

**PENGARUH INOVASI, KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK**

(Studi pada pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta)



Oleh:

Disusun Oleh

RIDHWAN BUDI SULISTYO

NIM: 22222022

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SLAMET RIYADI
SURAKARTA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH INOVASI, KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK

(Studi pada pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta)



Surakarta, Februari 2025

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I

Dr Asih Handayani, M.Pd, M.Si.

Pembimbing II

Dr. Adcharina Pratiwi, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH INOVASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN POTONGAN HARGA

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK

(Studi pada Pengguna Aplikasi Gojek di Surakarta)

Disusun Oleh:

Ridhwan Budi Sulistyo

22222022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal: 19 Maret 2025

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Asih Handayani, M.Pd., M.Si
Ketua Penguji

(.....)

2. Dr. Adcharina Pratiwi, M.Si
Anggota Penguji

(.....)

3. Dr. Sutarno, SE., M.Si
Anggota Penguji

(.....)

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar magister

Surakarta,



Dr. Marjam Desma Rahadhini, SE., M.Si
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ridhwan Budi Sulistyo

NPM : 22222022

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis berjudul: “ **PENGARUH INOVASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK**” adalah betul-betul karya saya sendiri. Hal yang bukan karya saya, dalam Tesis ini diberi tanda Citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan tesis dan gelar yang saya peroleh dari penulisan Tesis ini.

Surakarta, Februari 2025



Ridhwan Budi Sulistyo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat. - Zig Ziglar

PERSEMBAHAN

Thesis ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Dra. Hj. Tri Hidayati., M. sc, Apt. yang selalu mendukung dan mendoakan dalam setiap proses.
2. Keluarga besar R.Ngt Hj.Ismijati & Mitro Soemarto.
3. Teman teman Seperjuangan Angkatan 41 Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi.
4. Teman sejawat dan sahabat yang selalu memberikan semangat serta doa terbaik.

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI KUALITAS PELAYANAN POTONGAN HARGA TARHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK

Oleh :

Ridhwan Budi Sulisty

e-mail : ridhwan.bs@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi gojek. Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu Pengguna Aplikasi Gojek yang sudah pernah menggunakan

Teknik pengambilan sampel pada penilitain ini teknik *purposive sampling*. Dengan metode pengambilan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang di gunaakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi gojek, Hasil Nilai F hitung 36,328 dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0,000. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai adjusted R^2 sebesar 0,516. Hal ini menunjukkan bahwa 59,0% dimiliki oleh variabel inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti sebesar 49,4%.

Kata Kunci : Inovasi, Kualitas pelayanan, Potongan harga dan Kepuasan pelanggan

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY INNOVATION PRICE CUTTING
ON CUSTOMER SATISFACTION OF THE GOJEK APPLICATION****By :****Ridhwan Budi Sulistyo****e-mail : ridhwan.bs@gmail.com**

This research aims to determine the influence of innovation, service quality and price discounts on customer satisfaction with the Gojek application. The type of data used in this research is quantitative. The population of this research is Gojek application users who have already used it

The sampling technique for this investigation was purposive sampling technique. With a sampling method of 100 respondents. The data analysis techniques used in this research are descriptive analysis, linear regression analysis, t test, f test, and coefficient of determination.

The results of this research show that the influence of innovation, service quality and price discounts is significant on customer satisfaction with the Gojek application. The calculated F value is 36.328 with a calculated significance value of 0.000. The test results show that the coefficient of determination (R^2) is that the customized R^2 value is 0.516. This shows that 59.0% is owned by innovation variables, service quality and price discounts while the remainder is influenced by other factors not researched at 49.4%.

Kata Kunci : Innovation, Service Quality, Price Discounts and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atau berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul:

PENGARUH INOVASI, KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Penulis menyadari dalam penyusunan tesis ini masih terdapat hal yang kurang sempurna, sehubungan dengan keterbatasan penulis, walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar itu dari pembahasan tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyelesaian penyusunan tesis ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Sutoyo, M.Pd. selaku Rektor Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
2. Dr. Marjam Desma Rahadhini S.E, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
3. Dr. Edi Wibowo SE., MM. selaku Kaprodi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
4. Dr. Asih Handayani M.Pd., M.Si. selaku Pembimbing I yang memberikan dorongan, bimbingan, pengarahan, dan pengalaman yang berharga selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta sampai mencapai gelar Magister Manajemen.
5. Dr. Adcharina Pratiwi, M.si selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran selalu meluangkan waktu untuk membimbing memberi pengarahan, dorongan dan masukan hingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu
6. Bapak / Ibu Dosen dan karyawan Program Studi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang telah banyak membantu penulis dalam menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta hingga penulis memperoleh gelar Magister Manajemen.

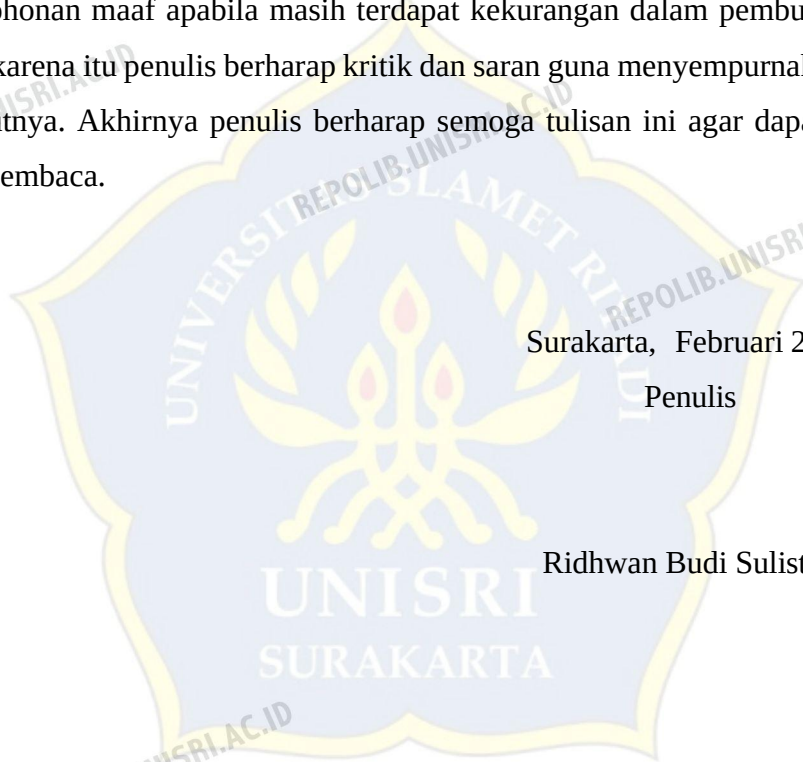
7. Orang tua dan semua keluarga besar yang telah memberi doa, dorongan, semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan tepat waktu.

Dengan penulisan tesis ini telah selesai disusun. Penulis mengucapkan permohonan maaf apabila masih terdapat kekurangan dalam pembuatan tesis ini. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran guna menyempurnakan penelitian berikutnya. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini agar dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surakarta, Februari 2025

Penulis

Ridhwan Budi Sulistyo



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. LANDASAN TEORI.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Lokasi dan Objek Penelitian.....	37
B. Analisis Data.....	44
C. Teknik analisis data.....	49
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Deskripsi Responden.....	52
B. Uji Instrumen.....	54
C. Uji Asumsi Klasik.....	57
D. Analisis Data.....	60

E. Uji Hipotesa	70
F. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77
C. Keterbatasan	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
Lampiran	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Research gap.....	17
Tabel 2. Karakter Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4 Karakteristik berdasarkan usia	53
Tabel 5. Hasil Uji validitas inovasi.....	54
Tabel 6. Hasil Uji validitas kualitas pelayanan.....	55
Tabel 7. Hasil Uji Potongan Harga.....	55
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 9. Hasil Uji Reabilitas.....	57
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 11 Hasil Multikolinieritas	58
Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 13. Tabel pemberian skor untuk jawaban kuisisioner	60
Tabel 14. Analisis deskriptif variabel Inovasi (X1).....	61
Tabel 15. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas pelaynan	63
Tabel 16. Analisis deskriptif variabel potongan harga	65
Tabel 17. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan pelanggan (Y)	67
Tabel 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 19. Hasil Uji t	71
Tabel 20. Hasil Uji F (Ketepatan Model).....	70
Tabel 21. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir.....	31
--	----



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital saat ini, layanan transportasi berbasis aplikasi semakin berkembang pesat, salah satunya adalah Gojek. Gojek hadir sebagai solusi transportasi yang praktis dan efisien, dengan berbagai layanan tambahan seperti *GoFood*, *GoSend*, dan *GoPay*. Persaingan ketat di industri ini menuntut Gojek untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan strategi harga yang kompetitif guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Faktor yang melatar belakangi perkembangan transportasi *online* sekarang adalah peningkatan pengguna *internet* di Indonesia yang nenerapa tahun belakangan menjadi gaya hidup masyarakat, Banyak individu yang menggunakan *social media*, *games*, dan pencarian informasi yang memerlukan *internet*, hal ini menandakan masyarakat Indonesia semakin berkembang sehingga mendorong perusahaan meningkatkan kualitas dalam persaingan ketat antar perusahaan, serta membuat perusahaan mengembangkan inovasi produk ataupun jasa berbasis aplikasi sebagai sarana penunjang keberhasilan perusahaan. Salah satu jasa transportasi *online* di Indonesia adalah Gojek. PT. Gojek Indonesia didirikan pada tahun 2010 di Jakarta dan CEO dijabat oleh Nadiem Makarim pemuda Indonesia lulusan *Harvard Business School*, *Universitas Harvard*, Amerika Serikat (<http://www.okezone.com>).

Tujuan PT. Gojek Indonesia meningkatkan kesejahteraan pekerja semua sector informal Indonesia, serta menjadi solusi utama pengiriman barang, pesanantar makanan, belanja, dan berpergian. Keunggulan PT. Gojek Indonesia adalah sistem pembayaran yang dilakukan dengan cepat dan pelanggan dapat memantau driver secara langsung (www.gojek.com).

Inovasi menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang dinamis. Aplikasi Gojek, yang awalnya dikenal sebagai layanan transportasi, telah berhasil melakukan inovasi dengan memperluas jangkauan layanannya menjadi berbagai kebutuhan sehari-hari, seperti pengiriman makanan (GoFood), pengiriman barang (GoSend), dan layanan keuangan (GoPay). Inovasi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang signifikan. memiliki hubungan yang sangat erat dengan. Kualitas pelayanan. Menurut (Rahman et al., 2021), terbukti bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi inovasi maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini juga dapat dilihat dalam salah satu situs pengunduh aplikasi mobile yaitu Playstore, dimana aplikasi Gojek memiliki rata-rata rating sebesar 4,2 sedangkan Grab memiliki rata-rata rating sebesar 4,4 dari pengunduhnya. Selain rating, pengunduh juga mengeluhkan beberapa hal yang berkaitan dengan aplikasi Gojek. Misalnya seperti mengenai update aplikasi yang justru menjadi tidak nyaman untuk digunakan, adanya permasalahan pada fitur pembayaran dan diskon dan permasalahan pada registrasi akun pengguna.

Selain itu, kualitas layanan atau *service quality* juga merupakan faktor yang penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan (Permana, 2022). Kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan memberikan pelayanan kepada para pelanggan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan pelanggan yaitu mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Menurut (Bayu & Agus, 2021) Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan bagian yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik atau buruk mencerminkan apa yang diterima konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya.

Potongan harga secara umum bagi pelanggan yang sensitif merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan harga yang lebih murah. Adanya potongan harga yang diberikan pihak Gojek kepada pelanggan akan memberikan nilai lebih di benak pelanggan dan merasa bahwa Gojek mampu memenuhi kebutuhan pribadi mereka. dengan adanya berbagai macam aplikasi penyedia jasa lain tentunya pemilik Gojek dalam menghadapi persaingan harus memunculkan inovasi-inovasi untuk strategi pemasaran dan penjualannya, yaitu berupa potongan harga. Pada saat ada penawaran konsumen tertarik untuk membelinya, karena konsumen mempersepsikan bahwa harga produk yang diskon tersebut lebih murah dari harga biasanya. Perusahaan memberikan diskon dengan harapan dan tujuan tertentu, baik nantinya hal tersebut akan menguntungkan konsumen ataupun perusahaan.

Menurut (Hamid & Susanti, 2023) Dengan potongan harga dapat mengurangi harga aslinya dan dilakukan hanya di waktu tertentu saja. Dampak potongan harga membuat konsumen senang karena mendapat pengurangan dari harga normal sebelumnya pada suatu produk atau jasa tertentu. Selain itu, diskon sesekali membuat konsumen senang karena tidak ada kebutuhan. Menanti hari ulang tahun periode berbelanja yang terkoneksi dengan internet kebangsaan pada tanggal dan bulan yang sama.(Wigati, 2023)

Kepuasan pelanggan menjadi faktor hal yang penting dalam sebuah layanan jasa. Jika suatu konsumen merasa puas pada suatu produk yang dia gunakan maka akan kembali menggunakan produk tersebut. Saat ini persaingan semakin ketat karena terdapat banyak layanan transportasi *online* yang bermunculan. Untuk dapat mempertahankan konsumennya Gojek akan selalu meningkatkan inovasi kualitas pelayanan dan akan memberikan potongan harga yang menarik. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya tentang pengaruh inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Hamid & Susanti, 2023) (Bayu & Agus, 2021), (Rahman et al., 2021), (Wigati, 2023). Hasil Ini bertentangan dengan (Kurniawan & Indrarti, 2023) yang menyatakan terdapat hubungan yang tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel inovasi terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini akan dilakukan dengan judul: Pengaruh inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta?
3. Apakah potongan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh Inovasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh potongan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Dapat di harapkan dalam penelitian ini dapat memperluas wawasan serta ide dan pengalaman sehingga dapat mengetahui tentang pengaruh inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Surakarta.

2. Manfaat Teoritis

Penemuan penelitian ini diharapkan dapat menambah kemajuan informasi, dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi para ilmuwan masa depan tentang masalah serupa yang terkait dengan pengaruh inovasi kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Surakarta.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Manajemen pemasaran

Kegiatan dalam sebuah perusahaan terwujud karena adanya manajemen pemasaran yang baik. dalam memajukan suatu perusahaan, manajemen pemasaran yang dijadikan sebagai dasar bertindak. Karena tanpa adanya manajemen pemasaran yang baik suatu perusahaan tidak akan mampu mencapai kesuksesannya. Perusahaan membutuhkan beragam cara untuk mampu mengelola program pemasarannya agar selaras dengan tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Perusahaan membutuhkan berbagai cara untuk dapat mengatur kegiatan pemasaran agar sesuai dengan tujuan. hal ini diperlukannya manajemen pemasaran agar dapat kemudahan untuk menjalankan tujuan bagian pemasaran dalam memasarkan produk atau jasa perusahaan. manajemen pemasaran dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan kelangsungan hidup perusahaan sejak dimulainya proses produksi hingga barang sampai pada konsumen. manajemen pemasaran juga berpengaruh besar kepada keberhasilan suatu perusahaan yang mana menghasilkan keuntungan untuk perusahaan.

Menurut Indrasari (2019:8) dalam (Akbar et al., 2023) manajemen pemasaran adalah sebuah rangkaian perencanaan, proses

pelaksanaan, pengawasan serta kegiatan penendalian pemasaran suatu produk, agar sebuah perusahaan bisa mencapai target secara efektif dan efisien.

Berdasarkan definisi di atas maka manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu dalam menentukan target pasar dengan cara mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan konsumen melalui pertukaran yang menguntungkan perusahaan dan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau perusahaan.

2. Perilaku konsumen

a. Pengertian perilaku konsumen

Menurut (Dewi, 2024), perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian.

Menurut Indrasari (2019) perilaku konsumen merupakan aktivitas ketika seseorang mendapatkan, mengkonsumsi, atau membuang barang atau jasa pada saat proses pembelian. Konsumen adalah instrumen penting dalam sebuah proses ekonomi. Konsumen didefinisikan sebagai orang yang membeli atau memakai produk, baik itu berupa barang maupun jasa yang dihasilkan produsen. Orang atau lembaga yang mendistribusikan ini disebut distributor. Perilaku konsumen adalah perilaku yang

ditampilkan oleh seseorang ketika mereka membeli, mengkonsumsi dan memakai produk atau layanan dari sebuah perusahaan. Dalam penjelasan lain, pengertian perilaku konsumen dapat juga diartikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen sehingga akhirnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan baik barang maupun jasa

B. Faktor Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang harus diketahui oleh suatu perusahaan. Menurut penjelasan (Dewi, 2024) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen ada tiga, yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Berikut ini adalah penjelasan lengkap menurut (Kotler et al, 2015) diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Faktor Budaya (*Culture Factor*)

Faktor budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih menampakkan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Faktor budaya terdiri dari budaya (*culture*) itu sendiri dan sub budaya (*sub-culture*).

b. Budaya (*Culture*)

Budaya adalah penentu dasar keinginan serta perilaku Pemasaran benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara dan mencari peluang untuk produk baru.

c. Sub budaya (*Sub-culture*)

Sub budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi bagi anggotanya. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Ketika sub budaya tumbuh besar dan cukup kaya maka perusahaan akan sering dalam merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka.

2. Faktor Sosial (*Social Factor*)

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi (*reference group*), keluarga (*family*) serta peran sosial dan status (*role and status*) turut mempengaruhi dalam perilaku pembelian. Di bawah ini dijelaskan mengenai kelompok acuan, keluarga dan peran status.

a. Kelompok Referensi (*Reference Group*)

Kelompok referensi adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.

b. Keluarga (*Family*)

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.

c. Peran dan Status (*Role and Status*)

Kelompok, klub dan organisasi sering menjadi sumber informasi penting dan membantu dalam mendefinisikan norma perilaku, dan dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam setiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran (*role*) terdiri dari kegiatan yang diharapkan akan dapat dilakukan seseorang dan setiap peran menyandang status.

3. Kepuasan pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut (Putri Maulidiah & Budiantono, 2023). kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar.

Faktor yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan menurut (Indrasari 2019:87-88) terdapat lima dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.

2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

b. Indikator yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan:

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut (Pratama & Budiarti, 2020) adalah:

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan

produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

4. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan kegiatan yang menyatukan interaksi secara keseluruhan antara penciptaan dan pengelolaan suatu tawaran atau barang baru, diprioritaskan atau lebih terjangkau dari sebelum adanya gagasan.

b. Indikator pengukuran inovasi

Menurut (muslichati, 2015) menyatakan bahwa pengukuran inovasi layanan dapat dilakukan melalui:

1. Menciptakan model bisnis baru, Mengembangkan model bisnis baru melibatkan perubahan mendasar dalam cara pendapatan dan keuntungan yang diperoleh. Inovasi dalam model bisnis dapat terjadi melalui integrasi bidang bisnis dalam satu proses, misalnya mendapatkan data basis pelanggan yang lebih luas dan menciptakan nilai lebih kepada pelanggan.
2. Mengembangkan layanan baru Pengembangan layanan baru, dapat terjadi dalam banyak cara, yaitu dalam bentuk jasa atau konsep-konsep baru. Bentuk jasa baru akan mempengaruhi kinerja pemasaran karena apabila pengembangan layanan berhasil diterapkan maka akan meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan, begitu juga sebaliknya apabila pengembangan

layanan tersebut tidak berhasil dalam penerapannya kinerja pemasaran perusahaan akan mengalami penurunan.

3. Membuat interaksi dengan pelanggan baru, Interaksi penyedia jasa dengan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat, interaksi ini membuat kedekatan antara konsumen dengan perusahaan sehingga perusahaan akan mudah mengetahui keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

5. Kualitas pelayanan

a. Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan

Menurut Tjiptono (2019:305) terdapat lima indikator utama dalam kualitas pelayanan, berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

2. *Reabilitily* (kepercayaan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Menentu personil perusahaan bekerja secara tepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan alokasi waktu yang dijanjikan.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kesedian karyawan membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera, menuntut personil perusahaan untuk bekerja dengan cepat atau dengan senang hati membantu pelanggan dalam menentukan pilihan produk, barang dan layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Contoh tidak memberikan pelanggan menunggu untuk menerima produk atau jasa terlalu lama.

4. *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan, kecakapan dan kesopanan karyawan perusahaan untuk mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan. Pelanggan yang ragu-ragu diyakinkan. Jaminan terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Misalnya ditekankan pada penampilan pegawai dalam berpakaian dan berbicara sopan, ramah kepada pelanggan.

5. *Emphaty* (empati)

Kepedulian dan perhatian karyawan atau pemilik usaha kepada semua pelanggan, meliputi kemudahan hubungan atau komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memanjakan pelanggan sebagai raja yang dilayani dengan baik dan menjadikan pelanggan sebagai aset kekayaan perusahaan yang harus dipelihara dan ditingkatkan kepuasannya. Sebagai contoh perusahaan memberikan waktu dan tempat khusus untuk pengaduan pelanggan dan segera memberi respon atas pengaduan pelanggan

6. Potongan harga

a. Pengertian potongan harga

Potongan harga adalah hal yang sangat disukai pelanggan. Diskon yang ditujukan untuk menurunkan harga produk atau jasa umumnya diberikan kepada konsumen, dengan diskon biasanya dilakukan dalam jangka waktu tertentu (Hikmawati & Megawati, 2022)

b. Indikator Potongan harga

Menurut (Belch & Belch, ada beberapa indikator Elisha, 2021) dalam:

1. Dapat merangsang konsumen untuk membeli dalam jumlah besar.
2. Ekonomis.
3. Mendukung perdagangan dalam jumlah besar.
4. Mengantisipasi promosi dari pesaing konsumen

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Research gap

1 No	2 Nama Peneliti	3 Judul Penelitian	4 Variabel	5 Teknik Analisis	6 Hasil penelitian
1	(Yuyun Wigati, 2023)	pengaruh e-service quality, food quality, dan diskon terhadap kepuasan pelanggan pada layanan gofood di aplikasi Gojek (studi pada pelanggan gofood pelajar / mahasiswa di sukoharjo)	Variabel Bebas: Diskon, Kualitas pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan pelanggan	Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Analisis regresi berganda	Hasil analisis dapat disimpulkan e-service quality dan diskon berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	(Veronika Masili et al., 2022))	Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada usaha toko bahan bangunan mentari di desa sea kecamatan pineleng kabupaten minahasa	Variabel bebas: kualitas pelayanan Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Partial Least Squares Structural Modeling (PLS SEM).	Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3	(Rahman et al., 2021)	Pengaruh kepercayaan, inovasi, dan kualitas layanan	Variabel bebas: Inovasi dan kualitas pelayanan	Partial Least Squares Structural	Hasil pengujian menunjukkan hubungan antara Kualitas layanan dan Kepuasan

		terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Gojek	Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Modeling (PLS SEM).	pelanggan adalah positif. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Kualitas layanan secara positif berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Gojek di kota Pekanbaru.
4	(Sindi Emya Br Ginting et al., 2024)	Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek	Variable bebas: potongan harga, kualitas pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan pelanggan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei.	Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial variabel potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (t) pada penelitian ini menunjukkan bahwa H2 diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.
5	(Syam Ma'arip Aiddul Fitra et al., 2020)	Inovasi, kualitas pelayanan driver dan e-	Variabel bebas: Inovasi,	Analisis ini dilakukan dengan menggunakan	Kualitas layanan dan Inovasi secara parsial berpengaruh

		servicescape terhadap kepuasan pelanggan Gojek	Kualitas pelayanan Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	an alat SPSS	positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Gojek di Surakarta.
6	(Irfan & desy, 2022)	Pengaruh citra merk, inovasi, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek <i>go-ride</i> ” (studi kasus pada masyarakat rt 015 palmeriam)	Variabel bebas: Inovasi, harga Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei.	Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Inovasi terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada masyarakat Palm eriam yang menggunakan jasa Gojek, Pengaruh 50 positif dan signifikan tersebut mempunyai makna bahwa semakin murah harga yang ditetapkan perusahaan dan memiliki kualitas yang baik sehingga harga yang dikeluarkan untuk produk atau jasa yang digunakan setimpal apa yang diharapkan oleh pelanggan
7	(Badri et al., 2023)	Pengaruh Kualitas	Variabel bebas:	Analisis ini dilakukan	Berdasarkan hasil penelitian

		Layanan Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen di Wilayah Bogor	Kualitas pelayanan Variabel terikat: Kepuasan Pelanggan	dengan menggunakan alat SPSS dan Microsoft Excel	dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan koefisien korelasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan dengan variabel kepuasan konsumen, dan tingkat pengaruhnya sangat kuat
8	(Ketut et al., 2023)	<i>Analysis of service quality, price and brand image on Gojek customer satisfaction in Bali</i>	Variabel bebas : Kualitas pelayanan, harga, Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Dalam studi ini menggunakan analisis regresi linier berganda)	Berdasarkan hasil analisis disebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan Gojek di Bali akan semakin meningkat
9	(Mulady & Sumadi, 2023)	<i>The influence of service quality, product quality, price, and innovation on customer loyalty at satay</i>	Variabel bebas: kualitas pelayanan, harga, inovasi Variabel terikat:	Penggunaan pengujian hipotesis Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	Dari empat variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan

		<i>restaurants with customer satisfaction as an intervening variable</i>	Kepuasan pelanggan	dengan program SmartPLS. Gambar q menunjukkan model penelitian.	inovasi terbukti mempunyai a berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening
10	(Baskara, 2022)	<i>The Effect of Price, Service Quality and Customer Value on Gojek Customer Satisfaction in Bekasi Regency</i>	Variabel bebas: kualitas pelayanan, harga, inovasi Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Penelitian menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hipotesisnya Pengujian terdiri dari tiga(tiga) bagian hasil pengujian hipotesis	Pada penelitian ini dapat disimpulkan secara simultan bahwa pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan di KABUPATEN BEKASI adalah signifikan karena hasil uji statistik F menunjukkan nilai F signifikan karena tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel tersebut. tingkat kepuasan lebih kecil dari tingkat signifikansi.
11	(Sari et al., 2024)	<i>The Influence of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction in Using Go-</i>	Variabel bebas : Kualitas layanan, Harga, Inovasi	menggunakan teknik sampling yaitu non-probability sampling dengan	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan hasil yang diperoleh Membuktikan terdapat pengaruh

		<i>Food Services in Palembang</i>	Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	menggunakan metode purposive sampling.	kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau keunggulan atau atribut layanan secara keseluruhan dikenal sebagai kualitas layanan. Pelanggan akan membandingkan layanan yang ditawarkan jika mereka merasa senang dengan barang atau jasa yang diterimanya
12	(Lestari et al., 2024)	The Influence of Price Perceptions, Service Quality and Trust on Gojek Customer Loyalty at the University of North Sumatra	Variabel bebas: Price, Service quality Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi PLS	Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan pada Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gojek di Universitas Sumatera Utara, serta kepercayaan. Namun,

					kualitas pelayanan ditemukan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pelanggan Gojek.
13	(Hamid & Susanti, 2023)	<i>The Influence of Service Quality and Price Cuts on GoFood Customer Satisfaction (survey of Instagram Account Followers @gofoodindonesia)</i>	Variabel bebas: Kualitas pelayanan, potongan harga Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Teknik dalam penelitian ini adalah non probability sampling yaitu penarikan sampel yang tidak menggunakan cara acak. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.	Berdasarkan hasil pengujian penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Terdapat korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Potongan Harga dengan nilai koefisien korelasinya sebesar 0,559 dan berada pada hubungan yang cukup kuat dan bernilai positif.
14	(Estamarinda et al., 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang	Variabel bebas: Kualitas pelayanan, harga Variabel Terikat: Kepuasan pelanggan	Teknik uji coba instrument dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data	Berdasarkan uji hipotesis dengan uji t Dengan demikian secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk

				yaitu uji normalitas, uji multikoloni eritas, uji heteroskedastitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, dan analisis koefisien determinasi. Dan kriteria pengujian hipotesis yaitu uji t dan uji f.	hipotesis pertama (H1). Uji hipotesis dengan uji t untuk variabel harga (X2) Dengan demikian secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk hipotesis kedua (H2). Dengan demikian secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan untuk hipotesis ketiga (H3).
15	(Kurniawan & Indrarti, 2023)	Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Inovasi dan Dampaknya terhadap Kepuasan pelanggan	Variabel bebas : Kualitas pelayanan, harga Variabel Terikat Kepuasan pelanggan	Teknik menggunakan metode path analysis dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan tidak signifikan. Pengaruh variabel inovasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,188 satuan. Artinya kenaikan pada variabel inovasi 1 satuan akan mempengaruhi kenaikan pada

					kepuasan pelanggan sebesar 0,188 satuan.
16	sari, 2020)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek (mahasiswa pengguna layanan go-ride dan go-food)	Variabel bebas: Kualitas pelayanan dan harga Variabel terikat: Kepuasan pelanggan	Pengolahan data menggunakan software SPSS	Hasil analisis ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. ada kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan
17	(Dewi, 2020)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt. Gojek indonesia cabang banjarmasin	Variabel bebas: Kualitas pelayanan dan pengaruh harga Variabel terikat: kepuasan pelanggan	Penelitian ini diolah menggunakan program SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,048
18	(Setiawan, 2022)	Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan Terhadap kepuasan konsumen Gojek (Studi kasus ini di wilayah kelurahan cipinang besar utara)	Variabel bebas : Kualitas pelayanan Variabel terikat Kepuasan Pelanggan	Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25.0	Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukan bahwa variabel promosi secara parsial tidak signifikan antara promosi terhadap kepuasan konsumen Gojek sebesar 74% di wilayah Cipinang

					Besar Utara. Tidak berpengaruh signifikan tersebut mempunyai makna bahwa promosi yang sama dengan pesaing maka tidak akan mempengaruhi konsumen di wilayah Cipinang Besar Utara.
19	(Hamid & Susanti, 2023)	Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Mahasiswa Pengguna Layanan Gojek di STIE-KBP Padang)	Variabel bebas: pengaruh harga dan kualitas pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan pelanggan	Penelitian ini diolah menggunakan program SPSS	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diolah menggunakan program SPSS dapat beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut. Pertama, Harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kedua, tangible berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga, empaty berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Keempat, reability tidak berpengaruh terhadap

					kepuasan pelanggan. Kelima, responsiveness tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Keenam, assurance berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
20	(Mustika & Fitriani, 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Jabodetabek	Variabel bebas: Kualitas pelayanan dan Harga Variabel Terikat: Kepuasan pelanggan	Pengolahan data menggunakan software SPSS versi 25	Merujuk pada hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, tanggapan responden menyatakan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan Gojek sudah baik. Merujuk pada hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, tanggapan responden menyatakan bahwa secara keseluruhan untuk variabel harga pada Gojek sudah baik

Sumber: (Wigati, 2023) (Masili et al., 2022) (Rahman et al., 2021) (Ginting et al., 2024) (Fitra et al., 2020) (Irfan & Desy, 2022) (Badri et al., 2023) (Ketut et al., 2023) (Mulady & Sumadi, 2023) (Baskara, 2022) (Hamid & Susanti, 2023); (Hikmawati & Megawati, 2022); (Kurniawan & Indrarti, 2023); (Setiawan, 2022); (Sari et al., 2024) (Lestari et al., 2024) (Elen Estamarinda et al., 2021) (sari, 2020); (Dewi, 2020); (Mustika & Fitriani, 2023)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut dapat diketahui perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sebagai berikut:

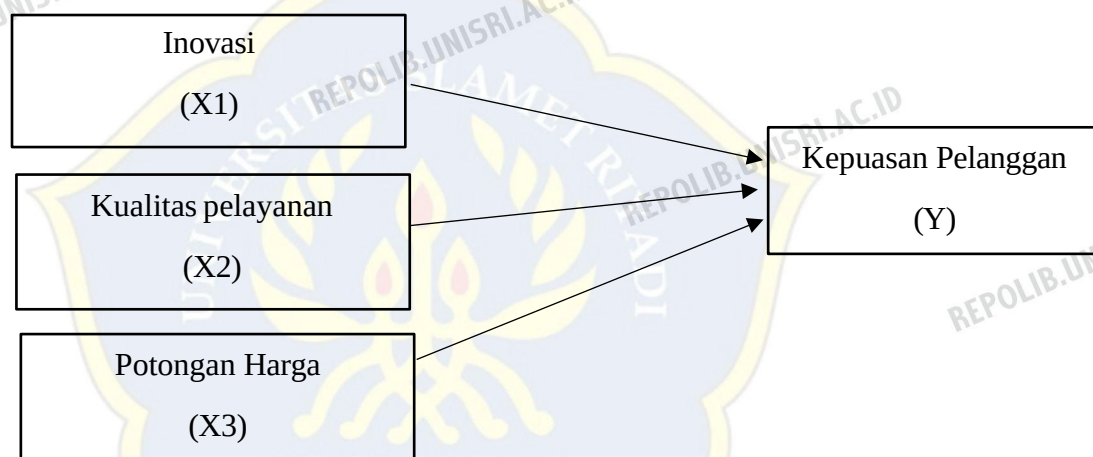
1. Penelitian (Wigati, 2023) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikat nya, sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian
2. Penelitian (Masili et al., 2022) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikat nya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang di teliti
3. Penelitian (Rahman et al., 2021) Persamaan penelitian terletak pada variable bebas dan terikat nya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang di teliti
4. Penelitian (Sindi Emya Br Ginting et al., 2024) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikat nya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang di teliti
5. Penelitian (Fitra et al., 2020) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang di teliti
6. Penelitian (Irfan & Desy, 2022) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikat nya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti

7. Penelitian (Badri et al., 2023) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
8. Penelitian (Ketut et al., 2023) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
9. Penelitian (Mulady & Sumadi, 2023) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
10. Penelitian (Baskara, 2022) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
11. Penelitian (Sari et al., 2024) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
12. Penelitian (Lestari et al., 2024) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
13. Penelitian (Hikmawati & Megawati, 2022) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
14. Penelitian (Estamarinda et al., 2021) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti

15. Penelitian (Kurniawan & Indrarti, 2023) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti dan hasil uji yang tidak signifikan dan positif pada satu variabelnya
16. Penelitian (Sari, 2020) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
17. Penelitian (Dewi, 2020) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
18. Penelitian (Setiawan, 2022) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
19. Penelitian (Hamid & Susanti, 2023) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti
20. Penelitian (Mustika & Fitriani, 2023) Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan terletak pada objek yang sedang diteliti,

C. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis

1. Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir

Keterangan:

Variabel Independen : Inovasi (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂),
Potongan harga (Diskon) (X₃)

Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan (Y)

2. Hipotesis

Hipotesis pada Penelitian kuantitatif adalah hipotesis statistik, pengujiannya dilakukan dengan statistik, diterima atau ditolak tergantung dari hasil perhitungan statistik dan tidak dapat berubah setelah ditetapkan awal, didasarkan atas teori yang kuat.

Dalam menyusun hipotesis didasarkan pada latar belakang masalah penelitian, landasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Sebelum hipotesis statistik dilakukan, maka disusun hipotesis teoritis sebagai berikut:

1. Pengaruh Inovasi pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek

Terdapat pengaruh inovasi pelayanan terhadap kepuasan Pengguna aplikasi Gojek Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan dapat berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama dan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan ingin bertahan lama dalam persaingan dan tetap berdiri dengan usahanya menurut Peneliti terdahulu (Sarli Rahman 2021), (Sujadi & Wahyono 2015) dan (Utami & Wartini 2015), terbukti bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap kepuasan

pelanggan, artinya semakin tinggi inovasi maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

H1: Inovasi pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek

Penelitian kualitas pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan (Permana, 2022). Selain itu, Menurut (Setiawan & Frianto, 2021) kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan bagian yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik atau buruk mencerminkan apa yang diterima konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya.

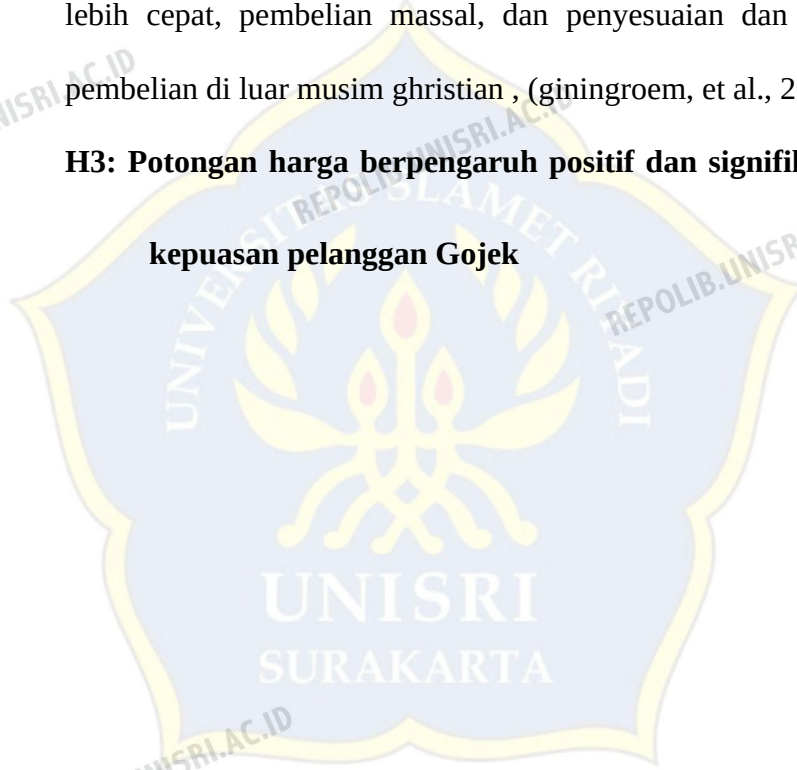
H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek

3. Pengaruh potongan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek.

Sekali diskon membuat konsumen senang karena tidak ada kebutuhan. Menanti hari ulang tahun periode berbelanja yang terkoneksi dengan internet kebangsaan pada tanggal dan bulan yang sama (cahyanti & risti, 2022). Dengan potongan harga dapat mengurangi harga aslinya

dan dilakukan hanya di waktu tertentu saja. Dampak potongan harga membuat konsumen senang karena mendapat pengurangan dari harga normal sebelumnya pada suatu produk atau jasa tertentu. Pembayaran lebih cepat, pembelian massal, dan penyesuaian dan diskon harga pembelian di luar musim ghristian , (giningroem, et al., 2021).

H3: Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Surakarta. Adapun Objek penelitian ini adalah Pengguna aplikasi Gojek di Surakarta.

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dapat juga disebut sebagai sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian, atau himpunan semua yang ingin diketahui. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Gojek di Surakarta yang tidak bisa ditentukan jumlahnya.

b. Sampel

Pengambilan sampel (sampling) merupakan tindakan mencari beberapa komponen seadanya dari populasi, akhirnya riset mengenai sampel dan memahami karakteristik akan membuat penyamarataan sifat komponen populasi.

Total populasi pada riset ini tidak terhingga, maka penetapan nilai sampel menggunakan rumus dari Paul Leedy dalam yaitu;

$$N = \frac{Z^2}{e} P (1 - P)$$

Penjelasan:

N = Jumlah sampel.

Z = nilai distribusi normal.

e = margin eror

Jumlah anggota populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka nilai P maksimal adalah 0,5. Bila menggunakan *confidence level* 95% dengan tingkat kesalahan yang digunakan 10% maka besar sampel adalah:

$$n = \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 (0,5) \left(1 - \frac{1}{0,5} \right) = 96,4$$

Berdasarkan rumus Paul Leedy di dapat sebanyak 96 responden

Maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil sebanyak 100 responden

c. Teknik pengambilan sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti .teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *teknik purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam (sugiyono,85) Alasan meggunakan teknik purposive sampling karena sesuai kriteria dalam penelitian ini.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data skunder diperoleh dari jurnal penelitian dan buku-buku yang ada hubungannya dengan penelitian dan data primer dari responden terhadap jawaban kuesioner.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *survey* dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner atau angket yang disebarakan kepada responden. Bentuk kuesioner berupa daftar pertanyaan yang disampaikan kepada pengguna aplikasi Gojek. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama meliputi deskripsi responden yang diminta untuk mengisi kuesioner. Bagian kedua berisi item-item pertanyaan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel Pengaruh Inovasi, Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga

Skala *likert* dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini, skala Likert yang mempunyai gradasi lima titik dari skala 1 sampai dengan skala 5. Skala Likert merupakan yaitu skala yang digunakan untuk menilai pendapat, sikap, cara pandang seseorang terhadap suatu fenomena sosial. dengan skala likert setiap jawaban dari setiap item instrumen mempunyai gradasi dari positif hingga negatif, maka dibuatlah skala penilaian yang rinciannya sebagai berikut:

Table 1 pemberian skor untuk jawaban kuesioner

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
2	Kurang Setuju	KS	3
3	Tidak setuju	TS	2
4	Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono,2019)

c. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1) Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel, yaitu:

a) Variabel dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsumuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019) Variabel dependen pada penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan (Y).

b) Variabel independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen adalah variabel-variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019) Variabel independen dalam penelitian ini yaitu inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga (X).

2) Definisi Operasional Variabel

a) Inovasi

Inovasi merupakan kegiatan yang menyatukan interaksi secara keseluruhan antara penciptaan dan pengelolaan pada pelanggan aplikasi Gojek di Surakarta. (Muschlihati Zakia Ela, 2020) dalam menyatakan bahwa pengukuran inovasi layanan dapat dilakukan melalui:

1. Menciptakan model bisnis baru mengembangkan model bisnis baru melibatkan perubahan mendasar dalam cara pendapatan dan keuntungan yang diperoleh.
2. Mengembangkan layanan baru dapat terjadi dalam banyak cara, yaitu dalam bentuk jasa atau konsep-konsep baru.
3. Membuat interaksi dengan pelanggan baru. Interaksi penyedia jasa dengan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat, interaksi ini membuat kedekatan antara pelanggan dengan penyedia layanan aplikasi Gojek

b) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Menurut (Tjiptono, 2019) terdapat lima indikator utama dalam kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik)
2. *Reability* (kepercayaan)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Empathy* (empati)

c) Potongan Harga

Menurut (Rahmawati, 2020), diskon harga adalah pengurangan harga produk dari harga biasanya selama jangka waktu tertentu. Diskon menawarkan harga yang lebih murah untuk produk yang sama dengan yang ditawarkan oleh pesaing yang menjual produk sejenis. Diskon dapat memberikan dampak positif pada persepsi pelanggan terhadap produk dan mempengaruhi persepsi konsumen yang berkaitan dengan keputusan pembelian. (Hasim & Lestari, 2022). Indikator dalam *Price Discount* menurut (Dinda, 2023) Indikator *Discount* yaitu :

1. Dapat merangsang konsumen untuk membeli dalam jumlah besar.
2. Ekonomis.

3. Mendukung perdagangan dalam jumlah besar.
4. Mengantisipasi promosi dari pesaing konsumen.

d) Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa terhadap pengguna aplikasi Gojek di Surakarta yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi nya. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut (Indrasari, 2019:92) yaitu:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

B. Analisis Data

1. Penelitian Metode Analisis data

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan software SPSS, Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda atau *Ordinary Least Square (OLS)*.

2. Regresi Linear Berganda

Regresi Linear berganda adalah suatu metode statistik yang di gunakan untuk menganalisis hubungan antara suatu variabel dependen (*variable* terikat) dengan dua atau lebih *variable* independen (*variable* bebas). Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh Inovasi, Kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. Persamaan regresi linear secara umum untuk menguji hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan pengguna

a: Koefisien Konstanta

b: Koefisien Regresi

X1: Inovasi

X2: Kualitas pelayanan

X3: Potongan harga

e: *Error*, variabel gangguan

3. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Penggunaan instrumen yang tepat sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan (Sürücü & Maslakçi, 2020). Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner sehingga harus diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa alat tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dengan konsisten (Miftahul Jannah et al., 2023) sebagai berikut:

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian secara akurat mengukur konstruk yang dimaksud, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan relevan untuk dianalisis lebih lanjut (Vicoet et al., 2023). Validitas yang baik menunjukkan bahwa instrumen tersebut mampu menangkap konsep teoritis dengan benar, memastikan kesesuaian antara item kuesioner dan variabel yang diukur (Farbmacher et al., 2022). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor individu dari setiap item dengan skor total variabel menggunakan teknik korelasi product moment. Suatu item dikategorikan valid jika $p\text{-value} < 0,05$, sementara jika $p\text{-value} > 0,05$, item tersebut dianggap tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan konsistensi internal dari instrumen penelitian, dengan tujuan agar setiap item dalam kuesioner menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya ketika diuji pada kondisi yang berbeda. Reliabilitas diukur menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, di mana nilai di atas 0.70 dianggap menunjukkan tingkat konsistensi yang baik. Reliabilitas yang tinggi adalah indikator penting bahwa instrumen tersebut secara konsisten mengukur konstruk yang dimaksud, sehingga dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut (Barrows et al., 2020)

3) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda merupakan prosedur penting yang dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas model regresi yang digunakan, uji ini mencakup beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi agar hasil estimasi parameter model dapat dipercaya dan *interpretable* (Rinaldi, 2021). Asumsi-asumsi tersebut meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah residual atau variabel penggunakan dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Menurut (Mishra et al., 2020), uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan perangkat lunak SPSS. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

jika nilai $p > 0,05$, maka distribusi data dianggap normal. Sebaliknya, jika nilai $p < 0,05$, distribusi data dianggap tidak normal atau tidak mendekati distribusi normal (El Bouch et al., 2022).

2. Uji Multikolinieritas

Uji *multikolinieritas* bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi. Untuk memenuhi prasyarat model regresi, nilai tolerance harus lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus kurang dari 10. Ketika nilai tolerance melebihi 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam model. Sebaliknya, jika nilai tolerance kurang dari atau sama dengan 0,10 dan nilai VIF mencapai 10, hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas. Analisis multikolinieritas dilakukan dengan memeriksa matriks korelasi antar variabel independen dan menghitung nilai tolerance serta VIF menggunakan perangkat lunak SPSS.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat variasi yang tidak sama dari residual antara satu pengamatan dan pengamatan lain dalam model regresi. Jika variasi tersebut tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda, disebut *heteroskedastisitas* (Firdausya & Indawati, 2023). Uji *heteroskedastisitas* dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser, yang melibatkan regresi nilai residual absolut terhadap variabel independen

menggunakan perangkat lunak SPSS. Keputusan dibuat berdasarkan kriteria bahwa jika nilai $p > 0,05$, maka tidak ada heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai $p < 0,05$, maka terdapat heteroskedastisitas (Nurcahya et al., 2023: 129).

4. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi dalam sebuah model regresi linear bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara kesalahan residual pada periode t dengan kesalahan residual pada periode sebelumnya ($t-1$), dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan menggunakan metode *Runs Test* dengan bantuan perangkat lunak SPSS kemudian keputusan diambil berdasarkan uji *Runs Test* adalah jika nilai p kurang dari 0,05, maka data dianggap mengalami autokorelasi, sedangkan jika nilai lebih besar dari 0,05, maka data dianggap bebas dari autokorelasi (Mulyanti, 2022: 18).

C. Teknik analisis data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah proses statistik yang bertujuan untuk menyajikan dan menggambarkan data secara sistematis agar dapat dipahami dengan lebih baik. Metode ini membantu peneliti untuk memahami karakteristik dasar dari data yang diamati sebelum melakukan analisis yang lebih lanjut (Dwiyanti et al., 2022).

Dalam konteks penelitian, analisis deskriptif sering kali digunakan sebagai langkah awal untuk menggambarkan sampel penelitian sebelum menjalankan analisis inferensial atau pemodelan statistik yang lebih kompleks (Prastyo et al., 2023).

2. Uji t

Uji t, juga dikenal sebagai uji signifikansi, adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel bebas (inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pengguna) (Liu & Wang, 2021:) dengan langkah-langkah pengujian berikut:

Menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1):

$H_0 : \beta_i = 0$, Artinya berpengaruh tidak signifikan variabel bebas
(Inovasi, Kualitas pelayanan, dan Potongan harga)
terhadap variabel terikat (Kepuasan pelanggan)

$H_a: \beta_1 \neq 0$, Artinya ada pengaruh yang signifikan variabel bebas (Inovasi, Kualitas pelayanan, dan Potongan harga) terhadap variabel terikat (Kepuasan pelanggan)

Level of significance (α) = 0,05

Menentukan kriteria pengujian:

H_0 diterima bila $p \text{ value} \geq 0,05$

H_0 ditolak bila $p \text{ value} < 0,05$

Kesimpulan:

Kriteria keputusan apabila $p \text{ value} \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat, sebaliknya apabila $p \text{ value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

3, Uji F

Uji kelayakan model bertujuan untuk mengetahui ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual (Ghozali,2016). Hal ini dilakukan dengan taraf signifikan 0.05($\alpha=5\%$). Berikut ketentuan penerimaan dan penolakan penelitian. Jika nilai signifikansi $f > 0.005$ maka model penelitian dikatakan tidak layak di gunakan. Jika nilai signifikansi $f < 0.005$ maka model penelitian dikatakan layak di gunakan

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada dasarnya analisis koefisien determinan adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variable (X) independent terhadap pengaruh variable (Y) dependen secara bersamaan. (Ghozali, 2020) Dimana perhitungan angka koefisien determinasi berada diantara angka nol dan satu. Nilai R square yang kecil mengindikasikan bahwa kemampuan variable bebas dalam menjalankan variasi variable dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu mengindikasikan bahwa variable bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variable dependen

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Analisa tabel merupakan penjelasan secara deskriptif dari data mengenai identitas diri responden yang dijadikan sampel. Data ini dibagi menjadi beberapa karakteristik, yaitu:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Karakter Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1.	Laki-laki	41	41%
2.	Perempuan	59	59%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan data tabel 4.1 diketahui bahwa perempuan lebih mendominasi daripada laki-laki dengan dibuktikan perempuan sebanyak 59 responden atau sebesar 59% dan laki-laki sebanyak 41 responden atau sebesar 41%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun jumlah responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1.	Mahasiswa	29	29%
2.	Karyawan Swasta	11	11%
3.	Wirausaha	34	34%
4.	Ibu Rumah Tangga	26	26%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan data tabel 4.2 diketahui bahwa status pekerjaan yang mendominasi adalah Wirausaha sebanyak 34 orang atau sebesar 34%, diikuti Mahasiswa sebanyak 29 orang atau sebesar 29%, kemudian Ibu Rumah Tangga sebanyak 26 orang atau sebesar 26% dan Karyawan Swasta sebanyak 11 orang atau sebesar 11%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4 Karakteristik berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1.	< 19 Tahun	23	23%
2.	20 – 45 Tahun	46	46%
3.	> 45 Tahun	31	31%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan data tabel 4.2 diketahui bahwa usia 20-45 tahun lebih mendominasi yaitu sebanyak 46 responden atau sebesar 46% sedangkan

usia lebih dari 45 tahun sebanyak 31 responden atau sebesar 31% dan usia dibawah 19 tahun sebanyak 23 responden atau sebesar 23%.

B. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. (Ghozali 2018:) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji Instrumen dalam penelitian ini diujikan kepada 100 responden dari masing-masing variabel yang diteliti. Uji *instrument* perlu dilakukan agar *instrument* yang digunakan benar-benar valid. Adapun hasil penelitian uji *instrument* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji validitas inovasi

Item	r_{xy}	Signifikan	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,736	0,000	0,195	Valid
2.	0,813	0,000	0,195	Valid
3.	0,887	0,000	0,195	Valid
4.	0,887	0,000	0,195	Valid
5.	0,745	0,000	0,195	Valid
6.	0,828	0,000	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Nilai r_{tabel} untuk sampel taraf signifikansi 0,05 adalah 0,195. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang inovasi adalah valid, karena nilai r_{xy} lebih besar dari r tabel. Dengan demikian semua butir pernyataan angket inovasi adalah *Valid*.

Tabel 6. Hasil Uji validitas kualitas pelayanan

Item	r_{xy}	Signifikan	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,871	0,000	0,195	Valid
2.	0,759	0,000	0,195	Valid
3.	0,990	0,000	0,195	Valid
4.	0,990	0,000	0,195	Valid
5.	0,869	0,000	0,195	Valid
6.	0,759	0,000	0,195	Valid
7.	0,976	0,000	0,195	Valid
8.	0,970	0,000	0,195	Valid
9.	0,942	0,000	0,195	Valid
10.	0,942	0,000	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Nilai r_{tabel} untuk sampel taraf signifikansi 0,05 adalah 0,195. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang kualitas pelayanan adalah valid, karena nilai r_{xy} lebih besar dari r tabel. Dengan demikian semua butir pernyataan angket kualitas pelayanan adalah Valid.

Tabel 7. Hasil Uji Potongan Harga

Item	r_{xy}	Signifikan	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,876	0,000	0,195	Valid
2.	0,870	0,000	0,195	Valid
3.	0,924	0,000	0,195	Valid
4.	0,933	0,000	0,195	Valid
5.	0,867	0,000	0,195	Valid
6.	0,890	0,000	0,195	Valid
7.	0,851	0,000	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Nilai r_{tabel} untuk sampel taraf signifikansi 0,05 adalah 0,195. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang potongan harga adalah valid, karena nilai r_{xy} lebih besar dari r tabel. Dengan demikian semua butir pernyataan angket potongan harga adalah Valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Item	r_{xy}	Signifikan	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,802	0,000	0,195	Valid
2.	0,549	0,000	0,195	Valid
3.	0,760	0,000	0,195	Valid
4.	0,885	0,000	0,195	Valid
5.	0,416	0,000	0,195	Valid
6.	0,738	0,000	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Nilai r_{tabel} untuk sampel taraf signifikansi 0,05 adalah 0,195. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang kepuasan pelanggan pelayanan adalah valid, karena nilai r_{xy} lebih besar dari r tabel. Dengan demikian semua butir pernyataan angket kepuasan pelanggan adalah *Valid*.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya, (Ghozali, 2018) menyatakan: “Reliabilitas menunjukan pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik”. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha Coeficient*, dimana kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2018).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung *cronbach's alpha* dari masing-masing instrumen dalam satu variabel, dengan kriteria standar nilai *cronbach's alpha* adalah 0,60. Hasil yang

diperoleh dari uji reliabilitas pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Kriteria	Keterangan
Inovasi (X_1)	0,891	> 0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,976	> 0,60	Reliabel
Potongan Harga (X_3)	0,955	> 0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,776	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8 menunjukkan instrumen penelitian yaitu data kuesioner dari inovasi, kualitas pelayanan, potongan harga dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel yang dilakukan pada 100 responden. Hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan instrumen penelitian tersebut memiliki kehandalan instrumen data untuk melanjutkan proses penelitian.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov – Smirnov. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov – Smirrov	<i>p-value</i> (sig)	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	1,264	0,082	Normal

Sumber: data diolah, 2025

Dari hasil pengujian Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk model regresi $> 0,05$ artinya hasil ini menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk uji normalitas dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

2. Multikolinieritas

Dalam penelitian ini uji adanya multikolinearitas dilihat berdasarkan *Tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas dari model regresi selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 11 Hasil Multikolinieritas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Inovasi	0,960	1,042	Tidak terjadi multikolinearitas
Pelayanan	0,946	1,057	Tidak terjadi multikolinearitas
Potongan	0,954	1,049	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: data primer diolah, 2025

Dari tabel 4.10 dapat diketahui tidak terjadi masalah multikolinearitas dari persamaan penelitian ini. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $VIF > 10$ dan didukung dengan nilai *Tolerance Value* $> 0,1$.

3. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan variabel pengganggu yang memiliki varian yang berbeda dari satu observasi ke observasi lainnya. Hasil uji heteroskedastisitas secara singkat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t hitung	Sig	Keterangan
Inovasi	-1,181	0,240	Tidak ada heteroskedastisitas
Pelayanan	-0,723	0,472	Tidak ada heteroskedastisitas
Potongan	-0,881	0,381	Tidak ada heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil tersebut di atas diketahui besarnya nilai signifikansi lebih besar dari α (0,05) maka H_0 diterima / H_a ditolak sehingga *t-test* tidak signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas.

D. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Deskriptif variabel penelitian Skala likert dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini, skala Likert yang mempunyai gradasi lima titik dari skala 1 sampai dengan skala 5. Skala Likert merupakan yaitu skala yang digunakan untuk menilai pendapat, sikap, cara pandang seseorang terhadap suatu fenomena sosial. dengan skala likert setiap jawaban dari setiap item item instrumen mempunyai gradasi dari positif hingga negatif, maka dibuatlah skala penilaian yang rinciannya sebagai berikut:

Tabel 13.

Tabel pemberian skor untuk jawaban kuisioner

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
2	Kurang Setuju	KS	3
3	Tidak setuju	TS	2
4	Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:94)

Hasil Analisis deskriptif pada tabel berikut:

Tabel 14.

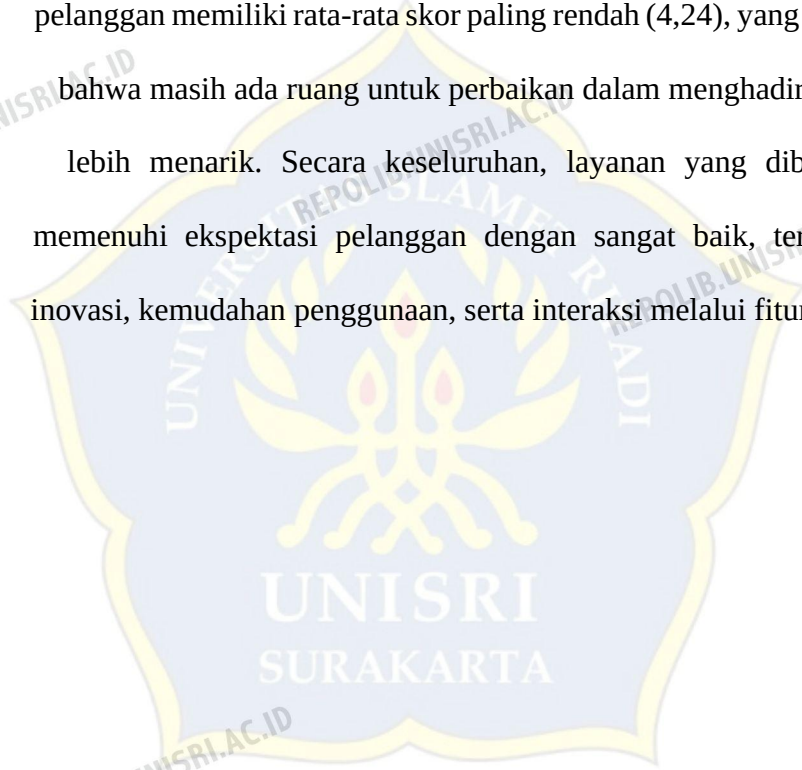
Analisis deskriptif variabel Inovasi (X1)

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah Skor	Rata - Rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1.	Saya selalu tercukupi dengan adanya ide sehingga menarik pelanggan	69	31	0	0	0	499	4,99
2.	Saya selalu terpuaskan dengan adanya trand baru sehingga dapat menarik pelanggan	61	29	10	0	0	424	4,24
3.	Saya Selalu merasa terpenuhi dengan layanan yang di berikan	73	26	1	0	0	472	4,72
4.	Saya dapat menggunakan layanan yang di sesuaikan dengan kebutuhan dengan mudah	73	26	1	0	0	478	4,78
5.	Saya selalu puas dengan Intraksi yang di berikan oleh penyedia aplikasi melalui fitur <i>live chat</i> berjalan dengan baik	54	43	3	0	0	445	4,45
6.	Saya merasa terbantu atas kecepatan respons dari tim layanan yang tersebida	73	26	1	0	0	469	4,69

Berdasarkan data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap berbagai aspek layanan yang diberikan. Rata-rata skor tertinggi (4,99) terdapat pada aspek yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan inovasi yang diberikan. Aspek lain, seperti kemudahan penggunaan layanan (4,78),

pemenuhan layanan (4,72), dan kecepatan respons tim layanan (4,69), juga mendapat skor tinggi, menunjukkan kepuasan pelanggan yang signifikan.

Namun, aspek terkait kepuasan terhadap tren baru untuk menarik pelanggan memiliki rata-rata skor paling rendah (4,24), yang menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan dalam menghadirkan tren yang lebih menarik. Secara keseluruhan, layanan yang diberikan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan dengan sangat baik, terutama dalam inovasi, kemudahan penggunaan, serta interaksi melalui fitur live chat.



Tabel 15.

Analisis Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah Skor	Rata - Rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1.	Saya merasakan aplikasi Gojek dapat memberikan pelayanan dengan cepat	71	28	1	0	0	470	4,7
2.	Saya meyakini Gojek mampu memberikan pelayanan yang relevan	72	25	3	0	0	469	4,69
3.	Saya merasakan Gojek dapat Mengani keluhan pengguna dengan cepat	69	18	13	0	0	456	4,56
4.	Saya berpandangan Aplikasi Gojek dapat Selalu menghadapi pengguna aplikasi dengan profesional	69	18	13	0	0	456	4,56
5.	Saya meyakini Gojek selalu memiliki kualitas dan fitur yang unggul di banding competitor lain	71	26	3	0	0	468	4,68
6.	Saya merasa aplikasi Gojek memberikan rasa aman kepada pelanggan dalam setiap transaksi	72	25	3	0	0	469	4,69
7.	Aplikasi Gojek selalu memahami kebutuhan dan kepentingan pengguna	69	20	11	0	0	458	4,58
8.	Selalu memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi	69	21	10	0	0	459	4,59
9.	Saya merasakan Aplikasi Gojek selalu Memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan	70	20	10	0	0	460	4,6
10.	Aplikasi Gojek Memiliki fitur layanan yang mendukung dan memadahi	70	20	10	0	0	460	4,6

Berdasarkan data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap layanan yang diberikan oleh

aplikasi Gojek. Aspek dengan skor tertinggi adalah kecepatan pelayanan (4,7), relevansi layanan (4,69), serta keamanan transaksi (4,69), yang menunjukkan bahwa pengguna merasa puas dengan efisiensi dan keamanan aplikasi Gojek.

Kualitas dan fitur unggulan dibanding kompetitor (4,68) juga mendapat apresiasi tinggi, menandakan bahwa Gojek mampu bersaing dalam industri layanan berbasis aplikasi. Respons terhadap keluhan pengguna (4,56) dan profesionalisme dalam menghadapi pengguna (4,56) memiliki skor paling rendah dibanding aspek lainnya, meskipun masih berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa ada ruang untuk peningkatan dalam menangani keluhan pengguna dengan lebih cepat dan profesional. Secara keseluruhan,

Tabel 16.

Analisis deskriptif variabel potongan harga

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah Skor	Rata - Rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1.	Saya memiliki rencana untuk terus menggunakan aplikasi Gojek jika di sediakan diskon dalam jumlah tertentu	62	34	3	1	0	457	4,57
2.	Saya akan lebih memilih menggunakan Aplikasi Gojek karena dalam setiap produk memiliki fitur gratis ongkos kirim	54	39	6	1	0	446	4,46
3.	Saya meyakini bahwa potongan harga memberikan keuntungan yang ekonomis kepada pelanggan	57	35	7	1	0	448	4,48
4.	Saya lebih memilih aplikasi Gojek karena diskon yang besar di banding toko lain dan produk tetap berkualitas	57	33	9	1	0	446	4,46
5.	Saya akan terus menggunakan layanan Gojek karena memiliki program loyalitas atau diskon khusus pelanggan tetap	52	39	9	0	0	443	4,43
6.	Saya tidak akan ragu menggunakan layanan aplikasi Gojek karena selalu menawarkan potongan harga yang lebih besar	58	35	7	0	0	451	4,51
7.	Saya akan selalu berusaha menggunakan aplikasi layanan Gojek karena selalu menggunakan program layanan loyalitas atau cash back	59	36	5	0	0	454	4,54

Berdasarkan data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan positif untuk terus menggunakan aplikasi Gojek, terutama karena adanya berbagai bentuk diskon, potongan harga, dan program loyalitas.

Faktor utama yang mendorong loyalitas pelanggan adalah diskon dan program loyalitas, dengan skor tertinggi pada aspek rencana penggunaan berkelanjutan jika ada diskon tertentu (4,57) dan program cashback atau loyalitas (4,54). Gratis ongkos kirim (4,46) dan diskon besar dibanding toko lain (4,46) juga menjadi faktor penting dalam keputusan pengguna memilih Gojek dibanding kompetitor. Keuntungan ekonomis dari potongan harga (4,48) serta keyakinan bahwa Gojek menawarkan potongan harga lebih besar (4,51) menunjukkan bahwa insentif harga memainkan peran besar dalam daya tarik layanan. Program loyalitas untuk pelanggan tetap (4,43) memiliki skor paling rendah dalam tabel, yang menunjukkan bahwa meskipun program ini dihargai, mungkin masih perlu dikembangkan lebih lanjut agar semakin menarik bagi pelanggan. Secara keseluruhan, strategi promosi berbasis diskon, potongan harga, dan program loyalitas menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan Gojek. Peningkatan dan inovasi dalam program loyalitas dapat menjadi strategi efektif untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

Tabel 17.

Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah Skor	Rata - Rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1.	Saya merasakan bahwa fitur layanan yang di berikan berjalan sesuai dengan yang harapan	47	47	6	0	0	441	4,41
2.	Saya merasakan aplikasi Gojek selalu memberikan layanan dan fitur yang mendukung	51	45	4	0	0	447	4,47
3.	Saya akan setia selalu menggunakan Layanan dari aplikasi Gojek	78	6	16	0	0	462	4,62
4.	Saya akan selalu menggunakan aplikasi Gojek karena pelayanan yang bagus serta fitur yang baik	49	40	11	0	0	438	4,38
5.	Saya berniat untuk merekomendasikan aplikasi Gojek karena pelayanan dan fitur yang di berikan sangat memuaskan	59	26	15	0	0	444	4,44
6.	Saya bersedia merekomendasikan ke rekan kerja, teman dan saudarakarena harga dan produk yang di berikan bervariasi	80	6	14	0	0	466	4,66

Berdasarkan data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan dan fitur yang disediakan oleh aplikasi Gojek.

Kesetiaan pengguna terhadap Gojek cukup tinggi, dengan skor tertinggi pada pernyataan kesediaan merekomendasikan ke rekan, teman, dan saudara (4,66) serta kesetiaan dalam menggunakan layanan Gojek (4,62).

Ini menunjukkan bahwa Gojek memiliki basis pelanggan yang loyal.

Layanan dan fitur yang diberikan dinilai baik oleh pengguna, terbukti dari skor yang cukup tinggi pada aspek fitur yang mendukung (4,47), kesesuaian layanan dengan harapan (4,41), dan pelayanan serta fitur yang baik (4,38).

Pengguna juga cenderung merekomendasikan Gojek kepada orang lain (4,44), yang menunjukkan kepuasan terhadap layanan dan fitur yang diberikan. Aspek dengan skor paling rendah adalah “pelayanan yang bagus serta fitur yang baik” (4,38), yang meskipun masih dalam kategori baik, dapat menjadi area perbaikan bagi Gojek untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Secara keseluruhan, pengguna merasa puas dengan layanan dan fitur Gojek, serta memiliki kecenderungan untuk tetap menggunakan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Fokus pada peningkatan fitur dan pelayanan dapat semakin memperkuat loyalitas pelanggan.

4. Analisa Regresi Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis data untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen (X) terhadap variabel (Y). dimana variabel X terdiri dari inovasi, pelayanan dan potongan harga, Dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 26.0 koefisien regresi yang diperoleh dari hasil pengolahan data adalah:

Tabel 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Beta	t _{hit}	Sig
(Constant)	0,548	0.202	.841
Inovasi	0,339	4,293	.000
Pelayanan	0,128	3,600	.001
Potongan	0,352	7,027	.000
R	= 0,729	Fhitung	= 36,238
R ²	= 0,531	Sig	= 0,000
Adjusted R ²	= 0,516		

Sumber: Data primer diolah 2025.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dibuat fungsi persamaan:

$$Y = 0,548 + 0,339X_1 + 0,128X_2 + 0,352X_3 + e$$

Dari persamaan di atas maka diinterpretasikan sebagai berikut:

Koefisien $b_1 = 0,339$ bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa inovasi mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,339.

Koefisien $b_2 = 0,128$ bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,128.

Koefisien $b_3 = 0,352$ bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa potongan harga mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,352.

E. Uji Hipotesa

1. Uji t (Regresi Parsial)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik t , dimana uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Adapun hasil secara ringkas sebagai berikut:

Tabel 19.

Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Keterangan
Inovasi	4,293	1,984	0,000	Signifikan
Pelayanan	3,600	1,984	0,001	Signifikan
Potongan Harga	7,027	1,984	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2025

Uji t yang berarti secara individual variabel independen (inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

1. Variabel inovasi diketahui nilai uji statistik t_{hitung} sebesar 4,293 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05 (\alpha)$. Hal ini berarti variabel inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel kualitas pelayanan diketahui nilai uji statistik t_{hitung} sebesar 3,600 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05 (\alpha)$. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Variabel potongan harga diketahui nilai uji statistik t_{hitung} sebesar 7,027 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05 (\alpha)$. Hal ini berarti variabel potongan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama yang dimasukkan kedalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F secara ringkas sebagai berikut:

Tabel 20.
Hasil Uji F (Regresi Simultan)

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Nilai Sig	Keterangan
Inovasi, Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga	36,238	3,15	0,000	H_0 ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji F diketahui sebesar 36,238 sedangkan nilai signifikan hitung sebesar 0,000, hal ini berarti variabel inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan, dengan demikian hasil dapat dikatakan *goodness of fit*.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun hasil secara ringkas disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 19.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,729	0,531	0,516	1,95192

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai adjusted R^2 sebesar 0,516, dengan demikian kemampuan modal dalam menerangkan variabel variabel kepuasan pelanggan sebesar 51,6%. Hal ini menunjukkan bahwa 59,0% dimiliki oleh variabel inovasi, kualitas pelayanan dan potongan harga sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti sebesar 49,4%.

F. Pembahasan

3. Pengaruh Inovasi terhadap kepuasan pelanggan aplikasi gojek di Surakarta

Hasil uji pengaruh variabel inovasi (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Variabel inovasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,293 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berarti inovasi (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Syam Ma'arif Aiddul Fitra et al., 2020), (Husein Arif Irfan et al., 2022) yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Gojek di kota Surakarta

Berdasarkan hasil analisis diskriptif variabel Inovasi Inovasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan, terutama dalam industri berbasis teknologi seperti layanan transportasi online. Gojek sebagai salah satu platform super-app di Indonesia terus melakukan inovasi dalam berbagai aspek, seperti fitur aplikasi, metode pembayaran, hingga layanan tambahan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi yang dilakukan oleh Gojek memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi gojek di kota Surakarta

Hasil Uji pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah Variabel pelayanan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,600 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berarti kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian ini di dukung oleh (Veronika Masili et al.,2022), (Rahman et al.,2021) ,(YuyunWigati,2023),(Sari et al.,2024), (Aulia Indah Sari,2020).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam konteks bisnis jasa, kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana layanan yang diberikan oleh perusahaan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan variabel kualitas pelayanan berdasarkan beberapa dimensi utama yang sering digunakan dalam penelitian layanan pelanggan.

5. Pengaruh Potongan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi gojek di kota Surakarta

Hasil Uji pengaruh variabel potongan harga (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah Variabel potongan harga (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,027 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berarti potongan harga (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian ini di dukung oleh (Hamid Susanti,2023), (Lestari et al,2024) yang menyatakan bahwa potongan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Potongan harga atau diskon merupakan salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan oleh perusahaan untuk menarik pelanggan, meningkatkan volume penjualan, dan mendorong loyalitas pelanggan. Dalam konteks bisnis ritel, e-commerce, dan layanan berbasis aplikasi, potongan harga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan serta persepsi mereka terhadap nilai produk atau layanan. Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan variabel potongan harga dengan melihat dampaknya terhadap perilaku pelanggan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel inovasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel potongan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai adjusted R^2 sebesar 0,516. Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa variabel inovasi, kualitas produk dan potongan mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 51,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 49,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi perusahaan agar terus mempertahankan dan tetap melalui inovasi-inovasi produk agar pelanggan nyaman saat menggunakan jasanya sehingga produk yang ditawarkan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Bagi pemilik agar dalam pengaturan aplikasi Gojeknya agar semua para driver Gojek mendapatkan hak dan kewajibannya saat melayani pelanggan dan memberikan keamanan saat menggunakan jasa Gojek.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel yang diteliti tidak hanya pada variabel inovasi, kualitas pelayanan, dan potongan harga dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

C. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Dalam pengisian kuisioner kemungkinan responden tidak mengisi dengan sungguh sungguh sehingga mengakibatkan jawaban yang di berikan tidak sesuai denan kondisi yang di alami oleh responden
2. Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini hanya empat variable yaitu: Variabel bebas meliputi Inovasi, Kualitas pelayanan, Potongan harga dan Variabel terikat Kepuasan pelanggan. Harapan peneliti selanjutnya bisa menambahkan variable lain yang mampu memberikan sumbangan pengaruh yang lebih besar

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Indah Sari. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Mahasiswa Pengguna Layanan Go-Ride Dan Go-Food)*. <https://eprints.ums.ac.id/85966/11/Naspub%20aulia.pdf>
- Badri, M. H., Djuhartono, T., & Vhalery, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wilayah Bogor. *Journal Of Academia Perspectives*, 3(1), 18–23. <https://doi.org/10.30998/jap.v3i1.1712>
- Baskara, I. (2022). The Effect Of Price, Service Quality And Customer Value On Gojek Customer Satisfaction In Bekasi Regency. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.7013>
- Chaerunisa Candra Dewi. (2024). *Consumer Preference Produk Culinary Oleh-Oleh Lokal Kota Bogor (Studi Kasus Pada Roti Unyil Venus Di Kota Bogor)*.
- Desy Amaliati Setiawan. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus Ini Di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara). *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Dewi, R. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Gojek Indonesia Cabang Banjarmasin*. <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/873/>
- Elen Estamarinda, Akila, & Sinarti Tri. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manivestasi*, 3, 69–82.
- Fadilah Nur Dinda. (2023). *Pengaruh Price Discount Dan Product Bundling Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Konsumen Cupq Go Ice Blend [Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta]*. eprints.iain-surakarta.ac.id
- Hamid, A., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Gojek Di Stie-Kbp Padang). *Jurnal Economina*, 2(3). <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.405>
- Hikmawati, A., & Megawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gofood (Survey Pada Follower Akun Instagram @Gofoodindonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 49–60. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7058907>

- Husein Arif Irfan, & Setiyawan Aemliati Desy. (2022). Pengaruh Citra Merk, Inovasi, Dan Persepsi Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Go-Ride” (Studi Kasus Pada Masyarakat Rt 015 Palmeriam). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*.
- Ketut, R. P., Putu, A. A., Galih, K., Ida, Y., & Nyoman, A. (2023). Analysis Of Service Quality, Price, And Brand Image On Gojek Customers Satisfaction In Bali. *Russian Journal Of Agricultural And Socio-Economic Sciences*.
- Kurniawan, A., & Indrarti, W. (2023). Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 210–225. <https://doi.org/10.37012/ileka.V4i1.1604>
- Lestari, E., Lubis, A. N., Karina, B., & Sembiring, F. (2024). The Influence Of Price Perceptions, Service Quality And Trust On Gojek Customer Loyalty At The Universitas Sumatera Utara. *Proceeding Of The International Conference On Business And Economics*, 2(2), 30–38. <https://doi.org/10.56444/Icbeuntagsmg.V2i1.1882>
- Liana Mustika, & Utami Nur Fitriani. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Jabodetabek. *E-Proceeding Of Management*, 205–215.
- Muhammad Akbar, Syifi Fauziyah, & Ratni Ratni. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bolu Bakar Pada Usaha Rumahan Ibu Yuli Di Desa Pepara Kecamatan Tanah Grogot. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 306–318. <https://doi.org/10.61132/Manuhara.V1i3.267>
- Mulady, R., & Sumadi. (2023). The Influence Of Service Quality, Product Quality, Price, And Innovation On Customer Loyalty At Satay Restaurant With The Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *International Journal Of Research In Business And Social Science* (2147- 4478), 12(4), 115–122. <https://doi.org/10.20525/Ijrb.V12i4.2613>
- Muschlihati Zakia Ela. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layananterhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Di Kabupaten Kudus. *Universitas Negeri Semarang*.
- Pratama, Y. W., & Budiarti, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Pt. Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero)*.
- Putri Maulidiah, E., & Budiantono, B. (2023). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*. 2(3).
- Rahman, S., Santoso, P. H., Stevanie, S., & Rusmansyah, W. (2021). The Influence Of Trust, Innovation, And Service Quality On Customer Satisfaction And

- Loyalty On Gojek Customers. In *Kewirausahaan Dan Bisnis* (Vol. 65, Issue 1). [Http://Www.Ejournal.Pelitaindonesia.Ac.Id/Ojs32/Index.Php/Kurs/Index](http://Www.Ejournal.Pelitaindonesia.Ac.Id/Ojs32/Index.Php/Kurs/Index)
- Sari, S. S., Maulana, A., Shihab, M. S., & Wahab, Z. (2024). The Influence Of Service Quality And Price Perception On Customer Satisfaction In Using Go-Food Services In Palembang. *Irjems International Research Journal Of Economics And Management Studies*. <https://doi.org/10.56472/25835238/Irjems-V3i8p111>
- Setiawan Putra Bayu, & Frianto Agus. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian).: *Journal Of Business And Innovation Management*, 3 Nomor 3.
- Sindi Emya Br Ginting, Harris P Nasution, Erwinsyah Simanungkalit, Indra Siregar, & Enda Surbakti. (2024). Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(4), 390–408. <https://doi.org/10.54066/Jrime-Itb.V2i4.2506>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D: Vol. Bandung*. Alfabeta.
- Syam Ma'arip Aiddul Fitra, Kustiyah Eny, & Damayanti Ratna. (2020). Inovasi, Kualitas Pelayanan Driver Dan E-Servicescape Terhadap Keputusan Penggunaan Gojek Di Surakarta. *Edunomika*.
- Veronika Masili, Bode Lumanauw, & Maria V.J. Tielung. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal Emba*.
- Yuyun Wigati. (2023). *Pengaruh E-Service Quality , Food Quality, Dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Gofood Di Aplikasi Gojek (Studi Pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa Di Sukoharjo)*.

Lampiran

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Pekerjaan : a. Mahasiswa
b. Karyawan Swasta
c. Wirausaha
d. Ibu rumah tangga
4. Usia : a. < 19 tahun
b. 20 – 45 tahun
c. > 45 tahun

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Tentukan jawaban Bapak/Ibu dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang disediakan dengan memberikan tanda silang (X), alternatif jawabannya adalah:

SS berarti Sangat Setuju dengan pernyataan yang diajukan

S berarti Setuju dengan pernyataan yang diajukan

TS berarti Tidak Setuju dengan pernyataan yang diajukan

STS berarti Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan yang diajukan

2. Jawaban Bapak/Ibu sangat mendukung pengumpulan data penelitian kami, untuk itu dimohon mengisi seluruh pernyataan yang ada tanpa terlewat. Atas perhatian dan partisipasinya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Peneliti

DAFTAR PERTANYAAN

A. INOVASI

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya selalu tercukupi dengan adanya ide sehingga menarik pelanggan					
2.	Saya selalu terpuaskan dengan adanya trend baru sehingga dapat menarik pelanggan					
3.	Saya Selalu merasa terpenuhi dengan layanan yang di berikan					
4.	Saya dapat menggunakan layanan yang di sesuaikan dengan kebutuhan dengan mudah					
5.	Saya selalu puas dengan Intraksi yang di berikan oleh penyedia aplikasi melalui fitur <i>live chat</i> berjalan dengan baik					
6.	Saya merasa terbantu atas kecepatan respons dari tim layanan yang tersebida					

B. KUALITAS PELAYANAN

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasakan aplikasi Gojek dapat memberikan pelayanan dengan cepat					
2.	Saya meyakini Gojek mampu memberikan pelayanan yang relevan					
3.	Saya merasakan Gojek dapat Mengani keluhan pengguna dengan cepat					
4.	Saya berpandangan Aplikasi Gojek dapat Selalu menghadapi pengguna aplikasi dengan profesional					
5.	Saya meyakini Gojek selalu memiliki kualitas dan fitur yang unggul di banding competitor lain					
6.	Saya merasa aplikasi Gojek memberikan rasa aman kepada pelanggan dalam setiap transaksi					
7.	Aplikasi Gojek selalu memahami kebutuhan dan kepentingan pengguna					
8.	Selalu memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi					
9.	Saya merasakan Aplikasi Gojek selalu Memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan					
10.	Aplikasi Gojek Memiliki fitur layanan yang mendukung dan memadahi					

C. POTONGAN HARGA

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memiliki rencana untuk terus menggunakan aplikasi Gojek jika di sediakan diskon dalam jumlah tertentu					
2.	Saya akan lebih memilih menggunakan Aplikasi Gojek karena dalam setiap produk memiliki fitur gratis ongkos kirim					
3.	Saya meyakini bahwa potongan harga memberikan keuntungan yang ekonomis terhadap pelanggan					
4.	Saya lebih memilih aplikasi Gojek karena diskon yang besar di banding toko lain dan produk tetap berkualitas					
5.	Saya akan terus menggunakan layanan Gojek karena memiliki program loyalitas atau diskon khusus pelanggan tetap					
6.	Saya tidak akan ragu menggunakan layanan aplikasi Gojek karena selalu menawarkan potongan harga yang lebih besar					
7.	Saya akan selalu berusaha menggunakan aplikasi layanan Gojek karena selalu menggunakan program layanan loyalitas atau cash back					

D. KEPUASAN PELANGGAN

No	Item pertanyaan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasakan bahwa fitur layanan yang di berikan berjalan sesuai dengan yang harapan					
2.	Saya merasakan aplikasi Gojek selalu memberikan layanan dan fitur yang mendukung					
3.	Saya akan setia selalu menggunakan Layanan dari aplikasi Gojek					
4.	Saya akan selalu menggunakan aplikasi Gojek karena pelayanan yang bagus serta fitur yang baik					
5.	Saya berniat untuk merekomendasikan aplikasi Gojek karena pelayanan dan fitur yang di berikan sangat memuaskan					
6.	Saya bersedia merekomendasikan ke rekan kerja, teman dan saudarakarena harga dan produk yang di berikan bervariatif					

TABULASI DATA PENELITIAN
JAWABAN RESPONDEN VARIABEL INOVASI

NO	INOVASI						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	4	4	4	4	25
2	4	3	3	3	4	3	20
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	5	25
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	3	5	5	4	5	26
10	4	4	4	4	5	4	25
11	5	5	5	5	5	4	29
12	5	5	5	5	4	4	28
13	5	5	5	5	4	5	29
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	3	5	5	4	5	26
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	4	5	29
22	5	4	5	5	5	5	29
23	5	5	5	5	4	5	29
24	4	4	4	4	4	5	25
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	4	4	4	4	4	25
27	4	3	5	5	4	5	26
28	4	5	5	5	5	5	29
29	4	4	4	4	5	4	25
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	4	5	29
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24

36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	4	4	4	3	4	24
38	4	3	5	5	4	5	26
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	5	5	5	4	5	29
42	5	4	5	5	5	5	29
43	5	5	5	5	4	5	29
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	3	5	5	4	5	26
48	4	5	5	5	5	5	29
49	4	4	4	4	5	4	25
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	5	25
53	5	5	5	5	4	5	29
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	5	4	4	4	3	4	24
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	5	5	5	4	5	29
62	5	4	5	5	5	5	29
63	5	5	5	5	4	5	29
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	4	4	4	4	4	25
67	4	3	5	5	4	4	25
68	4	5	5	5	5	5	29
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	4	4	4	4	4	25
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	4	5	29
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	4	4	4	3	4	24
78	4	3	5	5	4	5	26

79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	4	4	4	4	24
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	5	4	5	29
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	3	5	5	4	5	26
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	4	5	29
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	4	3	5	5	4	5	26
99	5	5	5	5	5	5	30
100	4	4	4	4	4	4	24

JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

NO	KUALITAS PELAYANAN									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
18	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	4	3	3	5	4	3	3	3	3
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
27	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
28	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
38	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4

REPOLIB.UNISRI.AC.ID

82	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
83	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
89	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

UNISRI
SURAKARTA

JAWABAN RESPONDEN VARIABEL POTONGAN HARGA

NO	POTONGAN HARGA							Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	3	3	3	4	4	4	25
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	3	4	4	3	4	4	3	25
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	5	5	4	4	4	4	4	30
8	5	4	3	3	3	3	4	25
9	4	4	4	4	3	3	3	25
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	5	5	5	5	5	5	4	34
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	4	4	3	3	4	3	4	25
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	4	3	3	3	4	4	4	25
18	5	5	5	5	5	5	5	35
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	5	4	4	4	4	4	5	30
27	4	3	5	5	3	5	4	29
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	3	3	3	3	3	3	3	21
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	5	5	5	5	5	5	5	35
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	5	5	4	4	4	4	4	30
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	5	5	4	4	4	4	4	30
38	2	2	2	2	5	5	5	23

39	5	5	5	5	5	5	5	35
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	5	4	4	4	4	4	5	30
47	4	3	5	5	3	5	4	29
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	4	4	4	4	4	4	4	28
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	5	4	5	5	4	5	5	33
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	5	5	5	5	5	5	5	35
58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	5	5	5	5	5	5	5	35
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	5	5	5	5	5	5	5	35
66	5	4	4	4	4	4	5	30
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	5	5	5	5	5	5	5	35
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	5	4	5	5	4	5	5	33
74	5	5	5	5	5	5	5	35
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	5	5	5	5	5	5	5	35
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	5	5	5	5	5	5	5	35
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	5	5	5	5	5	5	5	35

82	4	4	4	4	4	4	4	28
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	4	5	5	4	5	5	33
85	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	5	5	5	5	5	5	35
87	5	5	5	5	5	5	5	35
88	4	4	4	3	3	3	4	25
89	4	4	4	4	3	3	3	25
90	5	5	5	5	5	5	5	35
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	5	5	5	5	5	5	5	35
93	5	4	5	5	4	5	5	33
94	4	4	4	4	3	3	3	25
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	4	3	3	3	4	4	4	25
98	3	4	3	3	3	4	5	25
99	5	5	5	5	5	5	5	35
100	5	5	5	5	5	5	5	35

UNISRI
SURAKARTA

JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

NO	KEPUASAN PELANGGAN						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	4	4	4	4	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	5	26
6	4	4	5	4	3	5	25
7	5	5	5	5	3	5	28
8	4	4	3	3	4	3	21
9	3	5	3	4	5	3	23
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	5	4	5	5	28
12	5	4	5	5	5	5	29
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	5	4	4	5	26
15	4	4	5	4	3	5	25
16	5	5	5	5	3	5	28
17	4	4	3	3	4	5	23
18	3	5	3	4	5	5	25
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	5	5	5	5	29
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	4	5	4	4	5	26
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	3	5	3	5	5	25
26	4	4	5	4	4	5	26
27	4	5	4	4	5	4	26
28	4	4	5	5	4	5	27
29	4	4	3	4	5	3	23
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	5	5	4	5	5	28
32	5	4	5	5	5	5	29
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	5	4	4	5	26
35	4	4	5	4	3	5	25
36	5	5	5	5	3	5	28
37	4	4	3	3	4	3	21
38	3	5	3	4	5	3	23

39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	5	5	5	5	29
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	5	4	4	5	26
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	3	5	3	5	5	25
46	4	4	5	4	4	5	26
47	4	5	4	4	5	4	26
48	4	4	5	5	4	5	27
49	4	4	3	4	5	3	23
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	5	5	4	5	5	28
52	5	4	5	5	5	5	29
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	5	4	4	5	26
55	4	4	5	4	3	5	25
56	5	5	5	5	3	5	28
57	4	4	3	3	4	3	21
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	4	5	5	5	5	29
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	5	4	4	5	26
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	5	4	4	5	26
67	4	5	4	4	5	4	26
68	4	4	5	5	4	5	27
69	4	4	3	4	5	3	23
70	5	5	5	5	5	5	30
71	4	5	5	4	5	5	28
72	5	4	5	5	5	5	29
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	5	4	4	5	26
75	4	4	5	4	3	5	25
76	5	5	5	5	3	5	28
77	4	4	3	3	4	3	21
78	3	5	3	4	5	3	23
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	3	5	3	3	5	23
81	5	5	5	5	5	5	30

82	4	5	5	4	5	5	28
83	5	4	5	5	5	5	29
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	5	4	4	5	26
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	5	5	3	5	28
88	4	4	3	3	4	3	21
89	3	5	3	4	5	3	23
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	5	5	4	5	5	28
92	5	4	5	5	5	5	29
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	5	4	4	5	26
95	4	4	5	4	3	5	25
96	5	5	5	5	3	5	28
97	4	4	3	3	4	3	21
98	3	5	3	4	5	3	23
99	5	5	5	5	5	5	30
100	4	3	5	3	3	5	23

UNISRI
SURAKARTA

HASIL PENGOLAHAN DATA

Hasil pengujian normalitas

Regression NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92212006
	Absolute	.126
Most Extreme Differences	Positive	.061
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.264
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil pengujian heteroskedastisitas

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan, Inovasi, Pelayanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Abs_res

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.192 ^a	.037	.007	1.26097

a. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.832	3	1.944	1.223	.306 ^b
	Residual	152.644	96	1.590		
	Total	158.475	99			

a. Dependent Variable: Abs_res

b. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan

Coefficients^a

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Inovasi	Pelayanan	Potongan
1	1	3.974	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.013	17.802	.00	.01	.40	.75
	3	.010	20.172	.04	.35	.53	.17
	4	.004	33.223	.96	.64	.08	.08

a. Dependent Variable: Kepuasan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.782	1.755	2.724	.008
	Inovasi	-.060	.051	-1.181	.240
	Pelayanan	-.017	.023	-.074	.472
	Potongan	-.028	.032	-.090	.381

a. Dependent Variable: Abs_res

HASIL PENGUJIAN MULTIKOLINEARITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan, Inovasi, Pelayanan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	Regression						
	Residual						
	Total						
a. Dependent Variable: Kepuasan							
b. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan							
1	(Constant)	.548	2.717	.202	.841		
	Inovasi	.339	.079	.306	4.293	.960	1.042
	Pelayanan	.128	.036	.259	3.600	.001	1.057
	Potongan	.352	.050	.503	7.027	.000	1.049

a. Dependent Variable: Kepuasan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.516	1.95192

a. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan

OUTPUT REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan, Inovasi, Pelayanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.516	1.95192

a. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.200	3	138.067	36.238	.000 ^b
	Residual	365.760	96	3.810		
	Total	779.960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.548	2.717		.202	.841
	Inovasi	.339	.079	.306	4.293	.000
	Pelayanan	.128	.036	.259	3.600	.001
	Potongan	.352	.050	.503	7.027	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

HASIL PENGUJIAN AUTOKORELASI

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan, Inovasi, Pelayanan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.729 ^a	.531	.516	1.95192	2.080

a. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.200	3	138.067	36.238	.000 ^b
	Residual	365.760	96	3.810		
	Total	779.960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Potongan, Inovasi, Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.548	2.717		.202	.841
	Inovasi	.339	.079	.306	4.293	.000
	Pelayanan	.128	.036	.259	3.600	.001
	Potongan	.352	.050	.503	7.027	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22.2970	29.4309	26.9800	2.04544	100
Residual	-6.39815	3.64231	.00000	1.92212	100
Std. Predicted Value	-2.289	1.198	.000	1.000	100
Std. Residual	-3.278	1.866	.000	.985	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 4

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS: INOVASI

Correlations

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Inovasi
X1.1	Pearson Correlation	1	.735**	.520**	.520**	.381**	.428**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.735**	1	.516**	.516**	.589**	.484**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.520**	.516**	1	1.000**	.545**	.865**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.520**	.516**	1.000**	1	.545**	.865**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.381**	.589**	.545**	.545**	1	.507**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.428**	.484**	.865**	.865**	.507**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Inovasi	Pearson Correlation	.736**	.813**	.887**	.887**	.745**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	6

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS: KUALITAS PELAYANAN

Correlations

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Pelayanan
X2.1	Pearson Correlation	1	.586**	.844**	.844**	.966**	.586**	.839**	.806**	.754**	.754**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.586**	1	.708**	.708**	.656**	1.000**	.645**	.612**	.565**	.565**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.844**	.708**	1	1.000**	.851**	.708**	.981**	.972**	.941**	.941**	.990**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.844**	.708**	1.000**	1	.851**	.708**	.981**	.972**	.941**	.941**	.990**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.966**	.656**	.851**	.851**	1	.656**	.796**	.767**	.721**	.721**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.586**	1.000**	.708**	.708**	.656**	1	.645**	.612**	.565**	.565**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.839**	.645**	.981**	.981**	.796**	.645**	1	.989**	.957**	.957**	.976**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.806**	.612**	.972**	.972**	.767**	.612**	.989**	1	.989**	.989**	.970**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.754**	.565**	.941**	.941**	.721**	.565**	.957**	.989**	1	1.000**	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.754**	.565**	.941**	.941**	.721**	.565**	.957**	.989**	1.000**	1	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pelayanan	Pearson Correlation	.871**	.759**	.990**	.990**	.869**	.759**	.976**	.970**	.942**	.942**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	10

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS: POTONGAN HARGA

Correlations

		Correlations							Potongan
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
X3.1	Pearson Correlation	1	.829**	.806**	.824**	.647**	.634**	.707**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.829**	1	.796**	.784**	.755**	.600**	.625**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.806**	.796**	1	.980**	.672**	.801**	.659**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.824**	.784**	.980**	1	.685**	.814**	.683**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.647**	.755**	.672**	.685**	1	.837**	.800**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.634**	.600**	.801**	.814**	.837**	1	.854**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.707**	.625**	.659**	.683**	.800**	.854**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Potongan	Pearson Correlation	.876**	.870**	.924**	.933**	.867**	.890**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	7

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS: KEPUASAN

Correlations

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Kepuasan
Y1	Pearson Correlation	1	.311**	.593**	.749**	.179	.537**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.075	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.311**	1	.067	.572**	.385**	.073	.549**
	Sig. (2-tailed)	.002		.509	.000	.000	.470	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.593**	.067	1	.565**	-.078	.927**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.509		.000	.442	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.749**	.572**	.565**	1	.306**	.520**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.179	.385**	-.078	.306**	1	-.077	.416**
	Sig. (2-tailed)	.075	.000	.442	.002		.447	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.537**	.073	.927**	.520**	-.077	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.470	.000	.000	.447		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	.802**	.549**	.760**	.885**	.416**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	6