

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan dalam pengujian hipotesis dengan metode statistik parametris. Dalam pengujian deskripsi data dalam penelitian ini, penulis menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel, dilihat dari karakteristik responden antara lain; jenis kelamin, usia, dan pekerjaan responden. Dan diuji menggunakan *Statistical Program and Service Solutionseri 21.0*. Hasil pengolahan data sampel yang diperoleh dari konsumen GO-JEK di Bandar Lampung yang berjumlah 100 orang responden adalah sebagai berikut :

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini hasil dari pengumpulan data kuesioner yang disebarkan dalam objek penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1. Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase(%)
1.	17 – 30 tahun	70	70,0
2.	31 – 40 tahun	21	21,0
3	41 – 50 tahun	9	9,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2018.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, usia 17 – 30 tahun dengan frekuensi sebanyak 70 orang, karakteristik responden berdasarkan usia

31 – 40 tahun sebanyak 21 orang dan karakteristik responden berusia 41 – 50 sebanyak 9 orang. Data diatas menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan usia konsumen GO-JEK di Bandar Lampung dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan berusia 17 – 30 tahun. Data dapat dilihat pada lampiran 4.

## 2. Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Status	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Pria	67	67,0
2.	Wanita	33	33,0
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2018.*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pria dengan frekuensi sebanyak 65 responden (67,0%), dan berdasarkan jenis kelamin wanita sebanyak 33 responden (33,0%). Data diatas menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan Jenis kelamin konsumen Go-Jek di Bandar Lampung dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin pria. Data dapat dilihat pada lampiran 4.

## 3. Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3 Karakteritik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS/BUMN	17	17,0
2.	Karyawan Suasta	11	11,0
3.	Wiraswasta	14	14,0
4.	Pelajar/Mahasiswa	41	41,0
5	DII	17	17,0
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2018.*

Berdasarkan 4.3 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan PNS/BUMN dengan frekuensi sebanyak 17 responden (17,0%), pada karyawan swasta dengan frekuensi sebanyak 11 responden (11,0%), pada wiraswasta dengan frekuensi sebanyak 14 responden (14,0%), pada pelajar/Mahasiswa dengan frekuensi sebanyak 41 responden (41,0%) sedangkan dengan pekerjaan yang lain – lain frekuensi sebanyak 17 (17,0%). Data diatas menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan pekerjaan konsumen Go-Jek di Bandar Lampung dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan Pelajar/Mahasiswa. Data dapat dilihat pada lampiran 4.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban deskripsidata variabel independen yaitu Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kmenudahan (X2). Dan variabel dependen yaitu Keputusan Penggunaan (Y) pada jasa Go-Jek di Bandar Lampung yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden atau sampel adalah sebagai berikut:

##### 1. Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Gaya Hidup (X1)

**Tabel 4.4**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X1)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS(3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Layanan GO-JEK digunakan sebagai aktivitas yang dilakukan dalam sehari – hari	29	29,0	63	63,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2.	Layanan GO-JEK dilakukan tanpa direncanakan	28	28,0	62	62,0	10	10,0	0	0,0	0	0,0

	sebelumnya										
3.	Layanan GO-JEK memberikan berbagai pilihan jasa yang digunakan untuk aktivitas keseharian	23	23,0	65	65,0	62	62,0	0	0,0	0	0,0
4.	Layanan GO-JEK menawarkan promo kepada konsumen ( promo Harga dan Point)	24	24,0	67	67,0	7	7,0	2	2,0	0	0,0
5.	Layanan GO-JEK membuat konsumen tertarik menggunakan layanan via online	30	30,0	38	38,0	30	30,0	2	2,0	0	0,0
6.	Layanan GO-JEK membuat konsumen tertarik untuk menggunakan berbagai pilihan jasa	22	22,0	43	43,0	29	29,0	6	6,0	0	0,0
7.	GO-JEK memberikan kepuasan bagi konsumennya	37	37,0	42	42,0	19	19,0	2	2,0	0	0,0
8.	GO-JEK adalah layanan yang sedang tren saat ini	22	22,0	54	54,0	19	19,0	5	5,0	0	0,0
9.	Layanan GO-JEK memberikan efisiensi kepada konsumen ( waktu dan biaya)	15	15,0	37	37,0	35	35,0	11	11,0	2	2,0

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2018.*

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban reponden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 7, yaitu “GO-JEK memberikan kepuasan bagi konsumennya” dengan jumlah responden sebanyak 37 responden atau 37,0% dan yang terkecil pada pernyataan 9 yaitu “Layanan GO-JEK memberikan efisiensi kepada konsumen ( waktu dan biaya)” dengan jumlah 15 responden atau 15,0%.

## 2. Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

**Tabel 4.5**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan (X2)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS(3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Aplikasi GO-JEK mudah untuk dipelajari	23	23,0	53	53,0	18	18,0	6	6,0	0	0,0
2.	Sistem pemberian bintang mudah dipelajari	28	28,0	61	61,0	10	10,0	1	1,0	0	0,0
3.	Aplikasi GO-JEK dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna	27	27,0	57	57,0	12	12,0	4	4,0	0	0,0
4.	Aplikasi dapat beroperasi dengan mudah sesuai dengan yang diinginkan pengguna	29	29,0	60	60,0	10	10,0	1	1,0	0	0,0
5.	Sistem mudah dioperasikan kepada konsumen	23	23,0	65	65,0	10	10,0	2	2,0	0	0,0
6.	Sistem pemberian bintang mudah dioperasikan	24	24,0	67	67,0	7	7,0	2	2,0	0	0,0
7.	Aplikasi GO-JEK memberikan keterampilan order via online kepada konsumen	29	29,0	63	63,0	8	8,0	0	0,0	0	0,0
8	Aplikasi GO-JEK memberikan keterampilan baru kepada konsumen	28	28,0	62	62	10	10,0	0	0,0	0	0,0

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2018.*

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban reponden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 4 dan 5, yaitu “Aplikasi dapat beroperasi dengan mudah sesuai dengan yang diinginkan pengguna dan Aplikasi GO-JEK memberikan keterampilan order via online kepada konsumen ” Dengan jumlah responden sebanyak 29 atau 29,0% dan yang terkecil pada pernyataan 1 dan 7 “Aplikasi GO-JEK mudah untuk dipelajari dan Sistem mudah dioperasikan kepada konsumen ” dengan jumlah 23 atau 23%.

### 3. Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

**Tabel 4.6**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Masih terdapatnya masalah yang terjadi saat pengoprasian aplikasi GO-JEK.	29	29,0	63	63,0	8	8,0	0	0,0	0	0,0
2.	Masih terdapatnya masalah driver GO-JEK yang tidak sesuai dengan peraturan yang diterapkan oleh GO-JEK.	28	28,0	62	62,0	10	10,0	0	0,0	0	0,0
3.	Konsumen mengetahui informasi GO-JEK melalui media sosial.	23	23,0	65	65,0	10	10,0	2	2,0	0	0,0
4.	Konsumen selalu berupaya untuk mencari informasi untuk menggunakan layanan pada aplikasi GO-JEK.	24	24,0	67	67,0	7	7,0	2	2,0	0	0,0

5.	Konsumen melakukan evaluasi terhadap layanan pada aplikasi GO-JEK.	30	30,0	38	38,0	30	30,0	2	2,0	0	0,0
6.	Konsumen selalu mengisi bintang saat telah menggunakan layanan yang ada pada GO-JEK.	22	22,0	43	43,0	29	29,0	6	6,0	0	0,0
7.	Konsumen sangat senang menggunakan layanan Go – Food untuk memesan makanan.	37	37,0	42	42,0	19	19,0	2	2,0	0	0,0
8.	Layanan Go – Shop dipilih konsumen karena memudahkan konsumen untuk berbelanja.	22	22,0	54	54,0	19	19,0	5	5,0	0	0,0
9.	Konsumen tidak akan menggunakan layanan GO-JEK karena pelayanan yang kurang baik.	15	15,0	37	37,0	11	11,0	2	2,0	0	0,0
10.	Konsumen akan merekomendasikan GO-JEK kepada kerabatnya.	21	21,0	51	51,0	22	22,0	6	6,0	0	0,0

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2018.*

Dari tabel 4.6 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 7 mengenai “Konsumen sangat senang menggunakan layanan Go – Food untuk memesan makanan.” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 37 orang atau 37,0%. Sedangkan pernyataan 9 mengenai “Konsumen tidak akan menggunakan layanan GO-JEK karena pelayanan yang kurang baik.” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,0%.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21.0. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1)**

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,638	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,739	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,612	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,514	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,760	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,612	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,638	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber : Hasil data diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel Gaya Hidup (X1). Hasil uji validitas menunjukkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan 3 dengan nilai koefisien *product moment* sebesar 0,739, dan nilai koefisien *product moment* terkecil terdapat pada pernyataan 5 dengan nilai koefisien *product moment* sebesar 0,514. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 6.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X2)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Simpulan</b>
Butir 1	0,523	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,834	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,613	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,541	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,615	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,651	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,468	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,513	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber : Hasil data diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 8 butir pernyataan, hal ini dapat dilihat dari koefisien product moment lebih besar dari r tabel. Nilai tertinggi koefisien product moment sebesar 0,834 pada pernyataan 2. dan nilai terkecil koefisien product moment terdapat pada pernyataan 7 dengan nilai 0,468. Data dapat dilihat pada lampiran 6.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Simpulan</b>
Butir 1	0,530	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,824	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,818	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,496	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,382	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,824	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,853	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,530	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir 9	0,818	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,824	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Hasil data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 10 butir pernyataan, hal ini dapat dilihat dari koefisien product moment lebih besar dari r tabel. Nilai tertinggi koefisien product moment sebesar 0,824 pada pernyataan 10 dan nilai terkecil koefisien product moment terdapat pada pernyataan 5 dengan nilai 0,382. Data dapat dilihat pada lampiran 6.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrument dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik maka pengujian reliabilitas digunakan rumus *alpha cronbach* dengan mengkonsultasikan nilai alpha atau nilai interpretasi nilai r. Dari hasil pengelolaan data dari kuesioner yang diseberkan kepada 30 responden dalam penelitian ini diperoleh nilai koefisien seperti pada tabel 4.10 di bawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Koefisien r	Keterangan
Gaya Hidup (X)	0.763	0,645 berada diantara 0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi
Persepsi Kemudahan (X2)	0,743	0,681 berada diantara 0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi
Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	0.768	0,638 berada diantara 0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2018.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.10 nilai cronbach's alpha sebesar 0,763 untuk variabel Gaya Hidup (X1) dengan tingkat reliabel tinggi. 0,743 untuk variabel Persepsi Kemudahan (X2) dengan tingkat reliabel tinggi dan 0,768 untuk variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) yang artinya tingkat reliabel tinggi, data dapat dilihat pada lampiran 6

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil uji linieritas sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	0,601	0,05	$0,601 > 0,05$	Linear
Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	0,278	0,05	$0,278 > 0,05$	Linear

*Sumber diolah tahun 2018*

Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 diatas dari hasil uji linieritas bahwa perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* untuk variabel Gaya Hidup (X1) diperoleh nilai sig sebesar  $0.601 > 0.05$  (Alpha), dan variabel Persepsi Kemudahan (X2) diperoleh nilai sig sebesar  $0.278 > 0.05$  (Alpha). Maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh dari 100 sampel dalam penelitian ini semua variabel independen menyatakan model regresi berbentuk linier

terhadap variabel dependen. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

#### 4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur  $(1-R^2)$  di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	VIF		Kondisi	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	2,882	10	$2,882 < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas
Persepsi Kemudahan (X2)	2,882	10	$2,882 < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel coefficients Gaya Hidup nilai  $VIF = 2,882 < 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas,  $VIF$  Persepsi Kemudahan =  $2,882 < 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

#### 4.3.4 Hasil Uji Heteroskadastisitas

Uji Heteroskadastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskadastisitas yaitu adanya

ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskadastisitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,000	0,05	$0,000 < 0,05$	Tidak ada gejala Heteroskadastisitas
Persepsi Kemudahan (X2)	0,711	0,05	$0,711 > 0,05$	Terdapat gejala Heteroskadastisitas

*Sumber : Hasil data diolah tahun 2018*

Berdasarkan pada hasil perhitungan pada tabel Coefficients Gaya hidup nilai Sig  $0,000 < 0,05$  tidak ada gejala Heteroskadastisitas dan Persepsi kemudahan nilai Sig  $0,711 > 0,05$  terdapat gejala heteroskadastisitas. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

#### 4.3.5 Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

1.  $H_0 : d = 0$  : tidak ada autokorelasi berganda positif
2.  $H_a : d \neq 0$  : ada autokorelasi berganda positif

Kriteria pengujiannya :

Jika  $0 < dw < dL$  maka tidak ada autokorelasi positif

Jika  $dL < dw < dU$  maka tidak ada autokorelasi positif

Jika  $4 - dL < dw < 4$  maka tidak ada autokorelasi negative

Jika  $4 - dU < dw < 4 - dL$  maka tidak ada autokorelasi negatifk

Jika  $dU < dw < 4 - du$  maka tidak ada autokorelasi positif dan negative

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.970 <sup>a</sup>	.940	.939	.820	1.713

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

*Sumber: hasil data diolah tahun 2018*

Dari hasil output diatas didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,713 sedangkan dari tabel DW dengan signifikan 0,05 dan jumlah data (n) = 100 serta k = 2 (kadalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,633 dan dU sebesar 1,715 dan 4-dU = 2,28. Maka  $dL < dw < Du = 1,633 < 1,713 < 1,715$  yang berarti menerima Ho dan artinya tidak ada autokorelasi positif Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

#### 4.1 Metode Analisis Data

##### 4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini untuk besarnya pengaruh variabel Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung.

**Tabel 4.15**  
**Koefisien Korelasi**

Variabel	R	R Square
Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2)	0,970	0.940

*Sumber : Data sekunder diolah,2018*

Berdasarkan hasil pada tabel 4.15 diatas di peroleh hasil nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.970 yang menunjukkan tingkat keratan antara variabel tinggi. Sedangkan nilai koefisien determinasi  $R^2$ (R square) sebesar 0.940 menunjukkam bahwa keputusan penggunaan (Y) dipengaruhi oleh Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) pada konsumen GO-JEK di Bandar Lampung sebesar 94,0% sangat lemah sisanya 6,0% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 8.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

<b>Variabel</b>	<b>B</b>	<b>Std.Error</b>
Constanta	3,507	0,963
Gaya Hidup	0,994	0,044
Persepsi Kemudahan	0,017	0,046

*Sumber : Data sekunder diolah,2018*

Variabel dependen pada regresi ini adalah Keputusan Penggunaan Jasa (Y), sedangkan variabel independen adalah Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 3,507 + 0,994X_1 + 0,017X_2 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut yaitu, sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,507 artinya jika variable Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan bernilai 0, maka akan menaikkan Keputusan Penggunaan Jasa sebesar 3,507.
2. Nilai koefisien Gaya Hidup adalah 0.994 artinya setiap kenaikan Gaya Hidup akan menaikkan Keputusan penggunaan Jasa sebesar 0.994.

3. Nilai koefisien Persepsi Kemudahan adalah 0.017 artinya setiap kenaikan Persepsi Kemudahan akan menaikkan Keputusan Penggunaan Jasa sebesar 0.017.

## 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Uji t

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian peneliti menggunakan uji t, dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha = 0,05$ .

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai Sig > Alpha maka Ho ditolak
- b. Jika nilai Sig < Alpha maka Ho diterima

**Hipotesis I : Gaya Hidup ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung**

Ho = Gaya Hidup ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

Ha = Gaya Hidup ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

**Hipotesis II : Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung**

Ho = Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

Ha = Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

**Tabel 4.17**

**Hasil Uji t**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Variabel Gaya Hidup (X1)	0,000	0,05	$0,000 < 0,05$	Berpengaruh (Ho ditolak dan Ha diterima)
Persepsi Kemudahan (X2)	0,711	0,05	$0,711 > 0,05$	Tidak Berpengaruh (Ho diterima dan Ha ditolak)

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

1. Berdasarkan dari tabel 4.17 diatas hasil uji t diperoleh nilai untuk variabel Gaya Hidup (X1) sig sebesar 0,000 sedangkan dengan  $\alpha = 0,05$ . Jadi nilai sig lebih kecil dari nilai *alpha* ( $0,000 < 0,05$ ). Maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Kesimpulan bahwa Gaya Hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan (Y) jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.
2. Berdasarkan dari tabel 4.17 diatas hasil uji t diperoleh nilai untuk variabel Persepsi Kemudahan (X2) sig sebesar 0,711 sedangkan  $\alpha = 0,05$ . Jadi nilai sig lebih besar dari nilai *alpha* ( $0,711 > 0,05$ ). Maka Ho yang diajukan diterima dan Ha ditolak. Kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan (Y) jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

#### 4.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Pengujian hipotesis

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai hitung  $F >$  tabel F maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - b. Jika nilai hitung  $F <$  tabel F maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada  $db_1=k$  dan  $db_2 =n-k-1$
3. Menentukan dan membandingkan probabilitas (sig) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai sig  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak
  - b. Jika nilai sig  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.

**Hipotesis I : Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung**

$H_0$  = Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

$H_a$  = Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji F**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Gaya Hidup (X1) Persepsi Kemudahan (X2)	0,000	0,05	$0,000 < 0,05$	Berpengaruh (Ho ditolak dan Ha diterima)

*Sumber : Data diolah tahun 2018*

Berdasarkan dari tabel 4.18 diatas hasil uji F diperoleh nilai untuk sig sebesar 0,000 sedangkan  $\alpha=0,05$ . Maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima . Kesimpulan bahwa Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan (Y) jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

#### **4.6 Pembahasan**

Hasil penelitian ini untuk mengetahui bahwa ada tidak nya pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung. Dalam penelitian ini di dapatkan hasil uji korelasi R square sebesar 0,940 menunjukkan Keputusan Penggunaan Jasa dipengaruhi oleh Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan pada PT GO-JEK di Bandar Lampung, sebesar 94,0% sedang sisanya 6,0% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain. Dan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)**

Dari hasil uji hipotesis uji t diperoleh untuk variabel Gaya hidup ( $X_1$ ). kesimpulan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung. Artinya ada dampak yang dapat diandalkan didalam penelitian ini bahwa gaya hidup

dipertimbangkan oleh konsumen sebagai keputusan penggunaan jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung,

Hal tersebut didukung dengan teori Gaya Hidup Menurut (Kertajaya dalam Ardy) dalam Marketing to Netizen, “Gaya hidup tidak lepas dari gaya hidup sosial masyarakat para pengguna internet. Gaya hidup netizen mengalami transformasi dengan adanya berbagai tren sosial mulai dari blog, facebook, twitter dan beragam media sosial lainnya”. Para pengguna internet yang aktivitas sehari-harinya tidak dapat lepas dari dunia maya dan bergantung pada teknologi internet membutuhkan suatu alat atau perantara yang dapat memenuhi kebutuhannya. Para pengguna internet ini mempunyai peran sebagai *influencer* yang dapat mempengaruhi dan membentuk opini melalui komunitas mereka. Menurut (Setiadi dalam susanti 2011) gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat).

#### **4.6.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)**

Dari hasil uji hipotesis uji t diperoleh untuk variabel Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ). kesimpulan bahwa terdapat tidak berpengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung.

Hal tersebut didukung dengan teori tentang Persepsi kemudahan adalah penggunaan merupakan tingkatan di mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk dipahami (Davis dalam Apriyani). Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

(Jogiyanto dalam Oentario 2017) mengemukakan, definisi persepsi kemudahan sebagai sejauh mana individu yakin dengan menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Jika individu menganggap media informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika individu menganggap media informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Tetapi teori tidak sejalan dengan hasil persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan karena dari hasil jawaban kuesioner pada pernyataan 1 “Aplikasi GO-JEK mudah untuk dipelajari” dengan persentase KURANG SETUJU sebesar 18% artinya masih ada konsumen yang belum bisa menggunakannya.

#### **4.6.3 Pengaruh Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)**

Dari hasil uji F kesimpulan bahwa Gaya hidup dan Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung. Hubungan tersebut mempengaruhi, artinya adanya dampak yang dapat diandalkan didalam penelitian ini bahwa Gaya Hidup ( $X_1$ ), dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada PT GO-JEK di Bandar Lampung.

Hal tersebut didukung dengan teori tentang keputusan penggunaan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian konsumen merupakan titik suatu pembelian dari proses evaluasi (Winardi dalam Lingkan 2016). Kotler dan Armstrong (2008:129) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan

masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah perilaku yang timbul karena adanya rangsangan atau hubungan dari pihak lain (Kotler dan Amstrong, 2011:161). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

#### **A. Gaya Hidup (X1)**

1. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator aktivitas. Butir pernyataan 1, yaitu Layanan GO-JEK digunakan sebagai aktivitas yang dilakukan dalam sehari – hari dengan persentase SETUJU 63,0% dan pada butir pernyataan 2, yaitu Layanan GO-JEK dilakukan tanpa direncanakan sebelumnya dengan persentase SETUJU 62,0%. Tetapi pada butir pernyataan 3, yaitu Layanan GO-JEK memberikan berbagai pilihan jasa yang digunakan untuk aktivitas keseharian dengan persentase KURANG SETUJU 62,0%, berarti konsumen menilai adanya pilihan jasa yang masih menggunakan jasa konvensional atau jasa online lainnya (pesaing GO-JEK)
2. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator interest. Butir pernyataan 4, yaitu Layanan GO-JEK menawarkan promo kepada konsumen (Harga dan Point) dengan persentase SETUJU 67,0%. Tetapi pada butir pernyataan 5, yaitu Layanan GO-JEK membuat konsumen tertarik menggunakan layanan via online persentase SETUJU hanya 38,0%, berarti Layanan via online menjadi sesuatu yang baru bagi konsumen di Bandar Lampung.
3. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator Opinion. Butir pernyataan 8, yaitu GO-JEK adalah layanan yang sedang tren saat ini dengan

persentase SETUJU 54,0%. Butir pernyataan 7, yaitu GO-JEK memberikan kepuasan bagi konsumennya dengan persentase SETUJU 42,0%, berarti bila tidak puas maka konsumen dapat beralih ke jasa lainnya.

## **B. Persepsi Kemudahan**

1. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator mudah untuk dipelajari. Butir pernyataan 1, yaitu Aplikasi GO-JEK mudah untuk dipelajari dengan persentase SETUJU 53,0%. Sedangkan pada butir 2 yaitu Sistem pemberian bintang mudah dipelajari persentase KURANG SETUJU yaitu 18,0%. Artinya masih ada konsumen yang belum bisa menggunakannya.
2. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator mudah digunakan. Butir pernyataan 3, yaitu Aplikasi GO-JEK dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna dengan persentase SETUJU yaitu 57,0% dan SANGAT SETUJU 27,0%.
3. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator sangat mudah untuk dioperasikan. Butir pernyataan 4, yaitu Aplikasi dapat dioperasikan dengan mudah sesuai dengan yang diinginkan pengguna dengan persentase SETUJU 60,0%. butir pernyataan 5, yaitu sistem mudah dioperasikan kepada konsumen dengan persentase SETUJU 65,0%.
4. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator menjadi terampil. Butir pernyataan 7, yaitu Aplikasi GO-JEK memberikan keterampilan order via online kepada konsumen dengan persentase SETUJU 63,0%. Sedangkan pada butir pernyataan 8, yaitu Aplikasi GO-JEK

memberikan keterampilan terbaru kepada konsumen dengan persentase KURANG SETUJU yaitu 10,0%.

### **C. Keputusan Penggunaan**

1. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator Pengenalan Masalah. Butir pernyataan 1, yaitu masih terdapatnya masalah yang terjadi saat pengoprasian aplikasi GO-JEK dengan persentase SETUJU 63,0%. butir pernyataan 2, yaitu masih terdapatnya masalah driver GO-JEK yang tidak sesuai dengan peraturan yang diterapkan oleh GO-JEK dengan persentase SETUJU yaitu 62,0%.
2. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator Pencarian Informasi. Butir pernyataan 3, yaitu konsumen mengetahui informasi GO-JEK melalui media sosial dengan persentase SETUJU 65,0%. Sedangkan pada butir pernyataan 4, yaitu konsumen selalu berupaya untuk mencari informasi untuk menggunakan layanan pada aplikasi GO-JEK dengan persentase SETUJU yaitu 67,0%.
3. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator Evaluasi Alternatif. Butir pernyataan 5, yaitu konsumen melakukan evaluasi terhadap layanan pada aplikasi GO-JEK dengan persentase SETUJU yaitu 38,0%, berarti hanya 38,0% yang melakukan evaluasi.
4. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator keputusan membeli. Butir pernyataan 7, yaitu konsumen sangat senang menggunakan layanan GO-FOOD untuk memesan makanan dengan persentase SETUJU dibawah 50%, yaitu 42,0% dan SANGAT SETUJU 37,0%.

5. Berdasarkan teori maka hasil penelitian menyatakan berpengaruh pada indikator Perilaku Pasca Pembelian. Butir pernyataan 10, yaitu konsumen akan merekomendasikan GO-JEK kepada kerabatnya dengan persentase SETUJU 51,0%. Sedangkan butir pernyataan 9, yaitu konsumen tidak akan menggunakan layanan GO-JEK karena pelayanan yang kurang baik dengan persentase SETUJU yaitu 37,0% dan SANGAT SETUJU 15,0%, berarti konsumen dapat beralih bila pelayanan kurang baik.