

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek Penelitian

a. Sejarah Gojek

Gojek adalah salah satu perusahaan industri yang bergerak dibidang transportasi *online*, memulai perjalanannya sejak 12 oktober 2010. Didirikan oleh Nadiem Makarim, Kevin Alui, Michaeangelo Maron yang berkantor pusat di Jakarta. Pelayanan pemesanan pertama Gojek hanya melalui *call-center*. Selang 4 tahun berjalan kemudian, dibantu dengan semakin meningkatnya Uber, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi. Puncaknya pada tanggal 7 Januari 2015, Gojek Indonesia mulai merilis sebuah aplikasi ber-*platform* Android dan iOS untuk menggantikan sistem pemesanannya.

Berawal dari layanan transportasi, kini aplikasi Gojek memiliki lebih dari 20 pelayanan yang menjadi solusi buat tantangan sehari-hari, Gojek telah menjadi salah satu *platform* teknologi terbesar yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara dengan mengembangkan tiga super-app: untuk *customer*, untuk mitra *driver*, dan untuk mitra *merchant*. Gojek telah berkembang menjadi *platform mobile on-demand* dan aplikasi terdepan dimasa kini, menyediakan berbagai layanan yang mencakup transportasi, logistik, pembayaran *mobile*, pengiriman makanan atau barang, dan banyak layanan *on-demand*

lainnya. Beberapa layanan yang ditawarkan oleh Gojek, yaitu : *Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Box, Go-Pulsa, Go-Bills, Go-Shop, Go-Mart, Go-Massage, Go-Glam, Go-Tix, Go-Auto, Go-Med, Go-Busway, Go-Points, Go-Nearby, Go-Laundry, Go-Clean, Go-Fix, Go-Daily, Go-Deals.*

Sudah ada lebih dari 125.000 *merchant* yang pada saat ini bekerja sama dengan Gojek, untuk mempermudah kehidupan masyarakat. Saat ini Gojek tidak hanya beroperasi di dalam negeri, Gojek juga beroperasi di 3 negara lainnya yaitu, Thailand (GET), Vietnam (Go-Viet), dan Singapura.



Gambar 4. 1 Logo dan Slogan Gojek

b. Visi & Misi Gojek

1) Visi

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan 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.

2) Misi

- a) Menjadikan PT. Gojek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.
- b) Menjadikan PT. Gojek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
- c) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
- d) Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.

2. Subyek Penelitian

Subyek atau responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi dibawah pimpinan Muhammadiyah di Yogyakarta, yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Ahmad Dahlan (UAD), dan Universitas Aisyiyah Yogyakarta (UNISA) yang pernah menggunakan pelayanan dari aplikasi Gojek sebanyak lebih dari dua kali dalam satu bulan terakhir. Kuisisioner disebarakan secara *online* dan menggunakan *Google Form*, dan kuisisioner yang terkumpul sebanyak 102. Kuisisioner disebarakan melalui media sosial seperti, Whatsapp, Line, Instagram. Kuisisioner dilakukan selama 10 hari mulai tanggal 27 juli 2019 – 06 agustus 2019.

Sebelum membahas hasil dari penelitian, berikut peneliti akan memaparkan hasil gambaran responden berdasarkan jenis kelamin, umur, instansi, dan seberapa sering telah menggunakan layanan dari aplikasi Gojek.

- a. Responden yang pernah menggunakan layanan aplikasi Gojek di UMY, UAD, dan UNISA berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	34	33,3%
Perempuan	68	66,7%
Total	102	100%

Pada tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa pengguna layanan dari aplikasi Gojek sebagian besarnya adalah perempuan sebanyak 68 dengan presentase 66,7% dan laki-laki sebanyak 34 dengan presentase 33,3%.

Tabel 4. 2
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	34	33.3	33.3	33.3
	Perempuan	68	66.7	66.7	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran 1

Dapat dilihat pada tabel karakteristik berdasarkan jenis kelamin bahwa perempuan lebih banyak menggunakan layanan jasa transportasi *online* Gojek dari pada laki-laki. Hal tersebut dikarenakan

sebagian besar perempuan tidak memiliki kendaraan pribadi dan tidak bisa mengemudikan kendaraan dan lebih memilih menggunakan aplikasi Gojek sebagai pilihan untuk menyelesaikan kegiatan setiap harinya. Berbeda dengan laki-laki, kebanyakan memiliki kendaraan dan bisa mengemudikannya.

b. Umur Responden Pengguna Layanan Aplikasi Gojek

Berdasarkan hasil dari penelitian bahwa umur dari setiap responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 3
Usia Responden Pengguna Aplikasi Gojek

Usia	Frekuensi	Presentase
17 tahun	1	1%
18 tahun	6	5,9%
19 tahun	8	7,8%
20 tahun	12	11,8%
21 tahun	28	26,5%
22 tahun	37	36,3%
23 tahun	10	10,8%
Total	102	100%

Pada tabel 4.3 diatas dapat usia dari pada responden yang menggunakan layanan aplikasi Gojek, 17 tahun sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, usia 18 tahun sebanyak 6 responden dengan presentase 5,9%, usia 19 tahun sebanyak 8 responden dengan presentase 7,8%, usia 20 tahun sebanyak 12 responden dengan presentase 11,8%, usia 21 sebanyak 28 responden dengan presentase 26,5%, usia 22 sebanyak 37 responden dengan presentase 36,3%, dan usia 23 sebanyak 10 responden dengan presentase 10,8%.

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 Tahun	1	1.0	1.0
	18 Tahun	6	5.9	6.9
	19 Tahun	8	7.8	14.7
	20 Tahun	12	11.8	26.5
	21 Tahun	27	26.5	52.9
	22 Tahun	37	36.3	89.2
	23 Tahun	11	10.8	100.0
	Total	102	100.0	100.0

Sumber: Lampiran 1

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa usia responden yang paling banyak adalah diusia 22 tahun dengan presentase 36,3%.

- c. Berdasarkan hasil penelitian, responden dari setiap perguruan tinggi dapat dibedakan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 5
Instansi Responden Pengguna Aplikasi Gojek

Instansi	Frekuensi	Presentase
UMY	55	53,9%
UAD	30	29,4%
UNISA	17	16,7%
Total	102	100%

Pada tabel 4.5 diatas dapat dilihat instansi dari masing-masing responden, mahasiswa UMY sebanyak 55 dengan presentase 53,9%, mahasiswa UAD sebanyak 30 dengan presentase 29,4%, dan mahasiswa UNISA sebanyak 17 dengan presentase 16,7%.

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Instansi

		Instansi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UMY	55	53.9	53.9	53.9
	UAD	30	29.4	29.4	83.3
	UNISA	17	16.7	16.7	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran 1

Pada table 4.6 dapat dilihat bahwa reponden terbanyak dari instansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebanyak 55 responden dengan presentase 53,9%. Hal tersebut dapat terjadi dikarekan peneliti juga berasal dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- d. Berdasarkan hasil dari penelitian, berikut ini tabel dari berapa kali penggunaan aplikasi Gojek dalam satu bulan terakhir.

Tabel 4. 7
Penggunaan Aplikasi Gojek Dalam 1 Bulan

Penggunaan Dalam Satu Bulan Terakhir	Frekuensi	Presentase
2 – 5	52	55,9%
6 – 10	30	33,3%
11 – 15	15	5,9%
16 – 20	4	3,9%
21 – 25	-	-
26 – 30	1	1%
Total	102	100%

Pada tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa penggunaan aplikasi Gojek dalam 1 bulan terakhir 2 – 5 kali sebanyak 57 dengan presentase 55,9%, 6 – 10 kali sebanyak 34 dengan presentase 33,3%, 11 – 15 kali sebanyak 6 dengan presentase 5,9%, 16 – 20 kali sebanyak 4 dengan

presentase 3,9%, sedangkan untuk 21 – 25 kali tidak ada, dan untuk 25 – 30 kali sebanyak 1 dengan presentase 1%.

Tabel 4. 8
Penggunaan Aplikasi Gojek Dalam 1 Bulan

Berapa Kali				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 10 Kali	82	80.4	80.4	80.4
Valid 10-20 Kali	19	18.6	18.6	99.0
21-30 Kali	1	1.0	1.0	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran 1

B. Uji Kualitas Instrumen

Item- item pertanyaan diuji terlebih dahulu untuk mengetahui data dari tanggapan 102 responden untuk masing-masing pertanyaan pada variabel *e-service quality*, *e-trust*, dan *e-satisfaction*

1. Uji Validitas

Dalam melakukan uji validitas peneliti menggunakan uji korelasi *bivariate* hal tersebut dapat diketahui valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Pengujian validitas memiliki kriteria yaitu variabel yang dapat dinyatakan valid adalah nilai Signifikan (Probabilitas) > 0,5 dan dinyatakan tidak valid apabila nilai Signifikan (Probabilitas) < 0,5 (Ghozali 2016).

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas *E-Service Quality*

Variabel	Item	R	Ket
<i>E-Service Quality</i>	Item 1	0,738	Valid
	Item 2	0,796	Valid
	Item 3	0,715	Valid
	Item 4	0,708	Valid
	Item 5	0,741	Valid
	Item 6	0,775	Valid
	Item 7	0,822	Valid
	Item 8	0,811	Valid
	Item 9	0,789	Valid
	Item 10	0,757	Valid
	Item 11	0,750	Valid
	Item 12	0,753	Valid
	Item 13	0,756	Valid
	Item 14	0,754	Valid
	Item 15	0,775	Valid
	Item 16	0,738	Valid
	Item 17	0,805	Valid
	Item 18	0,786	Valid
	Item 19	0,793	Valid
	Item 20	0,775	Valid
	Item 21	0,826	Valid
	Item 22	0,753	Valid

Sumber: Lampiran 2

Pada tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari uji validitas kuisisioner variabel *e-service quality* setiap item pertanyaannya memiliki nilai signifikan $> 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel *e-service quality* dinyatakan valid.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Variabel *E-Trust*

Variabel	Item	R	Ket
<i>E-Trust</i>	Item 1	0,856	Valid
	Item 2	0,878	Valid
	Item 3	0,859	Valid
	Item 4	0,848	Valid
	Item 5	0,853	Valid

Sumber: lampiran 2

Pada tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari uji validitas kuisisioner variabel *e-trust* setiap item pertanyaannya memiliki nilai yang signifikan $> 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel *e-trust* dinyatakan valid.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Variabel *E-Satisfaction*

Variabel	Item	R	Ket
<i>E-Satisfaction</i>	Item 1	0,909	Valid
	Item 2	0,948	Valid
	Item 3	0,884	Valid

Sumber: lampiran 2

2. Uji Raliabilitas

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *Cronbach's Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach Alpha* $> 0,70$ menurut (Ghozali 2016). Hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
<i>E-Service Quality</i>	0,967	Reliabel
<i>E-Trust</i>	0,910	Reliabel
<i>E-Satisfaction</i>	0,901	Reliabel

Sumber: Lampiran 2

Pada tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari uji reliabilitas memiliki nilai yang signifikan $> 0,70$ dengan variabel *e-service quality* 0,967 variabel *e-trust* 0,910 dan variabel *e-satisfaction* 0,901. Dengan demikian dapat dikatan reliabel atau handal.

C. Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2010). Uji statistik deskriptif dapat memberikan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, nilai minimum dan nilai maksimum.

Nilai Minimum : 1

Nilai Maximum : 4

Rentang Skala : $\frac{4-1}{4} = 0,75$

Kategori:

1 - 1,75 = Sangat Tidak Setuju

1,75 - 2,5 = Tidak Setuju

2,5 - 3,25 = Setuju

3,25 - 4 = Sangat Setuju

Berikut ini hasil dari uji statistik deskriptif dari variabel *e-service quality*, *e-trust* dan *e-satisfaction*.

Tabel 4. 13
Uji Statistik Deskriptif Variabel *E-Service Quality*

No	Pertanyaan	N	Min	Max	Mean
1	Aplikasi Gojek mampu untuk memudahkan saya untuk memperoleh layanan yang saya butuhkan.	102	3	4	3,55
2	Navigasi yang disediakan aplikasi Gojek mampu memberikan kemudahan untuk diakses.	102	3	4	3,43
3	Aplikasi gojek memudahkan saya untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat (go-bills, go-tix, go- pulsa).	102	3	4	3,44
4	Informasi yang ditampilkan oleh aplikasi Gojek pada setiap halaman tertata dengan baik.	102	2	4	3,42
5	Aplikasi Gojek memuat setiap isi halamannya dengan cepat.	102	2	4	3,38
6	Aplikasi Gojek sangat mudah untuk digunakan.	102	2	4	3,57
7	Aplikasi Gojek memungkinkan menjalankan fungsinya dengan cepat.	102	3	4	3,47
8	Tampilan halaman dari aplikasi Gojek tertata dengan baik.	102	2	4	3,44
9	Aplikasi Gojek selalu mudah untuk diakses.	102	2	4	3,49
10	Aplikasi gojek langsung bisa digunakan pada saat diaktifkan.	102	2	4	3,40
11	Tidak mengalami kendala sistem saat aplikasi Gojek sedang digunakan (<i>error system</i>).	102	2	4	3,32
12	Aplikasi Gojek tidak mengalami gangguan saat proses pemesanan dilakukan.	102	2	4	3,37
13	Gojek melakukan pelayanan sesuai dengan pelayanan yang dijanjikan.	102	2	4	3,37
14	Proses pelayanan dilakukan dalam jangka waktu yang wajar.	102	2	4	3,38
15	Aplikasi Gojek mampu memberikan pelayanan yang dipesan oleh pelanggan dengan cepat.	102	2	4	3,39
16	Pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan apa yang telah dipesan.	102	2	4	3,36
17	Ketersediaan layanan sesuai yang telah dijanjikan Gojek	102	3	4	3,47
18	Aplikasi Gojek memberikan informasi pelayanan dengan jujur.	102	3	4	3,46
19	Pelayanan diberikan aplikasi Gojek sesuai dengan yang dijanjikan.	102	2	4	3,43
20	Aplikasi Gojek mampu melindungi informasi pelanggan.	102	2	4	3,44
21	Aplikasi Gojek tidak membagikan informasi data pribadi pelanggan kepada perusahaan lain.	102	2	4	3,39
22	Aplikasi Gojek melindungi informasi keuangan saya.	102	2	4	3,43
Rata-rata					3,42

Sumber: Lampiran 3

Pada tabel 4.13 dapat dilihat hasil responden terhadap variabel *e-service quality* bahwa nilai minimum yang diberikan responden sebesar 2 dan untuk nilai maximum yang diberikan oleh responden sebesar 4, dan rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden sebesar 3,42 jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban dari variabel *e-service quality* adalah sangat setuju.

Tabel 4. 14
Uji Statistik Deskriptif Variabel *E-Trust*

No	Pertanyaan	N	Min	Max	Mean
1	Saya percaya aplikasi Gojek dapat diandalkan.	102	3	4	3,36
2	Saya percaya pada manfaat dari peraturan yang diberikan oleh aplikasi Gojek.	102	3	4	3,34
3	Saya percaya aplikasi Gojek mampu menjaga komitmennya kepada pelanggan.	102	3	4	3,40
4	Saya percaya bahwa aplikasi Gojek selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	102	3	4	3,44
5	Saya percaya <i>driver</i> Gojek akan melakukan pekerjaannya dengan baik dan benar meskipun tidak diawasi.	102	2	4	3,43
Rata-rata					3,39

Sumber: Lampiran 3

Pada tabel 4.14 dapat dilihat hasil responden terhadap variabel *e-trust* bahwa nilai minimum yang diberikan responden sebesar 2 dan untuk nilai maximum yang diberikan oleh responden sebesar 4 dan untuk rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden sebesar 3,39. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban dari variabel *e-trust* adalah sangat setuju.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel *E-Satisfaction*

No	Pertanyaan	N	Min	Max	Mean
1	Kinerja dari <i>driver</i> Gojek telah memenuhi harapan pelanggan.	102	2	4	3,34
2	Saya puas dengan aplikasi Gojek yang mampu memberikan pengalaman berkendara yang mengesankan.	102	3	4	3,35
3	Gojek mampu memenuhi kebutuhan sesuai dengan apa yang pelanggan butuhkan.	102	3	4	3,41
Rata-rata					3,36

Sumber: Lampiran 3

Pada tabel 4.15 dapat dilihat hasil responden terhadap variabel *e-satisfaction* bahwa nilai minimum yang diberikan responden sebesar 2 dan untuk nilai maximum yang diberikan oleh responden sebesar 4, dan rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden sebesar 3,36 jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban dari variabel *e-satisfaction* adalah sangat setuju.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-E-Service Quality	102	47	88	74.42	9.838
E-Trust	102	11	20	16.80	2.384
E-Satisfaction	102	6	12	9.80	1.752
Valid N (listwise)	102				

Sumber: Lampiran 3

Pada tabel 4.16 dapat dilihat hasil uji statistik deskriptif secara keseluruhan. Variabel *e-service quality* dengan rata-rata 74,42 , variable *e-trust* 16,80 dan untuk variabel *e-satisfaction* 9,80.

D. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Sederhana

Berikut adalah hasil dari uji regresi linear berganda.

Tabel 4. 17
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients beta	T	Sig
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-,271	,894		-,303	,762
<i>E-Service Quality</i>	,059	0,021	,333	2.875	,005
<i>E-Trust</i>	,337	0,085	,459	3.967	,000
<i>a. Dependent Variable: E-Satisfaction</i>					

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.17 diatas perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS didapatkan hasilnya sebagai berikut.

$$Y = -0,271 + 0,059 + 0,337$$

1. Konstanta = -0,271

Artinya variabel *e-service quality* dan variabel *e-trust* akan mempengaruhi variabel *e-satisfaction*.

2. Koefisien Regresi (*e-service quality*) = 0,059

Artinya variabel *e-service quality* mempengaruhi variabel *e-satisfaction* 0,059 dan dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya kualitas dari pelayanan suatu perusahaan maka akan memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.

3. Koefisien Regresi (*e-trust*) = 0,337

Artinya variabel *e-trust* mempengaruhi variabel *e-satisfaction* sebesar 0,337 dan dapat disimpulkan bahwa dengan menjaga kepercayaan pelanggan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Tabel 4. 18
Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients beta	T	Sig
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.962	1,033		1,898	,061
<i>E-Service Quality</i>	,199	0,14	,823	14,485	,000
<i>a. Dependent Variabel: E-Trust</i>					

Sumber: Lampiran 3

Pada tabel 4.18 diatas dapat dilihat pengaruh dari variabel *e-service quality* terhadap variabel *e-trust* sebesar 0,199 dan dapat disimpulkan bahwa dengan memberikan kualitas layanan yang baik maka akan membangun kepercayaan terhadap pelanggan.

E. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 66.249 dan nilai probabilitas sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi < nilai $\alpha = 0,05$ (5%).

Tabel 4. 19
Hasil Uji Hipotesis Simultan Pertama

Mean Square	F	Sig
88. 737	66.249	0,000

Sumber: Lampiran 4

Pada tabel 4.19 diatas dapat dilihat hasil dari uji F sebesar 66.249 dan dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara *e-service quality* , *e-trust* terhadap *e-satisfaction*.

F. Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian **H1 diterima** terdapat nilai probabilitas

sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari nilai tersebut dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*”.

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian **H2 diterima** terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *e-trust* terhadap *e-satisfaction*”.

Berdasarkan tabel hasil uji regresi tahap kedua diatas dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian **H3 diterima** terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *e-service quality* terhadap *e-trust*.

G. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien Determinasi untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan syarat hasil uji F dalam analisis regresi bernilai signifikan. Sebaliknya, jika hasil dalam uji F tidak signifikan maka nilai koefisien determinasi tidak dapat digunakan untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4. 20
Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,757	0,572	0,464	1,157

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil tabel uji regresi linier berganda besarnya koefisien determinasi ($R^2 \text{ square}$) = 0,0572 yang artinya variabel *e-service quality* secara bersama sama mempengaruhi variabel *e-satisfaction*.

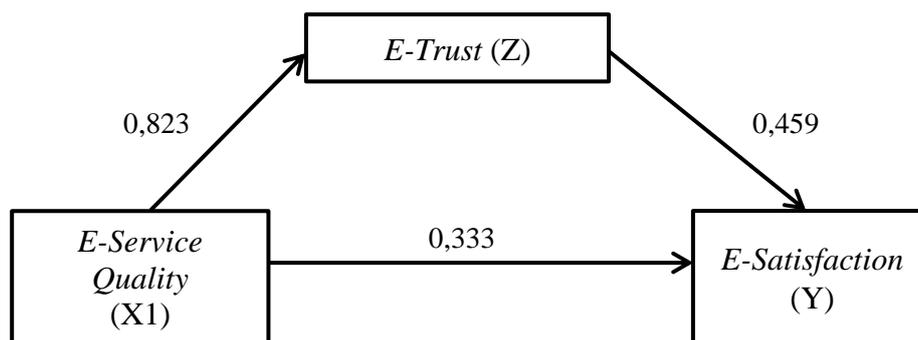
H. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Berikut ini adalah nilai koefisien regresi untuk mengetahui apakah *e-trust* mampu memediasi *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* dengan cara mengkalikan nilai koefisien antara *e-trust* terhadap *e-satisfaction* dengan nilai koefisien *e-trust* terhadap *e-satisfaction*. Dan hasil dari perkalian koefisien tersebut dibandingkan dengan nilai koefisien dari *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*, hasilnya sebagai berikut:

1. Koefisien regresi *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* sebesar 0.333
2. Koefisien regresi *e-service quality* terhadap *e-trust* sebesar 0.823
3. Koefisien regresi *e-trust* terhadap *e-satisfaction* sebesar 0.459
4. Hasil perkalian pengaruh tidak langsung: $0.823 \times 0.459 = 0,3777$

Dari hasil perkalian diatas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien regresi *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* sebesar 0.333 sedangkan nilai koefisien *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* melalui *e-trust* sebagai variabel *intervening* sebesar 0,3777.

Dari hasil perkalian sebesar 0,3777 artinya **H4 diterima** bahwa *e-trust* mampu memediasi atau *intervening* antara *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* dikarenakan nilai koefisien lebih besar daripada pengaruh langsung.



Gambar 4. 2 Model Analisis jalur (*Path Analysis*)

I. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada model regresi linier berganda yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Normalitas

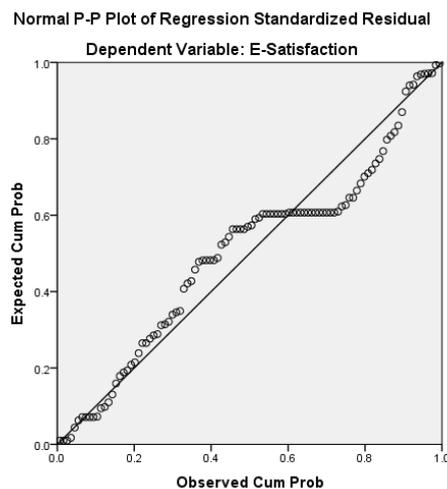
Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak normal. Hasilnya akan dapat diketahui dengan melihat nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* yang terdapat pada hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS. Sebuah data akan dikatakan berdistribusi normal apabila *Sig (2-tailed)* pada hasil SPSS > 0.05 .

Tabel 4. 21
Hasil Uji Normalitas *Non Parametrik Kolmogorov – Smirnov*

Asym.sig (2-tailed)	Keterangan
0,073	Berdistribusi Normal

Sumber: Lampiran 4

Pada tabel 4.21 merupakan hasil dari uji normalitas dengan menggunakan uji *non parametrik Kolmogorov – Smirnov*. Pada tabel tersebut menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,073 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian berdistribusi normal.



Gambar 4. 3 Diagram P-Plot

Sumber: Lampiran 4

Menurut gambar 4.9 telah menunjukkan bahwa adanya titik – titik pada diagram dan menyebar disekitar garis diagonalnya, titik – titik tersebut tidak menyebar menjauhi garis diagonalnya. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi berdistribusi normal.

J. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* yang dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya suatu kualitas pelayanan dari suatu perusahaan maka akan memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima**. Menurut (Mar'ati, N.C, 2016) dalam penelitiannya dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dari penelitian (Astri Fuji *et al*, 2016) juga dikatan hasil bahwa kualitas layanan Gojek sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut (Vicky Syawali, 2017) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Seorang pelanggan pengguna jasa akan mempertimbangkan kualitas pelayanan dari setiap tawaran jasa yang diberikan, seorang pelanggan akan merasa puas jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diminta. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh terhadap *e-satisfaction*. Gojek telah memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya terutama untuk kalangan mahasiswa.

2. Pengaruh *E-Trust* Terhadap *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction*. Yang artinya dengan menjaga kepercayaan dari pelanggan akan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan tersebut. Dalam penelitian (Soerianto, A, P. *et al*, 2017) bahwa *Customer satisfaction* dapat dipengaruhi oleh *customer trust* semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin kuat tingkat kepercayaan. Menurut (Ghalandari, 2012) *e-trust* memiliki pengaruh yang positif terhadap *e-satisfaction*, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**. Kepercayaan yang sudah dimiliki oleh pelanggan secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan

merasa terlindungi dan percaya ketika mereka telah menggunakan jasa yang diberikan sehingga akan memberikan kepuasan. Dari membentuk kepercayaan akan membuat pelanggan terus menerus menggunakan jasa yang telah diberikan. Gojek telah mampu membentuk kepercayaan dengan pengguna aplikasinya sehingga Gojek mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.

3. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Trust*

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust*. Yang artinya dengan memberikan kualitas layanan yang baik maka akan membangun kepercayaan terhadap pelanggannya. Menurut (Ghalandari, 2012) dalam penelitiannya mengatakan bahwa semakin baik kualitas layanan-e semakin banyak kepercayaan-e dan kepuasan terhadap layanan toko *online*. Dengan memberikan *e-service quality* yang baik maka akan memberikan suatu kepercayaan dari pelanggan dalam menggunakan jasa dari suatu aplikasi secara *online*, maka **H3 diterima**. Contohnya pelanggan akan percaya jika suatu aplikasi mudah untuk di *download*, mudah digunakan, mudah diakses, bisa menjaga data pribadi dari pelanggan, dan yang terpenting bisa memberikan pelayanan yang terbaik dalam mengutamakan kepentingan pelanggan, itu semua akan membuat pelanggan puas dan kemungkinan besar akan menggunakan jasa ditawarkan. Gojek telah mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para pengguna aplikasi sehingga pelanggan merasa puas dan kemungkinan besar akan

menggunakan aplikasi Gojek untuk menyelesaikan segala urusan dan kebutuhan.

4. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* melalui *E-Trust* Sebagai Mediasi

E-service quality yang dimiliki oleh Gojek dapat dan tidak dapat mempengaruhi *e-satisfaction* secara langsung, namun terdapat pengaruh secara tidak langsung melalui *e-trust* sebagai mediasi. Menurut (Ghalandari 2012) yang menyatakan *e-service quality* secara langsung mempengaruhi *e-trust* dan *e-satisfaction* dan juga memiliki efek tidak langsung pada *e-satisfaction* melalui *e-trust*.

Hal ini dapat dilihat dari hasil *path analysis* bahwa nilai koefisien regresi *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* lebih kecil dari nilai koefisien *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* melalui *e-trust* sebagai mediasi. Itu berarti bahwa *e-trust* mampu memediasi antara *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* karena nilai koefisiennya lebih besar dari pada pengaruh langsung, dan dapat dikatakan bahwa **H4 diterima**.