

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek/subjek Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dimana objek penelitian adalah toko online Lazada yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang layanan jual beli online dan ritel e-commerce, hasil pengembangan dari perusahaan incubator teknologi internet asal Jerman yaitu Rocket Internet. Lazada sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ritel e-commerce di Indonesia berharap dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membeli berbagai jenis produk. Karena peneliti banyak menemukan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membeli produk lewat aplikasi Lazada. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membeli produk lewat aplikasi Lazada. Pemilihan sampel dilakukan sesuai dengan ketentuan tertentu, karena peneliti menggunakan teknik Purposive Sampling. Sehingga peneliti memberikan kriteria tertentu kepada seluruh masyarakat Yogyakarta yang akan dijadikan sampel penelitian. Peneliti menyebarkan kuisisioner ke 150 sampel. Jumlah ini sesuai dengan ketentuan Roscoe (dalam Sekaran, 2013), bahwa dalam penelitian

multivariate (termasuk analisis regresi linier berganda), sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel/indikator dalam penelitian.

2. Profil Responden atau Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membeli produk lewat aplikasi Lazada Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer, dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen yang membeli produk lewat aplikasi Lazada. Jumlah kuesioner yang diberikan kepada responden untuk diisi sebanyak 150 kuesioner. Adapun rekapitan penyebaran kuesioner dapat dilihat dari tabel 4.1

Tabel 4. 1 Rincian Kuesioner

No	Dasar Klarifikasi	Jumlah
1.	Kuesioner yang disebar	150
2.	Kuesioner yang kembali	150
3.	Kuesioner yang dapat diolah	150

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk lewat aplikasi Lazada sebanyak 150 kuesioner. Kuesioner yang kembali sebanyak 150 kuesioner, dan

tidak ada yang tidak sesuai kriteria, kemudian kuesioner yang dapat diolah sebanyak 150 kuesioner.

1. Karakter Responden

Berdasarkan pada hasil kuesioner yang telah disebarkan berjumlah 100, hasil penelitian karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Data Karakteristik Responden

Karakteristik Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	75	50.0
Perempuan	75	50.0
Total	150	100.0

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan Tabel 4.2, terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan, yaitu untuk responden laki-laki sebesar 75 orang atau 50% dan untuk responden perempuan sebesar 75 orang atau 50%.

B. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria valid dan reliabel. dalam penelitian ini terdiri dari 15 daftar pernyataan yang mewakili setiap variabel dengan jumlah responden 150 orang untuk diuji kualitas instrumennya dengan IBM SPSS.

1. Uji Validitas

Untuk hasil uji validitas dari variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel-tabel berikut :

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
	4	0.000	Valid
Persepsi Harga	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
	4	0.000	Valid
<i>Kualitas Layanan</i>	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
	4	0.000	Valid
<i>Kepuasan Pelanggan</i>	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid

Data Primer, diolah SPSS 2017

Untuk uji validitas data formal yang menggunakan IBM SPSS dari 15 daftar pertanyaan yang mewakili setiap variabel yang diujikan. Hasil uji validitas pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 15 indikator pertanyaan yang mewakili 4 variabel dinyatakan valid dengan nilai $p < 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Untuk hasil uji Reliabelitas dari variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel-tabel berikut :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai	Keterangan
Kualitas Produk	0,857	Reliabel
Persepsi Harga	0,777	Reliabel
Kualitas Layanan	0,852	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,760	Reliabel

Data Primer, diolah SPSS 2017

Hasil pengujian reliabelitas pada Tabel 4.4, menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kualitas produk sebesar 0,857, variabel persepsi harga sebesar 0,777, variabel Kualitas Layanan sebesar 0,852, dan Kepuasan Pelanggan 0,760 yang nilai masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian tersebut reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

C. Analisis Data dan Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Alni dkk (2014) bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, dependent variable, independent Variable atau keduanya mempunyai

distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Unstandardized Residual
	0,795

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan tabel 4.5, dapat kita lihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 yang bearti bahwa data normal atau residual menyebar normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independent. Hasil dari uji multikolonieritas akan ditunjukkan oleh tabel 4.6 berikut :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Toleran	VIF
Kualitas produk	0.755	1.325
Persepsi harga	0.697	1.436
Kualitas layanan	0.901	1.110

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa penelitian ini terbebas dari multikorelasi yang ditunjukkan dari nilai *tolerance* berada diatas nilai 0,1 dan nilai VIF dibawah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini akan ditunjukkan oleh tabel 4.7 berikut :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig
Kualitas Produk	0.152
Persepsi Harga	0.871
Kualitas Layanan	0.207

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan tabel 4.7, dapat kita lihat bahwa dengan hasil nilai signifikansi diatas 0,05 menunjukkan bahwa tidak terjadi hubungan yang signifikan antara seluruh variabel independent sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi non-heteroskedastisitas terpenuhi.

C. Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda akan digunakan untuk menguji pengaruh pada hipotesis 1 sampai 3 yaitu antara kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko online lazada. Berikut hasil dari uji regresi menggunakan SPSS 22 :

Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Standardized Coefficients	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)		2.194	0,030	
Kualitas Produk	0.387	5.269	0.000	Signifikan
Persepsi Harga	0.234	3.052	0.003	Signifikan
Kualitas Layanan	0.223	3.319	0.001	Signifikan

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,387X_1 + 0,234X_2 + 0,223X_3$$

a. Koefisien regresi kualitas produk (b1) sebesar 0,387 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis 1 diterima.

b. Koefisien regresi persepsi harga (b_2) sebesar 0,234 menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis 2 diterima.

c. Koefisien regresi kualitas layanan (b_3) sebesar 0,223 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis 3 diterima.

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Hasil analisis uji F akan ditunjukkan oleh tabel dibawah ini:

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regression	33.015	0,000

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas diperoleh F hitung sebesar 33.015 dengan nilai signifikan 0,000 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Tabel 4. 10 Uji t

Variabel	Standardized Coefficients	t hitung	Sig t
Kualitas Produk (X1)	0.387	5.269	0.000
Persepsi Harga (X2)	0.234	3.052	0.003
Kualitas Layanan (X3)	0.223	3.319	0.001

Data Primer, diolah SPSS 2017

Uji ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent (kualitas produk, persepsi harga, kualitas layanan) secara individual dalam menerangkan variabel dependent (kepuasan pelanggan). Melalui perhitungan t-statistik yang dilakukan akan diperoleh nilai t hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai tabel dengan taraf 5% (*level of significant*) dimana hasil pengujian sebagai berikut (lihat tabel 4.10) :

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000 ($P < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikan persepsi harga sebesar 0,003 ($P < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikan kualitas layanan sebesar 0,001 ($P < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui adanya kecocokan suatu model, mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependent. Hasil dari uji determinasi (R^2) dapat dilihat dari tabel 4.10 dibawah ini :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,636	0,404	0,392	1.241

Data Primer, diolah SPSS 2017

Berdasarkan tabel hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) diatas, dapat dilihat nilai dari Adjusted R Square adalah 0,392 yang berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan, dapat menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan toko online lazada sebesar 39,2 %. Sedangkan sisanya sebesar 60,8 % dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti.

D. Pembahasan

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan toko online lazada.

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,269 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.387. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan

secara parsial, variabel “kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang bagus yaitu meliputi desain produk, kecanggihan, ketahanan produk sesuai dengan harapan pelanggan seperti yang diberikan toko online lazada. Hasil penelitian ini didukung oleh Novi Wahyu Worodiyanti (2016) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko online lazada.

2. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki nilai signifikan sebesar $0.003 < 0,05$ dan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,052 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.234. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel “persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Dari hasil penelitian responden mengutamakan persepsi harga sebagai alasan untuk melakukan pembelian. Jadi konsumen selalu memperhatikan harga saat akan melakukan pembelian pada produk di toko online lazada. Hasil penelitian ini didukung oleh Luli Prandita dan Sri Styo Iriani (2013) bahwa persepsi

harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko online lazada”.

3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikan sebesar $0.001 < 0,05$ dan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,319 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.223. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel “kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang bagus yaitu meliputi layanan yang baik, memberikan jaminan, melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan seperti yang diberikan toko online lazada. Hasil penelitian ini didukung oleh Moch. Ghozali (2014) bahwa “kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko online lazada”.