

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Deskripsi Data

Deskriptif data merupakan suatu gambaran data yang akan digunakan dalam suatu penelitian dan hasil dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan uji frekuensi data. Deskriptif data yang telah diperoleh dalam penelitian ini merupakan pengujian data kuesioner hasil jawaban responden. Dari hasil uji frekuensi data kuesioner responden diketahui bahwa identitas berdasarkan karakteristik responden, seperti; jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan responden dengan sampel 100 orang konsumen pengguna *fintech* gopay di Bandar Lampung. Adapun hasil yang diperoleh adalah seperti pada tabel-tabel dibawah ini:

##### 4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden Fintech (Gopay)

###### 1. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden pengguna Fintech (GoPay) berdasarkan jenis kelamin pada saat penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

##### Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

no	Jenis kelamin	Frekuensi	presentase
1	Laki-laki	56 orang	56.0%
2	Perempuam	44orang	44.0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan gambar 4.1 karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin adalah untuk profil responden, dari 100 responden, konsumen pengguna

fintech Go-pay di Bandar Lampung, menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden lakilaki, sebanyak 56 orang (56,0%) dan yang berjenis kelamin perempuan, sebanyak 44 orang (44,0%).

## 1. Usia

Deskripsi karakteristik responden pengguna Fintech (GoPay) berdasarkan usia pada saat penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan usia Responden**

No	Usia	frekuensi	presentase
1	<17 tahun-20	22 orang	22.0%
2	21 tahun-25 tahun	61 orang	61.0%
3	26 tahun-30 tahun	13 orang	13.0%
4	31 tahun -45 tahun	4 orang	4.0%
5	>45 tahun	-	-
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100,0%</b>

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data pada tabel 4.2 diatas merupakan deskripsi data kuesioner responden hasil uji frekuensi dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung, menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik responden yang berusia < 17 – 20 tahun, sebanyak 22 orang (22,0%), yang berusia 21 – 25 tahun, sebanyak 61 orang (61,0%), yang berusia 26 – 30 tahun, sebanyak 13 orang (13,0%), yang berusia 31 tahun -45 tahun sebanyak 4 orang (4,0%). dan >45 tahun, sebanyak 0 orang (0,0%)

## 2. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden pengguna Fintech (GoPay) berdasarkan pekerjaan pada saat penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan pekerjaan Responden**

no	Pekerjaan	Frekuensi	Peresentase
1	Pelajar/ mahasiswa	62 orang	62,0%
2	Pegawai negeri	5 orang	10,0%
3	Pegawai swasta	15 orang	15,0%
4	Wira usaha	10 orang	10,0%
5	Lainnya..	8 orang	8,0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100,0%</b>

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data pada tabel 4.3 diatas merupakan deskripsi data kuesioner responden hasil uji frekuensi dengan jumlah sampel 100 yang bekerja sebagai mahasiswa/pelajar 62 orang (62,0) pekerjaan Pegawai negeri, sebanyak 5 orang (5,0%), yang pekerjaan Pegawai Swasta, sebanyak 15 orang (15,0%), yang pekerjaan Wirausaha, sebanyak 10 orang (10,0%), dan responden dengan pekerjaan Lain-Lain, sebanyak 8 orang (8,0%).

### 3. Pengeluaran Per Bulan

Deskripsi karakteristik responden pengguna Fintech (GoPay) berdasarkan pengeluaran per bulan pada saat penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

### Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan pendapatan Responden

no	Penghasilan perbulan	frekuensi	Presentase
1	<1 juta	39 orang	39,0%
2	1 juta - 3 juta	43 orang	43,0%
3	3 juta – 5 juta	11 orang	11,0%
4	5 jura – 7 juta	5 orang	5,0%
5	> 7 juta	2 orang	2,0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100,0%</b>

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data pada tabel diatas merupakan deskripsi data kuesioner responden hasil uji frekuensi dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang konsumen pengguna gop-ay di Bandar Lampung, menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pengeeluaran perbulan data tabel diatas, pengeluaran uang kurang dari 1 juta berjumlah 39 orang (39,0%),,, pengeluaran 11 juta sampai 3 juta berjumlah 43 orang (43,0%),,, pengeluaran 3 juta sampai 5 juta berjumlah 11 orang (11,0%),,, pengeluaran 5 juta sampai 7 juta berjumlah 5 orang (5,0%),,, dan pengeluaran diatas 7 juta berjumlah 2 orang (2,0%).

#### 4. Waktu Lamanya Menggunakan Go-pay

Deskripsi karateristik responden pengguna Fintech (GoPay) berdasarkan pengeluaran per bulan pada saat penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

### Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan waktu lama pgunan Responden

No	Waktu lama pgunan	Ferkuensi	Presentase
1	1-6 bulan	54 orang	54,0%
2	6 bulan -1 tahun	25 orang	25,0%
	> 1 tahun	21 orang	21,0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100,0%</b>

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data pada tabel diatas merupakan deskripsi data kuesioner responden hasil uji frekuensi dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang konsumen pengguna gop-ay di Bandar Lampung, menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Lama penggunaan gopay 1-6 bualn sebanyak 54 orang (54,0%), ,6bulan -1 tahun nerjumlah 25 orang (25,0%), dan penguns distas 1 tahun senanyak 21 orang (21,0%), .

#### 1.1.2 Deskripsi Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner

Deskripsi data-data kuesioner hasil jawaban responden dengan menggunakan uji frekuensi. Oleh kerena itu, uji frekuensi digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui deskriptif data kuesioner hasil jawaban responden pada masing-masing variabel penelitian, yaitu; identitas merek(X1), citra merek (X2), kepercayaan merek (X3) loyalitas pelanggan (Y) Konsumen gopay di Bandar Lampung. Berikut hasil uji frekuensi dalam penelitian ini, yang terlihat pada tabel-tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**

## Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Jawaban Responden Tentang Variabel

### identitas merek(X1)

NO	Item pernyataan – pernyataan Variable identitas merek X1	Hasil jawaban respnden									
		SS(5)		S (4)		CS(3)		TS( 2)		STS(1 )	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Go-pay salah satu alat pembayaran elektronik terbaik	17	17,0	54	54,0	24	24,0	2	2,0	3	3,0
2	Go-pay memiliki mercen /mitara kerjasama yang mudah ditemui.	31	31,0	40	40,0	27	27,0	1	1,0	1	1,0
3	Go-pay memiliki logo dan slogan yang unik berbeda dari para pesaingnya.	31	31,0	43	43,0	21	21,0	3	3,0	2	2,0
4	Informasi iklan go-pay sangat mudah dijumpai dan mudah dipahami.	40	40,0	37	37,0	19	19,0	3	3,0	1	1,0
5	Mudah mengenali produk go-pay hanya dengan melihat logo saja.	40	40,0	42	42,0	17	17,0	0	0,0	1	1,0
6	Go-pay memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.	27	27,0	52	52,0	21	21,0	-	-	-	-
7	memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.	41	41,0	39	39,0	20	20,0	-	-	-	-

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 4.6 diatas merupakan deskripsi data kuesioner hasil uji frekuensi data tentang Identitas Merek (X1) dalam penelitian ini dengan menampilkan 7 (tujuh) item pernyataan yang direspon dan dijawab oleh responden adalah item pernyataan NO 5, yaitu; “.Mudah mengenali produk gopay hanya dengan melihat logo saja.”. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju, sebanyak 40 orang (40,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 55 orang (55,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 17 orang (17,0%) dan idak setuju 1 orang (1,0%) Sedangkan pada item pernyataan yang paling sedikit direspon dan dijawab oleh responden adalah item pernyataan No. 1 yaitu; “Gopay salah satu alat pembayaran elektronik terbaik”. Dari hasil pengujian

menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju, sebanyak 17 orang (17,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 54 orang (54,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 24 orang (24,0%) dan yang menjawab Tidak Setuju, sebanyak 2 orang (1,0%). dan yang menjawab sangat Tidak Setuju, sebanyak 3 orang (2,0 Hasil tersebut diperoleh dari data kuesioner hasil jawaban responden tentang identitas merek (X1) dengan sampel 100 orang konsumen gopay di Bandar Lampung.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Jawaban Responden Tentang Variabel citra merek (X2)**

NO	Item Pernyataan – Pernyataan Variable Citra Merek	Hasil Jawaban Respdnen									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS( 2)		STS (1 )	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Ketika ingin megunakan alat pembayaran digital Go-pay adalah merek yang pertama kali diingat.	26	26,0	43	43,0	24	24,0	6	6,0	1	1,0
2	Memberikan rasa percaya diri menggunakan pembayaran melalui go-pay.	32	32,0	40	40,0	22	22,0	3	3,0	3	3,0
3	Go-pay solusi didalam membantu transaksi digital yang mudah.	37	37,0	45	45,0	16	16,0	2	2,0	-	-
4	memiliki pelayanan yang cepat tanggap dalam mengatasi keluhan.	30	30,0	50	50,0	17	17,0	2	2,0	-	-
5	proses transaksi dengan teknolog yang canggih dan mudah.	32	32,0	54	59,0	10	10,0	1	1,0	-	-
6	Go-pay memberikan jaminan perlindungan konsumen dan data transaksi.	39	39,0	45	45,0	39	39,0	-	-	-	-

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 47. diatas merupakan deskripsi data kuesioner hasil uji frekuensi data tentang citra merek (X2) dalam penelitian ini dengan menampilkan 6 (enam) item pernyataan yang paling dominan direspon NO 6. “gopay memberikan jaminan perlindungan konsumen dan data transaksi

“Sangat Setuju, sebanyak 39 orang (39,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 45 orang (45,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 36 orang (39,0%) Sedangkan pada item pernyataan yang paling sedikit direspon dan dijawab oleh responden adalah item pernyataan NO.1 “Ketika ingin menggunakan alat pembayaran digital Gopay adalah merek yang pertama kali diingat”. Sangat Setuju, sebanyak 26 orang (26,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 43 orang (43,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 24 orang (24,0%) dan yang menjawab Tidak Setuju, sebanyak 6 orang (6,0%). dan yang menjawab sangat Tidak Setuju, sebanyak 1 orang (1,0%). dan dijawab Hasil tersebut diperoleh dari data kuesioner hasil jawaban responden dengan sampel 100 orang konsumen gopay di Bandar Lampung.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Jawaban Responden Tentang Variabel kepercayaan merek(X3)**

NO	Item Pertanyaan – Pernyataan Kepercayaan Merek	Hasil Jawaban Respdnen									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS( 2)		STS (1 )	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Keamanan bertransaksi menggunakan fitech gopay.	39	39,0	40	40,0	18	18,0	1	1,0	2	2,0
2	Kemudahan bertransaksi menggunakan fitech gopay.	33	37,0	50	50,0	14	14,0	2	2,0	1	1
3	Kelengkapan di dalam fitur- fitur fitech gopay.	25	25,0	56	56,0	18	18,0	-	-	1	1,0
4	Kecepatan dalam penegcekan saldo dan pembayaran menggunakan gopay.	41	41,0	35	35,0	23	23,0	-	-	1	1
5	Kemudahan didalam melakukan pengisian saldo gopay	34	34,0	42	42,0	15	15,0	-	-	-	-
6	Mitra/mercen terpercatya di dlam penggunaan dan bertransaksi fitech gopay.	34	34,0	47	47,0	19	19,0	-	-	-	-

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*



Berdasarkan data tabel 48. diatas merupakan deskripsi data kuesioner hasil uji frekuensi data tentang kepercayaan Merek (X3) dalam penelitian ini dengan menampilkan 6 (enam) item pernyataan yang paling dominan direspon 4, yaitu; “.Kecepatan dalam pengecekan saldo dan pembayaran menggunakan gopay.” Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju, sebanyak 41 orang (41,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 35 orang (35,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 23 orang (23,0%) dan yang menjawab sangat Tidak Setuju, sebanyak 1 orang (1,0%) Sedangkan pada item pernyataan yang paling sedikit direspon dan dijawab oleh responden adalah item pernyataan . 3 yaitu; “Kelengkapan di dalam fitur- fitur fitech gopay.”. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju, sebanyak 25 orang (56,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 56 orang (56,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 18 orang (13,0%) yang menjawab sangat Tidak Setuju, sebanyak 1 orang (1,0%). Hasil tersebut diperoleh dari data kuesioner hasil jawaban responden dengan sampel 100 orang konsumen gopay di Bandar Lampung.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Jawaban Responden Tentang Variabel loyalitas pelanggan (Y)**

NO	Item pertanyaan – pernyataan Loyalitas pelanggan	Hasil jawaban respnden									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS( 2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya akan melakukan pengulan transaksi berulang pada go-pay	27	27	40	40	29	29	2	2	2	2
2	Go-pay akan menjadi pilihan pertama saya ketika melakukan pembayaran secara digital.	30	30	33	33	29	29	2	2	2	2

3	Merasa puas menggunakan go-pay.	29	29	46	46	25	25	-	-	-	-
4	Saya merasa loyal terhadap go-pay.	27	27	50	50	16	16	6	6	1	1
5	Saya akan merekomendasikan fitech gopay kepada teman saya dan orang sekitar saya	34	34	45	45	17	17	4	4	1	1

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 4.9 diatas merupakan deskripsi data kuesioner hasil uji frekuensi data tentang loyalitas pelanggan (Y) dalam penelitian ini dengan menampilkan 5 (lima) item pernyataan yang paling dominan direspon NO 5 , yaitu; “.Saya akan merekomendasikan fitech gopay kepada teman saya dan orang sekitar saya.” Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju, sebanyak 34 orang (34,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 45 orang (45,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 17 orang (17,0%) dan yang menjawab sangat Tidak Setuju, sebanyak 4 orang (4,0%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,0%) Sedangkan pada item pernyataan yang paling sedikit direspon dan dijawab oleh responden adalah item pernyataan . 4 yaitu; “Saya merasa loyal terhadap gopay.”. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju, sebanyak 27 orang (27,0%), yang menjawab Setuju, sebanyak 50 orang (50,0%), yang menjawab Cukup Setuju, sebanyak 16 orang (16,0%) yang menjawab sangat Tidak Setuju, sebanyak 6 orang (6,0%). Dan sangat tidak setuju 1 orang (1,0%), Hasil tersebut diperoleh dari data kuesioner hasil jawaban responden dengan sampel 100 orang konsumen go-pay di Bandar Lampung.

## **1.2. Hasil Uji Persyaratan Intrumen**

### **4.2.1 Hasil Uji Validitas**

Uji validitas persyaratan instrumen yang dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu alat ukur yang diperoleh dari pengumpulan data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat untuk mengukur fenomena yang terjadi tentang masing-masing variabel penelitian, yaitu; (X1), identitas merek (X2), citra merek(X3), dan kepercayaan merek (Y) loyalitas merek fintech gopay di Bandar Lampung.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Identitas Merek(X1)**

<b>item</b>	<b>Rhitung</b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>kondisi</b>	<b>kesimpulan</b>
Pernyataan 1	0,752	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	valid
Pernyataan 2	0,636	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	valid
Pernyataan 3	0,550	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	valid
Pernyataan 4	0,681	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	valid
Pernyataan 5	0,671	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	valid
Pernyataan 6	0,788	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	valid
Pernyataan 7	0,663	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	valid

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 4.10 diatas merupakan hasil uji validitas tentang identitas merek (X1) dengan 7 item pernyataan menunjukkan bahwa dari keseluruhan nilai Pearson Correlation (rhitung) lebih besar dari nilai R table dengan 30 sampel, sebesar 0,361 (rhitung > rtable). Hasil tersebut menjelaskan bahwa nilai rhitung yang paling tinggi terdapat pada item nomor 6, sebesar 0,788 sedangkan nilai rhitung yang paling rendah terdapat pada item nomor 3, sebesar 0,550. Kesimpulan bahwa dari keseluruhan 7 (tujuh) item pernyataan-pernyataan tentang variabel identitas merek(X1), dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat

ukur dalam kuesioner untuk pengumpulan data responden atau konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas citra merek (X2)**

<b>aitem</b>	<b>R hitung</b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pernyataan 1	0,616	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,866	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,808	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,670	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,558	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,625	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 4.11 diatas merupakan hasil uji validitas tentang variabel citra merek (X2) dengan 6 item pernyataan menunjukkan bahwa dari keseluruhan nilai Pearson Correlation (r hitung) lebih besar dari nilai R table dengan 30 sampel, sebesar 0,361 ( $r_{hitung} > r_{table}$ ). Hasil tersebut menjelaskan bahwa nilai r hitung yang paling tinggi terdapat pada item nomor 2 sebesar 0,866, sedangkan nilai r hitung yang paling renda terdapat pada item nomor 5, sebesar 0,558. Kesimpulan bahwa dari keseluruhan 6 (enam) item pernyataan-pernyataan tentang variabel kepercayaan merek (X3), dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam kuesioner untuk pengumpulan data responden atau konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas kepercayaan merek (X3)**

<b>aitem</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pernyataan 1	0,749	0,361	r hitung > rtabel	Valid
Pernyataan 2	0,684	0,361	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 3	0,682	0,361	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 4	0,662	0,361	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 5	0,772	0,361	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 6	0,683	0,361	rhitung > rtabel	Valid

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 4.10 diatas merupakan hasil uji validitas tentang variabel kepercayaan merek (X3) dengan 6 item pernyataan menunjukkan bahwa dari keseluruhan nilai Pearson Correlation (rhitung) lebih besar dari nilai R table dengan 30 sampel, sebesar 0,361 (rhitung > rtable). Hasil tersebut menjelaskan bahwa nilai rhitung yang paling tinggi terdapat pada item nomor 1, sebesar 0,806, sedangkan nilai rhitung yang paling renda terdapat pada item nomor 5, sebesar 0,618. Kesimpulan bahwa dari keseluruhan 6 (enam) item pernyataan-pernyataan tentang variabel Produk (X1), dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam kuesioner untuk pengumpulan data responden atau konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung.

**Tabel 4.13**

### Hasil Uji Validitas loyalitas merek (Y)

<b>aitem</b>	<b>Rhitung</b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pernyataan 1	0,750	0,361	r hitung > r <sub>tabel</sub>	Valid
Pernyataan 2	0,819	0,361	r hitung > r <sub>tabel</sub>	Valid
Pernyataan 3	0,812	0,361	r hitung > r <sub>tabel</sub>	Valid
Pernyataan 4	0,836	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
Pernyataan 5	0,768	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 4.10 diatas merupakan hasil uji validitas tentang variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan 5 item pernyataan menunjukkan bahwa dari keseluruhan nilai Pearson Correlation (rhitung) lebih besar dari nilai R table dengan 30 sampel, sebesar 0,361 (rhitung > rtable). Hasil tersebut menjelaskan bahwa nilai rhitung yang paling tinggi terdapat pada item nomor 4 sebesar 0, 836, sedangkan nilai rhitung yang paling renda terdapat pada item nomor 5, sebesar 0, 768. Kesimpulan bahwa dari keseluruhan 5 (lima) item pernyataan-pernyataan tentang variabel Produk (X1), dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam kuesioner untuk pengumpulan data responden atau konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumentdapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik maka pengujian reliabilitasdigunakan rumus dengan mengkonsultasikan nilai cronbach alpha dengan interpretasi nilai r. Adapun hasil uji reabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14**

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cromach's alpha	N of aitem	kesimpulan
Idrntitas merek X1	0,796	7	reliabel
Citra merek X2	0,786	6	reliabel
Kepercayaan merek X3	0,802	6	reliabel
Loyalitas pelanggan Y	0,825	5	reliabel

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data pada tabel 4.15 diatas merupakan hasil uji reliabilitas nilai Cronbach's Alpha, menunjukkan bahwa uji reliabilitas untuk variabel identitas identitas merek (X1) sebesar 0,796, untuk variable citra merek (X2) sebesar 0,786, untuk variabel kepercayaan merek (X3) sebesar 0,802, serta untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,825. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrument pernyataan-pernyataan hasil jawaban kuesioner responden pada masing-masing variable dalam penelitian ini telah memenuhi syarat realibilitas instrument dan layak digunakan untuk pengumpulan data kuesioner responden atau konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung.

## 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah refresentatif atau sebaliknya. Dalam penelitian ini pengujian normalitas data sampel dengan menggunakan uji statistik Non Parametrik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, jika nilai signifikasi  $>$  Alpha 0,05, maka dengan kata lain data yang diperoleh dari sampel residual berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**

### Hasil Uji Normalitas

Vaiabel	Sing	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Idrntitas merek (X1)	0,072	0,05	Sing> alpha	Normal
Citra merek(X2)	0,552	0,05	Sing> alpha	Normal
Kepercayaan merek (X3)	0,067	0,05	Sing> alpha	Normal
Loyalitas pelanggan (Y)	0,052	0,05	Sing> alpha	Normal

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data pada tabel 4.15 diatas merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk variabel identitas merek (X1) sebesar  $0,072 > 0,05$  (Alpha), untuk variabel citra merek (X2) sebesar  $0,552 > 0,05$  (Alpha), untuk variabel kepercayaan merek (X3) sebesar  $0,067 > 0,05$  (Alpha),serta nilai signifikan untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar  $0,052 > 0,05$  (Alpha). Dapat disimpulkan bahwa data kuesioner hasil jawaban responden dengan sampel 100 konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung, menyatakan berasal dari populasi berdistribusi normal.

**Tabel 4.16**

### Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Identitas Mere X1	0,52	0,05	Sig > 0,05	Linier
Citra Mere X2	0,346	0,05	Sig > 0,05	Linier
Kepercayaan Mere X3	0,383	0,05	Sig > 0,05	Linier

Berdasarkan dari data pada tabel 4.16 diatas adalah hasil uji linieritas bahwa perhitungan anova meghasilkan nilai Sig. pada baris untuk variabel identitas merek (X1) diperoleh nilai Sig sebesar  $0,052 > 0,05$  (Alpha), dan variabel citra merek(X2) diperoleh nilai Sig sebesar  $0,346 > 0,05$



(Alpha), kepercayaan merek(X3) diperoleh nilai Sig sebesar 0,383 > 0,05 (Alpha), Dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari kuesioner responen yang menjadi sampel dalam penelitian ini menyatakan bahwa dari semua variabel independen yaitu identitas merek(X1), citra merek (X2), kepercayaan merek(X3), menunjukkan bahwa data yang diperoleh model regresi berbentuk Linier terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y).

### 1.3.2 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 dari collinierty tolerance dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Colliniarity Setatistics		Kondisi	Kesimpulan
	Tolerance	Vif		
X1 terhadap Y	0.636	1.573	Vif ≤ 10	tidak ada gejala multikolinieritas
X2 Terhadap Y	0.456	2.192	Vif ≤ 10	tidak ada gejala multikolinieritas
X3 Terhadap Y	0.468	2.136	Vif ≤ 10	tidak ada gejala multikolinieritas

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data pada tabel 4.16 diatas merupakan hasil uji multikolinieritas yang diperoleh dengan menggunakan pengujian Coefficient menunjukan bahwa nilai pada baris VIF untuk variabel identitas merek (X1) sebesar

1.573 < 10 atau nilai Collinierrity Tolerance 0,636 > 0,10, untuk variabel citra merek (X2) nilai VIF sebesar 2.192 < 10 atau nilai Collinierrity Tolerance 0,456 > 0,1, untuk variabel kepercayaan merek (X3) nilai VIF sebesar 2.136 < 10 atau nilai Collinierrity Tolerance 0,431 > 0,1, Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini data kuesioner hasil jawaban responden dengan sampel 100 orang konsumen pengguna gopay di Bandar Lampung, menyatakan bahwa keseluruhan dari variabel independen tidak ada gejala multikolinieritas terhadap variabel dependen.

#### 4.4 Hasil Uji Analisis Data

##### 4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Analisis Data 4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Uji regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dengan melihat nilai coefficients untuk mengetahui secara parsial besarnya pengaruh identitas merek (X1), citra merek (X2), kepercayaan merek (X3) loyalitas pelanggan (Y) Konsumen go-pay di Bandar Lampung. Adapun hasil uji regresi linier berganda, sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Hasil coefficients**

Variabel	Standar Dized Coefficients
	Beta
Costanta	1.585
X1 Terhadap Y	.168
X2 Terhadap Y	.407
X3 Terhadap Y	.141

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

$$1. Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_t$$

2. Keterangan :
3. Y = Loyalitas Pelanggan
4. X1 = Identitas Merek
5. X2 = citra merek
6. X3 = kepercayaan merek
7. a = Konstanta
8. b = Koefisien Regresi
9. e<sub>t</sub> = error term

Dari pengujian Coefficients, maka hasil uji regresi linier berganda, adalah:  
 $Y = 1585 + .168(X_1) + .407(X_2) + .141(X_3)$

1. Dari data hasil uji regresi berganda diatas diperoleh nilai Constanta sebesar 1585, dari hasil nilai tersebut menjelaskan bahwa perusahaan selalu menerapkan strategi Identitas Merek (X1), Ciyta Merek (X2), kepercayaan merek (X1) akan mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung, sebesar 1,585%.
2. Dari data hasil uji regresi berganda diatas diperoleh nilai untuk variable Identitasmerek(X2) sebesar 0,168, hasil nilai tersebut menjelaskan bahwa besarnya pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Go-pay di Bandar Lampung, sebesar 13,5%.
3. Dari data hasil uji regresi berganda diatas diperoleh nilai untuk variable citra merek (X2) sebesar 407, hasil nilai tersebut menjelaskan bahwa besarnya pengaruh citra merek (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung, sebesar 40,0%.
4. Dari data hasil uji regresi berganda diatas diperoleh nilai untuk variable kepercayaan merek (X3) sebesar 0,141, hasil nilai tersebut menjelaskan bahwa besarnya pengaruh variabel citra merek (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung, sebesar 14,2%.

### 1.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh, sebagai berikut:

**Tabel 4.20**

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R sekueare
.655 <sup>a</sup>	.429

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

Berdasarkan data tabel 4.21 diatas merupakan hasil dari pengujian koefisien korelasi, menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,655, dari hasil nilai tersebut menjelaskan tentang tingkat keeratan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini cukup kuat. Sedangkan nilai koefisien determinan R<sup>2</sup> (R square) sebesar 0,429, hasil nilai tersebut menjelaskan bahwa secara bersama-sama besarnya pengaruh variabel independen yaitu;identitas merek (X1), citra merek (X2), kepercayaan merek (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen gopay di Bandar Lampung, sebesar 65,1%, sedangkan sisanya 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 1.5 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis merupakan bagian dari tujuan suatu penelitian untuk menjawab atau membuktikan kebenaran dari suatu hipotesis yang telah disusun pada bab sebelumnya dalam penelitian ini. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (individu) yang menggunakan atau melihat nilai t dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel dengan tingkat

kepercayaan 95% dan Alpha 0,05. Adapun hasil dari pengolahan data kuesioner jawaban responden dalam penelitian ini, seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.21**

**Hasil Uji Koefisien uji t**

variabel	T hitung	T tabel	Kodisi	Kesimpulan
X1 terhadap Y	2,060	1,660	t hitung> t tabel	Ho ditolak dan Ha di treima
X2 terhadap Y	3,590	1,660	t hitung> t tabel	Ho ditolak dan Ha di treima
X3 terhadap Y	1,722	1,660	t hitung> t tabel	Ho ditolak dan Ha di treima

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

**H1** :Pengaruh identitas merek (X1) Terhadap loyalitas pelanggan (Y) Dari pengujian hipotesis pertama secara parsial yang menggunakan uji t diperoleh hasil nilai thitung untuk variabel citra merek (X1) sebesar 2,069 sedangkan nilai ttable dengan Alpha (0,05) dan df n-2 ( $100 - 2 = 98$ ) adalah sebesar 1,660, dengan demikian nilai thitung lebih besar dari nilai ttable ( $2,069 > 1,660$ ), sehingga dapat diartikan Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Maka kesimpulan dalam penelitian ini dari hasil pengujian hipotesis pertama menjelaskan bahwa terdapat pengaruh variabel identitas merek(X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen gopay di Bandar Lampung.

**H2** : Pengaruh citra merek (X2) Terhadap loyalitas pelanggan (Y) Dari pengujian hipotesis ke dua secara parsial yang menggunakan uji t diperoleh hasil nilai thitung untuk variabel citra merek (X2) sebesar 3,590, sedangkan nilai ttable dengan Alpha (0,05) dan df n-2 ( $100 - 2 = 98$ ) adalah sebesar 1,660, dengan demikian nilai thitung lebih besar dari nilai ttable ( $5.125 > 1,660$ ), sehingga dapat diartikan Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Maka kesimpulan dalam penelitian ini dari hasil pengujian hipotesis ke dua

menjelaskan bahwa terdapat pengaruh variabel citra merek (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen gop-ay di Bandar Lampung.

**H3** : Pengaruh kepercayaan merek (X3) Terhadap loyalitas pelanggan (Y) Dari pengujian hipotesis ke tiga secara parsial yang menggunakan uji t diperoleh hasil nilai thitung untuk variabel Promosi (X3) sebesar, sedangkan nilai ttable dengan Alpha (0,05) dan df n-2 ( $100 - 2 = 98$ ) adalah sebesar 1,660, dengan demikian nilai thitung lebih besar dari nilai ttable ( $1.722 > 1,660$ ), sehingga dapat diartikan  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka kesimpulan dalam penelitian ini dari hasil pengujian hipotesis ketiga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh variabel kepercayaan merek (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung.

#### 4.5.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis mengetahui apakah ada tidak nya pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan (bersama-sama) dengan membandingkan hasil nilai Fhitung dengan Ftabel dengan tingkat kepercayaan 95% dan Alpha 0,05. Adapun hasil dari pengolahan data kuesioner jawaban responden untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini, seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.221**

#### Hasil Uji Koefisien uji F

F Hitung	F Tabel	Kondisi	Kodisi
24.039	2,47	F Hitung > F Tabel	$H_0$ ditolak dan $H_a$ di teima

*Sumber hasil data diolah tahun 2021*

**H4** : Pengaruh identitas merek (X1), citra merek (X2), kepercayaan merek(X3) Terhadap loyalitas pelanggan (Y). Dari hasil pengujian hepetesis ke empat

secara bersama-sama dengan menelihat nilai pada tabel ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 24.039 sedangkan nilai Ftable dengan perhitungan dan Alpha 0,05 dan  $df1 = k - 1$  ( $5 - 1 = 4$ ) dan  $df2 = n - k$  ( $100 - 5 = 95$ ), adalah sebesar 2,47, dengan demikian hasil yang diperoleh menyatakan nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftable ( $24.039 > 2,47$ ). Maka hipotesis yang diajukan menyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka kesimpulan dalam penelitian ini dari hasil pengujian hipotesis keempat menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen, yaitu; identitas merek (X1), citra merek (X2), kepercayaan merek(X3) Terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung.

## **1.6 Pembahasan**

Hasil penelitian diketahui untuk membuktikan hipotesis dalam suatu penelitian. Dari hasil yang telah dijelaskan diatas diperoleh hasil pada nilai koefisien korelasi (R), menyatakan bahwa tingkat keeratan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen menyatakan cukup kuat. Sedangkan diperoleh hasil pada nilai koefisien determinan R sebesar 0,655, dari nilai tersebut menjelaskan tentang tingkat keeratan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini cukup kuat. Sedangkan nilai koefisien determinan R<sup>2</sup> (R square) sebesar 0,429, hasil nilai tersebut menjelaskan bahwa secara bersama-sama besarnya pengaruh variabel independen yaitu; identitas merek (X1), citra merek (X2), kepercayaan merek(X3) Terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung. sebesar 42.9%. Dari hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t dan uji F menyatakan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

### **4.6.1 Identitas Merek (X1) Mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y).**

Dari hasil pengujian hipotesis dengan nilai Coefficients menggunakan uji t dan melihat nilai signifikan untuk variabel identitas merek (X1)

diperoleh nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ). Jadi dapat diartikan hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh variabel identitas merek (X1), Terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung. Dengan adanya penjelasan diatas dapat diartikan bahwa identitas merek berdampak terhadap loyalitas pelanggan. Karena dalam variabel ini konsumen adapt memahami konsep dari merek merek dapat menggambarkan respon konsumen terhadap keseluruhan mengenai kualitas yang ditawarkan merek tersebut, respon sendiri dapat diartikan sebagai persepsi yang terbentuk dari pengalaman konsumen selama berinteraksi dengan merek melalui komunikasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh *Riny Herliyansyah 2018*.

#### **4.6.2 Citra Merek (X2) Mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y).**

Dari hasil pengujian hipotesis dengan nilai Coefficients menggunakan uji t dan melihat nilai signifikan untuk variabel identitas merek (X1) diperoleh nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ). Jadi dapat diartikan hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh variabel citra merek (X2), Terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung. Menurut (Meyer & Schwager, 2007) citra merek adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Dalam pembentukan Brand Image menurut (Schiffman dan Kanuk, 2007), Pengalaman dalam memakai suatu produk go pay akan membentuk Citra Merek di pikiran konsumen. Go pay dapat membentuk citra merek sebagai *fintech* yang memiliki daya tahan yang baik, memiliki spesifikasi yang tinggi dan keunggulan tersendiri daripada lainnya.



#### **4.6.3 Kepercayaan Merek (X3) Mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y).**

Dari hasil pengujian hipotesis dengan nilai Coefficients menggunakan uji  $t$  dan melihat nilai signifikan untuk variabel identitas merek (X1) diperoleh nilai  $t$ hitung lebih besar dari nilai  $t$ tabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ). Jadi dapat diartikan hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh variabel kepercayaan merek (X3), Terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung. Go-pay mampu mempengaruhi pelanggan untuk tetap percaya dalam menggunakan jasa yang ditawarkan. Dari keamanan kemudahan, layanan, terbaik Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Laely, N. (2016) mengenai Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga dengan adanya kepercayaan yang diberikan oleh seseorang akan mudah percaya dengan suatu produk atau jasa yang dapat membentuk loyalitas bagi pelanggan.

#### **4.6.4 identitas merek (X1), citra merek (X2), kepercayaan merek(X3) mempengaruhi Terhadap loyalitas pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian ANOVA tabel diperoleh nilai  $F$ hitung lebih besar dari nilai  $F$ tabel ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ). Jadi dapat diartikan hasil pengujian hipotesis ke enam dalam penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variable Pengaruh identitas merek (X1), citra merek (X2), kepercayaan merek(X3) Terhadap loyalitas pelanggan (Y) konsumen go-pay di Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu Selvi Normasari (2013) yang menyatakan bahwa citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Menurut (Low dan Lamb dalam Serrao, 2008:22) dijelaskan bahwa semakin dekat dan semakin baik sebuah kepercayaan merek, semakin

tinggi pula nilai merek dalam pandangan konsumen dan akan menjadikan konsumen loyal. Menurut (Hsieh, Pan, & Setiono dalam Anwar et al, 2011:73-79) citra merek membantu konsumen dalam mengenali kebutuhan mereka dan kepuasan mengenai merek, juga membedakan merek dari saingan lainnya memotivasi pelanggan untuk membeli produk yang berbeda dan menjadikan konsumen loyal terhadap Go-pay.