

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

##### 1. Objek Penelitian

Pada penelitian ini objek yang diambil adalah jasa Gojek. PT Gojek Indonesia pertama kali didirikan oleh Nadiem Makarim sejak tahun 2010 menyediakan jasa transportasi ojek online yang berbasis aplikasi dengan merk Gojek yang dilengkapi dengan banyak fasilitas sebagai penunjang. Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek Online di Indonesia yang memberikan layanan order melalui aplikasi yang dapat digunakan dengan mudah, terdapat layanan pengaduan pada akhir layanan berupa memberikan review dan rating untuk driver tentang layanan yang telah didapatkan oleh konsumen dan perusahaan akan terus memperbaiki standar layanannya.

Gojek menawarkan banyak fitur layanan yang bisa dimanfaatkan oleh para pelanggannya, seperti : *Go Box* (Pengantaran Barang), *Go Ride* (Jasa Angkutan), *Go Shop* (Belanja) dan *Go Food* (Jasa Kurir Makanan/Minuman) yang menekankan keunggulan dalam Kecepatan, Inovasi dan Interaksi Sosial dan masih banyak fitur jasa yang bisa di nikmati. Semua pilihan jasa tersebut dapat di proses dari tempat konsumen dengan sangat praktis dan efisien langsung dengan

menggunakan aplikasi yang sebelumnya di *install* oleh para usernya di smarthphone. Dibanding mode transportasi konvensional, Go-Jek relatif lebih akurat karena menggunakan fitur Google Maps yang di dukung oleh GPS.

## 2. Subjek Penelitian

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa subyek penelitian ini adalah konsumen jasa Gojek yang berusia minimal 17 tahun keatas, karena responden yang usianya 17 tahun keatas sudah dinyatakan mampu memberikan tanggapan-tanggapan sesuai apa yang dibutuhkan peneliti. Seseorang yang telah menggunakan minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir di Yogyakarta. Kuesioner yang di gunakan dalam penelitian ini berjumlah 125 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* maupun *offline* kepada responden, Kuesioner *online* dilakukan dengan memanfaatkan *Google Form* dan menyebarnya melalui sosial media yang ada seperti *LINE*, *WhatsApp*, dan *Facebook*. Sedangkan Kuesioner *offline* dilakukan dengan cara memberikan kuesioner fisik secara langsung kepada responden. Penyebaran dilakukan selama 7 hari berturut-turut di wilayah tersebut dari tanggal 20 Mei sampai dengan 26 Mei 2018.

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada responden sejumlah 132 kuesioner, terdapat kuesioner yang tidak valid atau tidak

sesuai dengan kriteria responden yang ditentukan sebanyak 6 kuesioner. Sehingga dari 132 kuesioner yang disebar terdapat 126 kuesioner yang dapat diolah.

a) Karakteristik Data Responden

Responden diklasifikasikan berdasarkan karakteristik umur, jenis kelamin, domisili, pendidikan terakhir. Deskripsi karakteristik responden akan ditampilkan dalam tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4. 1  
Karakteristik Data Responden

<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Total Responden</b>	<b>Persentase</b>
Jenis Kelamin	Laki-Laki	64	50.79%
	Perempuan	62	49.21%
	<b>Jumlah</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>
Usia	17-20	21	16.69%
	21-23	80	63.50%
	24-26	15	11.90%
	>26	10	7.91%
	<b>Jumlah</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>
Pekerjaan	PNS	5	3.96%
	Mahasiswa/Pelajar	101	80.15%
	Guru	7	5.55%
	Wiraswasta	8	6.35%
	Ibu Rumah Tangga	3	2.38%
	Pegawai BUMN	2	1.57%
	<b>Jumlah</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>
Pendidikan Terakhir	SD	1	0.79%
	SMP	1	0.79%
	SMA/SMK	103	81.75%
	D3	4	3.17%
	S1	17	13.5%
	<b>Jumlah</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>
Tempat Tinggal di DIY	Kota Yogyakarta	31	24.6%
	Bantul	43	34.13%
	Gunung Kidul	6	4.77%

<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Total Responden</b>	<b>Persentase</b>
	Kulon Progo	10	7.93%
	Sleman	36	28.57%
	<b>Jumlah</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>
Intensitas Konsumen menggunakan Gojek dalam 3 bulan terakhir	$\geq 2$ (sama dengan atau lebih dari dua)	<b>126</b>	<b>100.0%</b>

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 2

Berdasarkan pada Tabel 4.1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Pada kategori ini responden laki-laki dan perempuan tidak terlalu banyak selisihnya. Laki-laki dengan persentase sebanyak 50.79% dengan jumlah 64 responden dan perempuan dengan persentase 49.21% dengan jumlah responden sebanyak 62 responden.

2) Usia

Pada kategori usia banyak didominasi oleh orang berusia antara 21-23 tahun. Usia 21-23 tahun memiliki persentase sebanyak 63.50% dengan total 80. Selanjutnya usia 17-20 tahun memiliki persentase 16.69% dengan total responden sebanyak 21. Setelah itu usia 24-26 memiliki persentase 11.90% dengan total 15 responden. Kategori usia >26 tahun memiliki persentase paling sedikit yaitu sebesar 7.91% dengan total responden sebanyak 10.

### 3) Pekerjaan

Mahasiswa/pelajar mendominasi pada kategori pekerjaan. Mahasiswa/pelajar memiliki persentase yang besar yaitu 80.15% dengan jumlah responden mencapai 101. Selanjutnya diikuti oleh wiraswasta yang memiliki persentase 6.35% dengan jumlah 8 responden. Setelah itu dilanjutkan oleh guru yang memiliki persentase 5.55% dengan jumlah 7 responden. Selanjutnya diikuti oleh PNS yang memiliki persentase 3.96% dengan jumlah 5 responden. Lalu ibu rumah tangga dan pegawai BUMN memiliki persentase 2.38% dan 1.57% dengan jumlah 3 dan 2 responden.

### 4) Pendidikan Terakhir

SMA/SMK sangat mendominasi pada kategori pendidikan terakhir. SMA/SMK memiliki persentase yang sangat besar yaitu 81.75% dengan jumlah 103 responden. S1 menempati urutan berikutnya memiliki persentase sebanyak 13.5% dengan jumlah 17 responden. Setelah itu D3 yang memiliki persentase sebanyak 3.17% dengan jumlah 4 responden. Selanjutnya SMP memiliki persentase 0,79% dengan total responden 1 dan SD yang memiliki persentase 0,79% dengan total 1 responden.

#### 5) Tempat Tinggal di DIY

Pada kategori tempat tinggal ini mencakup semua daerah di DIY yaitu Kota Yogyakarta, Bantul, Gunungkidul, Kulon Progo, dan Sleman. Bantul mendapat persentase terbanyak sebesar 34.13% dengan jumlah 43 responden. Selanjutnya Sleman yang memiliki persentase sebesar 28.57% dengan jumlah 36 responden. Selanjutnya Kota Yogyakarta yang memiliki persentase sebesar 24.6% dengan jumlah 31 responden. Selanjutnya Kulon Progo yang memiliki persentase 7.93% dengan jumlah 10 responden. . Gunungkidul mendapat persentase paling sedikit diantara keempat lainnya yang memiliki presentase 4.77% dengan jumlah 6 responden.

#### 6) Intensitas Konsumen menggunakan Gojek dalam 3 bulan terakhir

Pada kategori ini dapat diketahui karakteristik responden memakai jasa Gojek  $\geq 2$  (sama dengan atau lebih dari dua) dalam 3 bulan terakhir di Yogyakarta sebanyak 126 responden dengan persentase 100%.

### **B. Uji Kualitas Instrumen**

Langkah awal dalam menganalisis data penelitian adalah dengan melakukan uji kualitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian. Uji validitas dan uji reliabilitas diperlukan untuk menguji item pernyataan

atau kuesioner yang telah diajukan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sudah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Uji validitas, reliabilitas pada penelitian ini diuji dengan menggunakan program SPSS Versi 25.0.

#### 1) Uji Validitas

Hal yang dilakukan sebelum menunjukan semua indikator pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan uji sampel kecil sebanyak 38 responden, Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dengan total skor, apabila nilai signifikansi korelasi  $< \alpha$ , maka item kuesioner tersebut valid. ( $\alpha=0,05$  atau 5%) dan jika nilai signifikansi korelasi  $> \alpha$ , maka item kuesioner tersebut tidak valid. ( $\alpha=0,05$  atau 5%) (Ghozali, 2011). Berikut ini adalah hasil uji validitas sampel kecil

Tabel 4. 2  
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Sig (2-Tailed)	Keterangan
1	Kualitas Layanan	1	0,024	Valid
		2	0,044	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,001	Valid
		5	0,000	Valid
		6	0,000	Valid
		7	0,000	Valid
		8	0,000	Valid

No	Variabel	Item	Sig (2-Tailed)	Keterangan
		9	0,000	Valid
		10	0,000	Valid
		11	0,000	Valid
		12	0,000	Valid
		13	0,000	Valid
		14	0,000	Valid
		15	0,000	Valid
2	Kepuasan Pelanggan	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
3	Loyalitas Pelanggan	1	0,000	Valid
		2	0,001	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
		5	0,000	Valid
		6	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 3,4,5

Berdasarkan hasil uji validitas sampel kecil dengan menggunakan jumlah 38 responden, dapat diketahui bahwa pernyataan mengenai Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan yang diajukan untuk penelitian ini pada jasa Gojek di Yogyakarta adalah valid karena dilihat dari nilai sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

## 2) Uji Reliabilitas

Hal yang dilakukan setelah menunjukkan bahwa semua variabel pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan



uji sampel kecil sebanyak 38 responden. Pernyataan dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha  $> 0,6$  maka dinyatakan reliabel dan jika nilai Cronbach's alpha  $< 0,6$  maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4. 3

## Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan	0,752	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,831	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,783	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 6,7,8

Berdasarkan dari tabel hasil uji reliabilitas sampel kecil dengan jumlah 38 responden dapat diketahui bahwa cronbach alpha dari variabel Kualitas Layanan sebesar 0,752 ,Kepuasan Pelanggan 0,831 dan Loyalitas Pelanggan 0,783 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam uji reliabilitas sampel kecil pada pernyataan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6.

### C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

#### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mempelajari hubungan dua variabel antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian dan membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul dari kuesioner kemudian di

tabulasi lalu di analisis, Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25.

Tabel 4. 4

## Hasil uji regresi linier sederhana

Variabel	Standar Koefisien	t	sig
Kualitas Layanan	0,606	8,478	0,000
N : 126			
Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan			

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 9

Dari hasil persamaan tersebut, dapat diketahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji analisis tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi 0,606 menunjukkan arah positif. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang semakin baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

## 1) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji statistik t, dengan melihat nilai signifikansinya pada taraf 0,05. jika nilai signifikansinya  $> 0,05$  maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel

kualitas layanan diperoleh nilai  $t$  hitung = 8,478 dengan nilai signifikansi 0,000 terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

## 2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan apabila variabel independen yang diuji minimal berjumlah 2 (dua), Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan naik turunnya variabel dependen jika menggunakan 2 atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor yang di manipulasi. Pada penelitian ini regresi linear berganda digunakan untuk menguji variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berikut merupakan hasil regresi linier berganda yang disajikan pada tabel

Tabel 4. 5

Hasil uji regresi linier berganda

Variabel	Standar Koefisien	t	sig
Kualitas Layanan	0,332	3,894	0,000
Kepuasan Pelanggan	0,401	4,693	0,000
N : 126			
Variabel Dependen : Loyalitas Pelanggan			

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 10

Berdasarkan tabel 4.5 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.  
Kualitas layanan diperoleh nilai standar koefisien sebesar 0,332 menunjukkan arah positif, yang artinya kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
  2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.  
Kepuasan pelanggan diperoleh nilai standar koefisien sebesar 0,401 menunjukkan arah positif, yang artinya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ada pada tabel 4.5 dapat ditarik kesimpulan bahwa, hasil uji hipotesis menunjukkan variabel kualitas layanan diperoleh nilai t hitung = 3,894 dengan

nilai signifikansi 0,000 terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, dengan pertimbangan jika signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis di terima, namun jika signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis di tolak.

2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ada pada tabel 4.5 dapat ditarik kesimpulan bahwa, hasil uji hipotesis menunjukkan variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai  $t$  hitung = 4,693 dengan nilai signifikansi 0,000 terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, dengan pertimbangan jika signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis di terima, namun jika signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis di tolak.

b. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Tabel 4. 6

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,658 <sup>a</sup>	0,432	0,423	2,979

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 10

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil regresi diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan melihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,423 maka hal itu menunjukkan bahwa variabel independen dalam model penelitian ini yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sebesar 42,3% sedangkan sisanya sebesar 57,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

3. Analisis Jalur

menurut Ghozali (2011), analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Dalam analisis jalur untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi signifikan atau tidak, diuji dengan menggunakan sobel test sebagai berikut :

$$Sp^2p^3 = \sqrt{p^3^2 Sp^2^2 + p^2^2 Sp^3^2 + Sp^2^2 Sp^3^2}$$

Setelah mengetahui hasil dari  $Sp^2p^3$  kemudian menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus berikut :

$$t = \frac{p^2 p^3}{Sp^2 p^3}$$

Analisis jalur dan uji sobel test dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penjelasan hasil analisis jalur dengan menggunakan sobel test yaitu sebagai berikut :

- a. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Tabel 4. 7

Hasil Regresi Persamaan Pertama

Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std.Error
Kualitas Layanan	0,241	0,028

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 9

Tabel 4. 8

Hasil Regresi Persamaan Kedua

Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std.Error
Kualitas Layanan	0,209	0,054
Kepuasan Pelanggan	0,633	0,135

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 10

Dari tabel diatas dapat dihitung  $Sp^2p^3$  sebagai berikut :

$$Sp^2p^3 = \sqrt{0,633^2 0,028^2 + 0,241^2 0,135^2 + 0,028^2 0,135^2}$$

$$Sp^2p^3 = 0,0371$$

$$\text{Nilai } p^2p^3 = (0,241) \times (0,633) = 0,15255$$

$$\text{Nilai } t = \frac{p^2p^3}{Sp^2p^3} = \frac{0,15255}{0,0371} = 4,11186$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung = 4,11186 lebih besar dari t tabel dengan signifikansi

0,05 yaitu sebesar 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,15255 signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Yogyakarta, hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi 0,606 dan nilai signifikansi 0,000. Sehingga menyimpulkan bahwa H1 diterima. Hal ini berarti hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan Kuntari dkk (2016), Aryani & Rosinta (2010), Normasari dkk (2013), Suratno dkk (2016), Anzie & Arifin (2011), Mardikawati (2013), Saleem & Raja (2014) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Para pelanggan akan senang ketika kinerja layanan mendekati atau melebihi tingkat layanan yang diinginkan,



kemungkinan pelanggan melakukan pembelian ulang dan loyal pada penyedia layanan, kemudian menyebarkan *word of mouth* positif, tetapi ketika pengalaman layanan tidak sesuai harapan, pelanggan akan mengeluh tentang buruknya kualitas layanan dan beralih pada penyedia jasa lainnya menurut Lovelock et al dalam Kuntari dkk, (2016). Jadi apabila seorang konsumen merasa diberi layanan diatas ekpetasinya maka pelanggan akan merasa puas pada kinerja perusahaan. Jasa Gojek ingin memuaskan para pelanggannya dengan menawarkan kualitas layanan yang baik, karna kualitas layanan yang baik dapat diukur dari puas tidaknya seorang pelanggan terhadap suatu layanan itu sendiri.

## **2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa Gojek**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Gojek di Yogyakarta, hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi 0,332 dan nilai signifikansi 0,000. sehingga menyimpulkan bahwa H2 diterima. Hal ini berarti hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Suratno dkk (2013), Salem & Raja (2014), Kuntari dkk (2016), Aryani & Rosinta (2010), Mardikawati (2013), Cheng & Rashid (2013), Tolba dkk (2015) yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas

Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Delgado dan Munuera (2001) mengemukakan bahwa ketika pelanggan menerima kualitas layanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitasnya kepada penyedia jasa. Jasa Gojek berupaya meningkatkan kualitas layanannya sehingga membuat pelanggannya menjadi loyal.

### **3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Gojek**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Gojek di Yogyakarta, hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi 0,401 dan nilai signifikansi 0,000. sehingga menyimpulkan bahwa H3 diterima. Ini berarti hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prabowo (2008), Kuntari dkk (2016), Normasari dkk (2013), Suratno dkk (2016), Anzie dan Arifin (2011), Mardikawati (2013), Saleem & Raja (2014) menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Perusahaan perlu memantau dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia menurut Kartajaya dalam Putro (2013). Dengan tercapainya

kepuasan pelanggan pada jasa Gojek maka diharapkan akan tercapai loyalitas pelanggan untuk jangka panjang.

**4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada jasa Gojek**

Hasil analisis jalur dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Yogyakarta. Hal tersebut terbukti dengan nilai  $t$  hitung = 4,11186 lebih besar dari  $t$  tabel dengan signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96 , maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,15255 signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi. Sehingga menyimpulkan bahwa H4 diterima, dalam hal ini berarti kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dan hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mardikawati dan Farida (2013), Cheng dan Rashid (2013) menyatakan kualitas layanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi tingkat kepuasan konsumen. Jika jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan,

maka kualitas layanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan sehingga kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas sehingga akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk dan akan berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan konsumen yang secara tidak langsung hal ini menyebabkan menurunnya loyalitas pada perusahaan.