protokol kesehatan, penyediaan kemasan atau alat makan, Penggantian titik pengantaran dan potongan harga/vocer gratis ongkir. Khusus untuk potongan harga/vocer ongkir gratis yang banyak digunakan oleh pelanggan grabfood ataupun gojekfood, konsumen harus memenuhi beberapa persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak driver online sebelum menggunakan pilihan tersebut. Dimana konsumen yang tergiur akan penawaran tersebut, kebanyakan akan menambah barang yang dibelinya dengan tujuan memenuhi persyaratan yang ditentukan untuk mendapatkan voucher potongan harga / voucher gratis ongkir. Sehingga pilihan kebijakan tersebut dapat

meningkatkan kepuasan konsumen yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, tetapi secara tidak langsung pilihan tersebut menyebabkan harga yang ditawarkan pun semakin meningkat. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Nafisa Cheirul Mariati (2016), Artiningtyas et,al (2015), Andi Yulianto, dkk (2017) dan Chairul Arif (2017) yang menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Variabel X2 pendapatan konsumen memiliki nilai signifikan sebesar 0.002 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.002 < 0.05$ dan nilai t hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 3.145 lebih besar dari t tabel 1.97 atau $3.145 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X2 pendapatan konsumen memiliki pengaruh terhadap variabel Y kepuasan konsumen, H2 diterima. Hal ini membuktikan jika pendapatan yang diperoleh sangat menentukan fluktuasi tingkat kualitas pelayanan. Yang mana hal ini dapat dilihat para responden pengguna aplikasi driver online akan memanfaatkan jasa tersebut sesuai dengan pendapatan yang mereka terima perbulan. Semakin tinggi pendapatan yang mereka terima perbulan maka tingkat pengguna jasa layanan driver online semakin tinggi pula (pengaruh positif). Responden yang memiliki pendapatan yang kurang dari 2 jt , 2-3 jt perbulan akan memiliki berbagai pertimbangan dalam memanfaatkan jasa layanan driver online. Hal ini dikarenakan mereka akan mempertimbangkan berbagai kebutuhan yaang mereka butuhkan dalam sebulan sebelum memanfaatkan jasa layanaan driver online. Beda dengan para responden yang memiliki pendapan 4-5 juta dan lebih dari 5 juta keatas, pendapatan responden yang termasuk cukup bahkan lebih dalam memenuhi kebutuhan perbulan mereka. Para responden ini memiliki kemampuan memanfaatkan jasa layanan driver online yang lebih besar. Hal ini dikarenakan para responden ini memiliki kelebihan uang perbulan setelah dikurangi dengan berbagai kebutuhan yang harus mereka penuhi setiap bulannya. Sehingga mereka lebih leluasa memilih pilihan dalam memanfaatkan kelebihan pendapat tersebut. Salah satu contoh yaitu memanfaatkan jasa pelayan driver online yang bertujuan memudahkan dan meringankan segala kegiatan yang mereka inginkan.

Variabel X3 kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 8.389 lebih besar dari t tabel 1.97 atau $8.389 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X3 kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel Y kepuasan konsumen, H3 diterima. Hal ini membuktikan bahwa pelayan yang diberikan oleh driver online akan menentukan tingkat fluktuasi kepuasan konsumen. Dimana semakin baik pelayanan yang diberikan para driver online baik dalam berwujud – kelengkapan pegguna atribut, dan kemudahan pemesanan. Keandalan–kondisi fisik, ketanggapan- kecepatan responden, kepastian- konfirmasi driver, empati- informasi dan usaha driver makin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan tersebut. Segalah usaha ataupun berbagai kebijakan dibuat untuk meningkatkan kualitas pelayanan, yang akan menciptakan penilaian yang baik pulah terhadap pihak konsumen dan menyebabkan para konsumen akan merasa puas serta mempercayai pihak driver online tersebut dalam menjalankan tugas/ memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen juga dapat meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi layanan driver online tersebut. Hasil penelitian inni didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Nafisa Cheirul Mariati (2016), Artiningtyas et,al (2015), Andi Yulianto, dkk (2017) dan Chairul Arif (2017) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 11.
 Hasil Uji T Test X1 dan X2 terhadap X3
 Coefficientsa

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(constant)	1.115	.258		4.314	.000
1	X1	.750	.063	.730	11.938	.000
	X2	.070	.054	.078	1.283	.201

A. Dependent variable: X3

Selanjutnya tabel diatas menjelaskan uji parsial variabel X1 dan X2 terhadap variabel X3, sebagai berikut:

Variabel X1 memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.00 < 0.05$ dan nilai T hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 11.938 lebih besar dari T tabel 1.97 atau $11.938 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X1 memiliki pengaruh terhadap variabel X3 kualitas layanan. H4 Diterima. Hal ini membuktikan bahwa harga menentukan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Dimana harga dalam penggunaan aplikasi driver online akan ditentukan oleh pihak driver onlinenya sendiri dan ditampilkan pada aplikasi setiap para konsumen menggunakan atau memanfaatkan jasa driver online sesuai dengan jenis pelayanan yang diinginkan konsumen. Setelah harga telah tercantum pada layar hp konsumen, konsumen akan mempertimbangkan harga yang ditentukan tersebut apakah harga tersebut layak atas jasa yang mereka inginkan. Ketika konsumen tidak setuju dengan harga yang ditetapkan, maka konsumen dapat menolak harga tersebut. Dan kebanyakan konsumen akan menggunakan aplikasi sejenis untuk membandingkan harga atau mencari harga yang lebih rendah diantara beberapa aplikasi driver online yang serupa. Ketika konsumen menerima tawaran harga tersebut setelah menimbang berbagai keputusan, maka para pihak driver online akan memproses pesanan tersebut segera mungkin. Sehingga harga yang ditentukan atau ditawarkan oleh pihak driver online atas jasanya akan mempengaruhi keputusan para konsumen dalam menerima atau menolak layanan yang akan diberikan oleh pihak driver onnline tersebut. Jika, harga yang di tawarkan terlalu tinggi, tidak banyak para konsumen akan menolak atau membatalkan pesanannya atau bahkan kebanyakan para konsumen akan mencari berbagai promosi dengan syarat tertentu dan menggunakan E-walet agar dapat memberikan mereka potongan harga, sehingga harga yang ditawarkan sebelumnya mengalami pemotongan harga, yang kebanyakan paara konsumen berasumsi/berpendapat harga setelah potongan tersebut lebih layak atas jasa yang akan mereka peroleh. Potongan harga tersebut merupakan salah satu fasilitas/upayah yang diberikan oleh pihak driver online untuk meningkatkan kualitas layanan kepada konsumennya yang memenuhi syarat tertentu, hal ini berkaitan atas pertimbangan harga yang ditawarkan kepada konsumen sebelumnya.

Variabel X2 memiliki nilai signifikan sebesar 0.201 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 atau $0.201 > 0.05$ dan nilai t hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 1.283 lebih kecil dari T tabel 1.97 atau $1.283 < 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X2 memiliki pengaruh terhadap variabel X3 kualitas layanan, H5 tidak diterima. Hal ini membuktikan dalam penelitian ini para responden yang memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda tidak mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan. Pihak driver online akan berupaya memberikan kualitas layanan yaang maksimal di setiap konsumennya tanpa memandang kaya- miskin, besar-kecilnya pendapatan yang mereka peroleh setiap bulannya. Pihak driver online melakukan/ memberikan jasa mereka tanpa membanding-bandingkan konsumen satu dengan yang lainnnya. Hal ini merupakan prosedur atau aturan yang mereka harus lakukan dalam melayani para konsumennya. Sehingga menjaga kualitas layanan yang mereka berikan kesetiap konsumennya. Jadi, seberapa kecil atau besar pendapatan konsumen setiap bulannya tidak mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan oleh pihak driver online. Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2009 : 84). Uji statis-tik F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independennya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen dengan menggunakan taraf nyata (α) = 0.05 Ghozali (2012).

Tabel 12.
Hasil Uji F Test X1,X2,X3 terhadap Y
Anovab

Model	Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
1 Regression	138.094	3	46.031	293.642	.000a
Residual	29.784	190	.157		
Total	167.878	193			

A. Predictors: (constant), X3, X2,X1

B. Dependent variable: Y

Tabel diatas menunjukkan hasil olahan data penelitian yang menampilkan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0.000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0.05 atau $0.00 < 0.05$. Dan nilai F hitung yang diperoleh sebesar 293.642 lebih besar dari nilai F tabelnya ($df=4$; $df=194-4-1=189$) sebesar 2.42 atau $293.642 > 2.42$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini mempunyai pengaruh simultan terhadap variabel Y nya. H6 diterima.

Tabel 13.
 Hasil Uji F Test X1 dan X2 terhadap X3
 Anovab

Model		Sum of square	Df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	145.027	2	72.514	153.722	.000a
	Residual	90.098	191	.472		
	Total	235.126	193			

A. Predictors: (constant), X2,X1

B. Dependent variable: X3

Tabel diatas menunjukkan hasil olahan data penelitian yang menampilkan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0.000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0.05 atau $0.00 < 0.05$. Dan nilai F hitung yang diperoleh sebesar 153.722 lebih besar dari nilai F tabelnya ($df=4$; $df=194-4-1=189$) sebesar 2.42 atau $153.722 > 2.42$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 dalam penelitian ini mempunyai pengaruh simultan terhadap variabel X3 nya. H7 diterima.

Hal ini membuktikan bahwa ketiga variabel bebasnya harga, pendapatan, kualitas layanan dapat memengaruhi fluktuasi kepuasan konsumen. Dimana harga yang ditetapkan/ditawarkan oleh pihak driver online tersebut akan di pertimbangkan oleh konsumen apakah dengan harga tersebut layak atau sesuai dengan layanan yang akan mereka terima nantinya, tidak hanya itu mereka juga akan mempertimbangkan keadaan keuangan mereka, atas kesanggupan para konsumen mengeluarkan uang mereka untuk menikmati jasa layanan driver online tersebut. Sehingga konsumen dengan tingkat pendapatan yang tinggi membuat tingkat satandar kesanggupan mereka akan harga juga menjadi lebih tinggi, dibandingkan dengan konsumen dengan pendapatan yang rendah akan memiliki tingkat /standar kesanggupan harga yang lebih rendah. Pihak driver online membuat kebijakan akan pemotongan harga standar yang ditetapkan diaplikasi dengan berbagai syarat yang harus dipenuhi. Sehingga konsumen dengan pendapatan yang rendah juga mampu menjangkau harga tersebut dan menikmati jasa yang ditawarkan oleh pihak driver online tersebut. Tidak hanya itu pihak driver online juga berupaya memberikan pelayanan yang terbaik untuk semua para konsumennya, tidak hanya dari segi kemudahan pemesanan, tetapi juga pelayanan dalam menjalankan tugas/memberi layanan terhadap konsumennya sesuai apa yang diinginkan. Sehingga dengan upayah-upayah yang dilakukan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen atas jasa layanan driver online tersebut. Dan membuat para konsumen juga akan meningkatkan kepercayaan nya terhadap para driver online dan akan meningkatkan intensitas pemesanan jasa driver online mereka.

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menfsirkan hubungan kausalitas antar variabel (model casual) yang telah ditetapkan sebelumnya. Dimana dalam penelitian ini pengaruh tidak langsung dari variabel X1 harga terhadap variabel Y Kepuasan Pelanggan melalui varibel X3 yaitu Kualitas layanan. Serta untuk mengetahui hubungan tidak langsung variabel X2 Pendapatan konsumen terhadap variabel Y kepuasan layanan melalui variabel X3 Kualitas Layanan.

Tabel 14.
 Hasil Uji Path Analysis (Model 1)

Model	R	R square
1	.907a	.823

B. Dependent variable: Y

Model	R	R square
1	.785a	.617

B. Dependent variable: X3

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai R square pengaruh X1,X2 dan X3 terhadap Y sebesar 0.823 dan nilai R squer pengaruh X1 dan X2 terhadap X3 sebesar 0.617, maka besar nilai e1 dan e2 diperoleh sebagai berikut: $e1 = \sqrt{(1-0.823)} = 0.421$ dan besarnya nilai $e2 = \sqrt{(1-0.617)} = 0.619$.

Tabel 15.
 Hasil Uji Path Analysis (Model 2)
 Coefficientsa

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients
	B	Std. Error	Beta
(constant)	1.146	.156	
1	X1	.389	.448
	X2	.099	.132
	X3	.350	.414

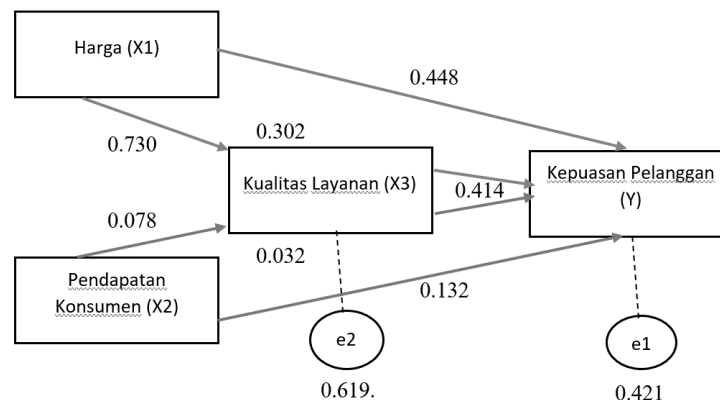
A. Dependent variable: Y

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients
	B	Std. Error	Beta
(constant)	1.115	.258	
1	X1	.750	.730
	X2	.070	.078

A. Dependent variable: X3

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa X1 berpengaruh langsung dan tidak langsung ke Y. Besar pengaruh langsung X1 adalah 0.448 sedangkan pengaruh tidak langsung $(0.730) \times (0.414) = 0.302$ atau total pengaruh (X1) terhadap (Y) adalah sebesar $0.448 + 0.302 = 0.750$. Diketahui variabel X1 memiliki nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya atau $0.448 > 0.302$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 tidak memiliki pengaruh tidak langsung.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa X2 berpengaruh langsung dan tidak langsung ke Y. Besar pengaruh langsung X2 adalah 0.132 sedangkan pengaruh tidak langsung $(0.078) \times (0.414) = 0.032$ atau total pengaruh (X2) terhadap (Y) adalah sebesar $0.132 + 0.032 = 0.164$. Diketahui variabel X2 memiliki nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya atau $0.132 > 0.032$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak memiliki pengaruh tidak langsung.



Gambar 5.
 Hasil Analisis Jalur

Dengan demikian dapat dilihat dari hitungan diatas bahwa kedua variabel X1 dan X2 tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap variabel Y.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa X1 berpengaruh langsung dan tidak langsung ke Y. Diketahui variabel X1 memiliki nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak

langsungnya atau $0.448 > 0.302$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 tidak memiliki pengaruh tidak langsung. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa X2 berpengaruh langsung dan tidak langsung ke Y. Diketahui variabel X2 memiliki nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya atau $0.132 > 0.032$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak memiliki pengaruh tidak langsung. Sesuai dengan hasil penelitian diatas baik variabel X1 dan variabel X2 tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap variabel Y. hal ini membuktikan bahwa variabel yang menjadi variabel intervening kurang mampu dalam berperan sebagai mediator dalam meningkatkan pengaruh kedua variabel tersebut. Sehingga pengaruh kedua variabel bebas tersebut yaitu harga dan pendapatan terhadap kepuasan konsumen tidak / kurang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak driver online. Jadi, menurut penilaian responden dalam penelitian ini tingkat kepuasan konsumen akan meningkat jika dapat menggunakan jasa driver online hanya dengan harga yang sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing.

SIMPULAN

Variabel X1 memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.00 < 0.05$ dan nilai T hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 8.120 lebih besar dari T tabel 1.97 atau $8.120 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X1 memiliki pengaruh terhadap variabel Y, diterima.

Variabel X2 memiliki nilai signifikan sebesar 0.002 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.002 < 0.05$ dan nilai t hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 3.145 lebih besar dari T tabel 1.97 atau $3.145 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X2 memiliki pengaruh terhadap variabel Y, diterima.

Variabel X3 memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.00 < 0.05$ dan nilai T hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 8.389 lebih besar dari T tabel 1.97 atau $8.389 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X3 memiliki pengaruh terhadap variabel Y, diterima.

Variabel X1 memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.00 < 0.05$ dan nilai T hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 11.938 lebih besar dari T tabel 1.97 atau $11.938 > 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X1 memiliki pengaruh terhadap variabel X3, diterima.

Variabel X2 memiliki nilai signifikan sebesar 0.201 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 atau $0.201 > 0.05$ dan nilai T hitung yang diperoleh pada hasil olahan ini sebesar 1.283 lebih kecil dari T tabel 1.97 atau $1.283 < 1.97$. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel X2 memiliki pengaruh terhadap variabel X3, tidak diterima.

hasil olahan data penelitian yang menampilkan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0.000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0.05 atau $0.00 < 0.05$. Dan nilai F hitung yang diperoleh sebesar 293.642 lebih besar dari nilai F tabelnya ($df=4; df=194-4-1=189$) sebesar 2.42 atau $293.642 > 2.42$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini mempunyai pengaruh simultan terhadap variabel Y nya.

menunjukkan hasil olahan data penelitian yang menampilkan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0.000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0.05 atau $0.00 < 0.05$. Dan nilai F hitung yang diperoleh sebesar 153.722 lebih besar dari nilai F tabelnya ($df=4; df=194-4-1=189$) sebesar 2.42 atau $153.722 > 2.42$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 dalam penelitian ini mempunyai pengaruh simultan terhadap variabel X3 nya.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa X1 berpengaruh langsung dan tidak langsung ke Y. Besar pengaruh langsung X1 adalah 0.448 sedangkan pengaruh tidak langsung $(0.730) \times (0.414) = 0.302$ atau total pengaruh (X1) terhadap (Y) adalah sebesar $0.448 + 0.302 = 0.750$. Diketahui variabel X1 memiliki nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya atau $0.448 > 0.302$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 tidak memiliki pengaruh tidak langsung.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa X2 berpengaruh langsung dan tidak langsung ke Y. Besar pengaruh langsung X2 adalah 0.132 sedangkan pengaruh tidak langsung $(0.078) \times (0.414) = 0.032$ atau total pengaruh (X2) terhadap (Y) adalah sebesar $0.132 + 0.032 = 0.164$. Diketahui variabel X2 memiliki nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya atau $0.132 > 0.032$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak memiliki pengaruh tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, C. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Ojek Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan
Repositori.Usu.Ac.Id. [Http://Repositori.Usu.Ac.Id/Handle/123456789/1193](http://Repositori.Usu.Ac.Id/Handle/123456789/1193)
- Artiningtyas, I., Minarsih, M. M., & Hasiholan, L. B. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Vulkanisir Ban Top Cool *Journal Of Management*.
- Bramastuti, Novia. 2009. Pengaruh Prestasi Sekolah Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa Smk Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar
- Cahaya, Eva. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone SonYExperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi. Surabaya; Universitas Negeri Surabaya.
- Choirul Marati, N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 4(3).
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS . Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, I. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Grab Bike Di Kota Malang. *Etheses.Uin-Malang.Ac.Id*. [Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/12590/](http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/12590/)
- Kotler, G. A. P. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15e Édition. New Jersy: Pearson Education.
- Mardikawati, Woro Dan Farida, Naili 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Semarang; Undip
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Teori Ekonomi Makro*. Jakarta: Lpfeui.
- Reksohadiprojo, Sukanto.2000.*Ekonomi Pengantar*).Yogyakarta:Bpfe-Yogyakarta
- Rifaldi, Kadunci, & Sulistyowati. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1).
- Sugiono, 2016. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta