

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen-instrumen penelitian ini semuanya telah diuji validitas dan reliabilitas dan terbukti lolos. Skala yang mengukur daya tarik terdiri dari 4 item dan keempat-empatnya berhasil melewati uji validitas, serta uji reliabilitas daya tarik menunjukkan hasil Cronbach Alpha sebesar 0,848. Skala yang mengukur diskon terdiri dari 5 item dan kelima-limanya berhasil melewati uji validitas, sementara uji reliabilitas diskon menunjukkan hasil Cronbach Alpha sebesar 0,758. Skala yang mengukur diversifikasi terdiri dari 3 item dan ketiga-tiganya berhasil melewati uji validitas, sementara uji reliabilitas diskon menunjukkan hasil Cronbach Alpha sebesar 0,898. Penjelasan mendetail tentang hasil uji validitas dan reliabilitas data penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran Kedua.

4.2. Statistik Deskriptif

Penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data yang dilakukan pada akhir bulan Maret sampai Mei 2024. Pengumpulan data dikumpulkan secara tidak langsung (online). Metode yang diterapkan pada pengumpulan data ialah melalui media Google Form. Kuesioner disebar pada 179 responden yang berdomisili di seluruh daerah Jakarta, yang disebar melalui jaringan saudara, teman, keluarga, dosen, dan perpustakaan Podomoro. Penyebaran kuesioner melalui media online ditujukan untuk meningkatkan efisiensi pengumpulan data.

4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan metode *Convenient Sampling* kepada 179 responden yang karakteristiknya merupakan pengguna aplikasi GOJEK dan merupakan warga Jakarta.

4.2.2. Usia

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
Kurang dari 17 tahun	12	6,7%
17 – 20 tahun	17	9,5%
21 – 25 tahun	44	24,6%
26 – 30 tahun	22	12,3%
31 – 35 tahun	13	7,3%
36 – 40 tahun	14	7,8%
41 – 45 tahun	24	13,4%
Di atas 45 tahun	33	18,4%
Total	179	100%

Berdasarkan Tabel 4.1, dari 179 data responden yang terkumpul, 12 responden berada di usia kurang dari 17 tahun yang menurut Depkes RI dikategorikan dalam masa remaja, 17 diantaranya berada di usia 17 – 20 yang dikategorikan dalam masa remaja pertengahan, 44 diantaranya berada di usia 21 – 25 tahun yang dikategorikan dalam masa remaja akhir, 22 diantaranya berada di usia 26 – 30 tahun yang dikategorikan dalam masa dewasa awal, 13 diantaranya berada di usia 31 – 35 tahun yang masih berada dalam kategori masa dewasa awal, 14 diantaranya berada di usia 36 – 40 tahun yang dikategorikan ke masa dewasa akhir, 24 diantaranya berada di usia 41 – 45 tahun yang masih berada dalam kategori masa dewasa akhir, dan 33 diantaranya dikategorikan dalam masa lansia dengan umur di atas 45 tahun.

4.2.3 Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Wanita	99	55,3%
Pria	80	44,7%
Total	179	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dari 179 orang responden penelitian, 80 diantaranya berjenis kelamin pria dan 99 diantaranya berjenis kelamin wanita.

4.2.4 Pendidikan Tertinggi

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMA	48	26,8%
Diploma 1 -3	12	6,7%
Diploma 4/S1	103	57,5%
S2 – S3	16	8,9%
Total	179	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, mayoritas pengisi kuesioner memiliki tingkat pendidikan Diploma 4. Dari 179 data responden yang terkumpul, 26,8% diantaranya berpendidikan SMA, 6,7% berpendidikan Diploma 1 – 3, 57,5% berpendidikan Diploma 4/S1, dan 8,9% sisanya berpendidikan S2 – S3.

4.2.5 Status Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiwa	55	30,7%
Karyawan	81	45,3%
Pengusaha/Wirausaha	20	11,2%
Professional (Dokter, Pengacara, dll)	9	5%
Ibu Rumah Tangga	11	6,1%
Wiraswasta	1	0,6%
Freelance	1	0,6%
Dosen dan Peneliti	1	0,6%
Total	179	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, mayoritas pengisi kuesioner merupakan karyawan dan pelajar atau mahasiswa. Dari 179 data responden yang terkumpul, 30,7% pelajar/mahasiswa, 45,3% karyawan, 11,2% pengusaha/wirausaha, 5% professional, 6,1% ibu rumah tangga, dan 0,6% untuk wiraswasta, freelance serta dosen/peneliti.

4.2.6 Status Penggunaan GOJEK

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan GOJEK

Status Penggunaan Aplikasi GOJEK	Jumlah Responden	Persentase
Ya	179	100%
Tidak	0	0%
Total	179	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, keseluruhan dari responden kuesioner merupakan pengguna GOJEK yang aktif.

4.2.7 Lama Penggunaan Aplikasi GOJEK

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Penggunaan Aplikasi GOJEK

Lama Penggunaan Aplikasi GOJEK	Jumlah Responden	Presentase
Tidak Sampai 1 Tahun	6	3,4%
1 – 2 Tahun	16	8,9%
3 – 4 Tahun	55	30,7%
5 Tahun Atau Lebih	102	57%
Total	179	100

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, mayoritas pengisi kuesioner telah menggunakan GOJEK sekitar 5 tahun atau lebih. Dari 179 data responden yang terkumpul, 3,4% belum menggunakan GOJEK sampai 1 tahun, 8,9% baru menggunakan GOJEK selama 1- 2 tahun, 30,7% telah menggunakan GOJEK sekitar 3 – 4 tahun, dan 57% telah menggunakan GOJEK selama 5 tahun atau lebih.

4.2.8 Daerah Domisili Di Jakarta

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Domisili Di Jakarta

Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Jakarta Pusat	11	6,1%
Jakarta Utara	77	43%
Jakarta Selatan	19	10,6%
Jakarta Barat	56	31,3%
Jakarta Timur	16	8,9%
Total	179	100%

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, mayoritas pengisi kuesioner tinggal di Jakarta Utara dan Jakarta Pusat. Dari 179 data responden yang terkumpul, 6,1% tinggal di Jakarta Pusat, 43% tinggal di Jakarta Utara, 10,6% tinggal di Jakarta Selatan, 31,3% tinggal di Jakarta Barat, dan 8,9% tinggal di Jakarta Timur.

4.2.9 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Aplikasi GOJEK

Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Aplikasi GOJEK

No	Pernyataan	Jumlah Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Layanan aplikasi GOJEK ditawarkan dengan harga yang terjangkau	3	21	73	66	16
2	Aplikasi GOJEK mudah digunakan	2	3	15	112	47
3	Kualitas layanan aplikasi GOJEK unggul dibandingkan pesaingnya	1	21	78	56	22
4	Layanan aplikasi GOJEK efektif untuk menarik pelanggan setia	2	8	65	81	22

Berdasarkan hasil olahan data pada kuesioner penelitian yang disebarkan terhadap 179 responden, tabel 4.8 diatas merupakan penjabaran hasil yang

menggambarkan tanggapan responden terhadap daya tarik yang dirasakan oleh pengguna aplikasi GOJEK.

Berdasarkan tabel 4.8, *item* pernyataan pertama, yaitu “Layanan aplikasi GOJEK ditawarkan dengan harga yang terjangkau” menyatakan bahwa 3 orang sangat tidak setuju, 21 orang sangat tidak setuju, 73 orang netral, 66 orang setuju, dan 16 orang sangat setuju. Dengan demikian, 45,9% responden setuju bahwa harga layanan aplikasi GOJEK terjangkau. Untuk *item* pernyataan kedua, yaitu “Aplikasi GOJEK mudah digunakan”, 2 orang sangat tidak setuju, 3 orang sangat setuju, 15 orang netral, 112 orang setuju, dan 47 orang sangat setuju. Dengan demikian, 88,8% responden setuju bahwa mereka dapat menggunakan aplikasi GOJEK dengan mudah. Untuk *item* pernyataan ketiga, yaitu “Kualitas layanan aplikasi GOJEK unggul dibandingkan pesaingnya”, 1 orang sangat tidak setuju, 21 orang tidak setuju, 78 orang netral, 56 orang setuju, dan 22 orang sangat setuju. Dengan demikian, 43,6% responden setuju bahwa layanan aplikasi GOJEK memiliki keunggulan dalam segi kualitas dibandingkan dengan pesaing-pesaing GOJEK. Untuk *item* pernyataan keempat, yaitu “Layanan aplikasi GOJEK efektif untuk menarik pelanggan setia”, 2 orang sangat tidak setuju, 8 orang tidak setuju, 65 orang netral, 81 orang setuju, dan 22 orang sangat setuju. Dengan demikian, 57,5% responden setuju bahwa aplikasi GOJEK efektif dalam menarik kesetiaan pelanggan.

4.2.10 Tanggapan Responden Terhadap Diskon Yang Ditawarkan Aplikasi GOJEK

Tabel 4.9 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Diskon-Diskon Aplikasi GOJEK

No	Pernyataan	Jumlah Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Besaran potongan harga yang ditawarkan aplikasi GOJEK menarik	4	30	63	66	16
2	Diskon-diskon yang ditawarkan aplikasi GOJEK berlaku untuk masa yang relatif panjang	4	47	59	55	14
3	Aplikasi GOJEK memberikan diskon pada momen-momen tertentu (liburan, hari besar nasional, dsb)	4	15	52	84	24
4	Aplikasi GOJEK menawarkan diskon spesial bagi	7	17	60	76	19

	pelanggan yang setia					
5	Aplikasi GOJEK memberikan diskon untuk beragam layanan	4	6	33	108	28

Berdasarkan hasil olahan data pada kuesioner penelitian yang disebarakan terhadap 179 responden, tabel 4.9 diatas merupakan penjabaran hasil yang menggambarkan tanggapan responden terhadap pengaruh diskon-diskon yang ditawarkan aplikasi GOJEK terhadap daya tarik yang dirasakan oleh pengguna aplikasi GOJEK. Besaran potongan harga yang ditawarkan aplikasi GOJEK menarik

Berdasarkan tabel 4.8, *item* pernyataan pertama, yaitu “Besaran potongan harga yang ditawarkan aplikasi GOJEK menarik” menyatakan bahwa 4 orang sangat tidak setuju, 30 orang sangat tidak setuju, 63 orang netral, 66 orang setuju, dan 16 orang sangat setuju. Dengan demikian, 45,8% responden setuju bahwa besarnya potongan harga yang diberikan oleh diskon-diskon aplikasi GOJEK menarik. Untuk *item* pernyataan kedua, yaitu “Diskon-diskon yang ditawarkan aplikasi GOJEK berlaku untuk masa yang relative panjang”, 4 orang sangat tidak setuju, 47 orang sangat setuju, 59 orang netral, 55 orang setuju, dan 14 orang sangat setuju. Dengan demikian, 38,5% responden setuju bahwa diskon-diskon yang ditawarkan aplikasi GOJEK berlaku untuk masa yang relative panjang. Untuk *item* pernyataan ketiga, yaitu “Aplikasi GOJEK memberikan diskon pada momen-momen tertentu”, 4 orang sangat tidak setuju, 15 orang tidak setuju, 52 orang netral, 84 orang setuju, dan 24 orang sangat setuju. Dengan demikian, 60,3% responden setuju bahwa layanan aplikasi GOJEK dapat memberikan diskon yang tepat untuk momen-momen khusus. Untuk *item* pernyataan keempat, yaitu “Aplikasi GOJEK menawarkan diskon special bagi pelanggan yang setia”, 7 orang sangat tidak setuju, 17 orang tidak setuju, 60 orang netral, 76 orang setuju, dan 19 orang sangat setuju. Dengan demikian, 53,1% responden setuju bahwa aplikasi GOJEK telah menawarkan diskon special yang sesuai dengan harapan pelanggan-pelanggan yang setia. Untuk *item* pernyataan kelima, yaitu “Aplikasi GOJEK memberikan diskon untuk beragam layanan”, 4 orang sangat tidak setuju, 6 orang tidak setuju, 33 orang netral, 108 orang setuju, dan 28 orang sangat setuju. Dengan demikian, 76% responden setuju bahwa aplikasi GOJEK telah menyediakan diskon untuk berbagai layanan yang ditawarkan.

4.2.11 Tanggapan Responden Terhadap Diversifikasi Aplikasi GOJEK

Tabel 4.10 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Diversifikasi Aplikasi GOJEK

No	Pernyataan	Jumlah Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Keragaman layanan aplikasi GOJEK tersedia untuk digunakan setiap saat	1	2	30	112	33
2	Keragaman layanan aplikasi GOJEK mampu memenuhi segala kebutuhan konsumen.	1	5	33	106	31
3	Kualitas dari keragaman layanan aplikasi GOJEK menghasilkan nilai tambah bagi konsumen.	1	6	36	99	35

Berdasarkan hasil olahan data pada kuesioner penelitian yang disebarakan terhadap 179 responden, tabel 4.10 diatas merupakan penjabaran hasil yang menggambarkan tanggapan responden terhadap pengaruh diversifikasi layanan GOJEK terhadap daya tarik yang dirasakan pengguna aplikasi GOJEK.

Berdasarkan tabel 4.10, *item* pernyataan pertama, yaitu “Keragaman layanan aplikasi GOJEK tersedia untuk digunakan setiap saat” menyatakan bahwa 1 orang sangat tidak setuju, 2 orang sangat tidak setuju, 30 orang netral, 112 orang setuju, dan 33 orang sangat setuju. Dengan demikian, 81% responden setuju bahwa keragaman layanan aplikasi GOJEK terjamin dapat digunakan kapanpun pengguna aplikasi GOJEK membutuhkan. Untuk *item* pernyataan kedua, yaitu “Keragaman layanan aplikasi GOJEK mampu memenuhi segala kebutuhan konsumen”, 1 orang sangat tidak setuju, 5 orang sangat setuju, 33 orang netral, 106 orang setuju, dan 31 orang sangat setuju. Dengan demikian, 77,7% responden setuju bahwa mereka dapat memenuhi segala kebutuhan mereka dengan keragaman layanan yang ditawarkan aplikasi GOJEK. Untuk *item* pernyataan ketiga, yaitu “Kualitas dari keragaman layanan aplikasi GOJEK menghasilkan nilai tambah bagi konsumen”, 1 orang sangat tidak setuju, 6 orang tidak setuju, 36 orang netral, 99 orang setuju, dan 35 orang sangat setuju. Dengan demikian, 74,9% responden setuju bahwa kualitas dari

keragaman layanan yang ditawarkan aplikasi GOJEK mampu memberikan nilai tambah bagi pengguna aplikasi GOJEK.

4.2.12 Statistik Deskriptif Daya Tarik Aplikasi GOJEK

Bagian ini akan menguraikan deskripsi data penelitian yang terdiri dari rata-rata, standar deviasi, dan data responden menggunakan skala interval. Untuk menjelaskan pengertian dari deskriptif, diperlukan kriteria berdasarkan perumusan skala interval yang disusun oleh Duriyanto & Sitinjak, (2017):

$$\text{Nilai Rata-Rata Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = \mathbf{0.8}$$

Berdasarkan rumus di atas, kriteria variabel dapat dicapai seperti yang dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.11 Nilai Rata-Rata Interval

Interval Skor Rata-Rata	Kriteria Setiap Variabel
1 – 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.80 – 2.60	Tidak Setuju
2.60 – 3.40	Netral
3.40 – 4.20	Setuju
4.20 – 5.00	Sangat Setuju

Data persebaran kuesioner yang diperoleh menggunakan software JASP versi 0.17.3 adalah sebagai berikut:

4.2.12.1 Indikator dalam Daya Tarik Aplikasi GOJEK

Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Dalam Daya Tarik Aplikasi GOJEK

No	Pernyataan	Nilai Rata-Rata	Standar Deviasi
1	Layanan aplikasi GOJEK ditawarkan dengan harga yang terjangkau	3,402	0,877
2	Aplikasi GOJEK mudah digunakan	4,106	0,746
3	Kualitas layanan aplikasi GOJEK unggul dibandingkan pesaingnya	3,436	0,881
4	Layanan aplikasi GOJEK efektif untuk menarik pelanggan setia	3,648	0,810
	Rata-Rata Variabel Skor	3,648	

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, nilai rata-rata dari daya tarik aplikasi GOJEK adalah 3.402, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Layanan aplikasi GOJEK ditawarkan dengan harga yang terjangkau”. Kedua, nilai rata-rata dari daya tarik aplikasi GOJEK adalah 4,106, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Aplikasi GOJEK mudah digunakan”. Ketiga, nilai rata-rata dari daya tarik aplikasi GOJEK adalah 3,436, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Kualitas layanan aplikasi GOJEK unggul dibandingkan pesaingnya”. Keempat, nilai rata-rata dari daya tarik aplikasi GOJEK adalah 3,648, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Layanan aplikasi GOJEK efektif untuk menarik pelanggan setia”.

Hasil deskriptif secara keseluruhan penelitian ini dapat dilihat melalui nilai rata-rata. Dari hasil rata-rata nilai daya tarik GOJEK sebesar 3,648, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden sangat setuju, menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik terhadap pernyataan-pernyataan daya tarik tersebut.

4.2.12.2 Indikator dalam Diskon Aplikasi GOJEK

Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Dalam Diskon Aplikasi GOJEK

No	Pernyataan	Nilai Rata-Rata	Standar Deviasi
1	Besaran potongan harga yang ditawarkan aplikasi GOJEK menarik	3,341	0,943
2	Diskon-diskon yang ditawarkan aplikasi GOJEK berlaku untuk masa yang relatif panjang	3,162	0,984
3	Aplikasi GOJEK memberikan diskon pada momen-momen tertentu (liburan, hari besar nasional, dsb)	3,615	0,907
4	Aplikasi GOJEK menawarkan diskon spesial bagi pelanggan yang setia	3,469	0,950
5	Aplikasi GOJEK memberikan diskon untuk beragam layanan	3,844	0,813
	Rata-Rata Variabel Skor	3,4862	

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, nilai rata-rata dari diskon aplikasi GOJEK adalah 3,341, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral dengan pernyataan “Besaran potongan harga yang ditawarkan aplikasi GOJEK menarik”. Kedua, nilai rata-rata dari diskon aplikasi GOJEK adalah 3,162, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral dengan pernyataan “Diskon-diskon yang ditawarkan aplikasi GOJEK berlaku untuk masa yang relatif panjang”. Ketiga, nilai rata-rata dari diskon aplikasi GOJEK adalah 3,615, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Aplikasi GOJEK memberikan diskon pada momen-momen tertentu (liburan, hari besar nasional, dsb)”. Keempat, nilai rata-rata dari diskon aplikasi GOJEK adalah 3,469, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Aplikasi GOJEK menawarkan diskon spesial bagi pelanggan yang setia”. Kelima, nilai rata-rata dari diskon aplikasi GOJEK adalah 3,844, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa

sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Aplikasi GOJEK memberikan diskon untuk beragam layanan”.

Hasil deskriptif secara keseluruhan penelitian ini dapat dilihat melalui nilai rata-rata. Dari hasil rata-rata nilai diskon aplikasi GOJEK sebesar 3,4862, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden setuju, menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik terhadap pernyataan-pernyataan diskon tersebut.

4.2.12.3 Indikator Dalam Diversifikasi Aplikasi GOJEK

Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Dalam Diversifikasi Aplikasi GOJEK

No	Pernyataan	Nilai Rata-Rata	Standar Deviasi
1	Keragaman layanan aplikasi GOJEK tersedia untuk digunakan setiap saat	3,989	0,679
2	Keragaman layanan aplikasi GOJEK mampu memenuhi segala kebutuhan konsumen	3,927	0,735
3	Kualitas dari keragaman layanan aplikasi GOJEK menghasilkan nilai tambah bagi konsumen	3,922	0,768
	Rata-Rata Variabel Skor	3,946	

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, nilai rata-rata dari diversifikasi aplikasi GOJEK adalah 3,989, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Keragaman layanan aplikasi GOJEK tersedia untuk digunakan setiap saat”. Kedua, nilai rata-rata dari diversifikasi aplikasi GOJEK adalah 3,927, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral dengan pernyataan “Keragaman layanan aplikasi GOJEK mampu memenuhi segala kebutuhan konsumen”. Ketiga, nilai rata-rata dari diversifikasi aplikasi GOJEK adalah 3,922, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan “Kualitas dari keragaman layanan aplikasi GOJEK menghasilkan nilai tambah bagi konsumen”.

Hasil deskriptif secara keseluruhan penelitian ini dapat dilihat melalui nilai rata-rata. Dari hasil rata-rata nilai diversifikasi aplikasi GOJEK sebesar 3,946, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden sangat setuju, menunjukkan bahwa

responden memiliki pemahaman yang baik terhadap pernyataan-pernyataan diversifikasi tersebut.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melaksanakan uji analisis korelasi, penulis melakukan pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah dengan menggunakan aplikasi JASP untuk memastikan ketepatan dan kualitas model penelitian. Uji Asumsi Klasik dengan JASP dilakukan menggunakan 3 bentuk uji regresi berganda, yaitu Uji Multikolinieritas, Uji Normalitas, dan Uji Heteroskedastitas. Penulis mentotalkan keseluruhan dari respons terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel dalam kuesioner dan menggunakan “Total Daya Tarik” sebagai variabel dependen sementara “Total Diskon” dan “Total Diversifikasi” merupakan variabel independen. Berikut hasil dari uji tes asumsi klasik terhadap ketiga variabel:

4.3.1 Uji Multiokolineritas:

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas

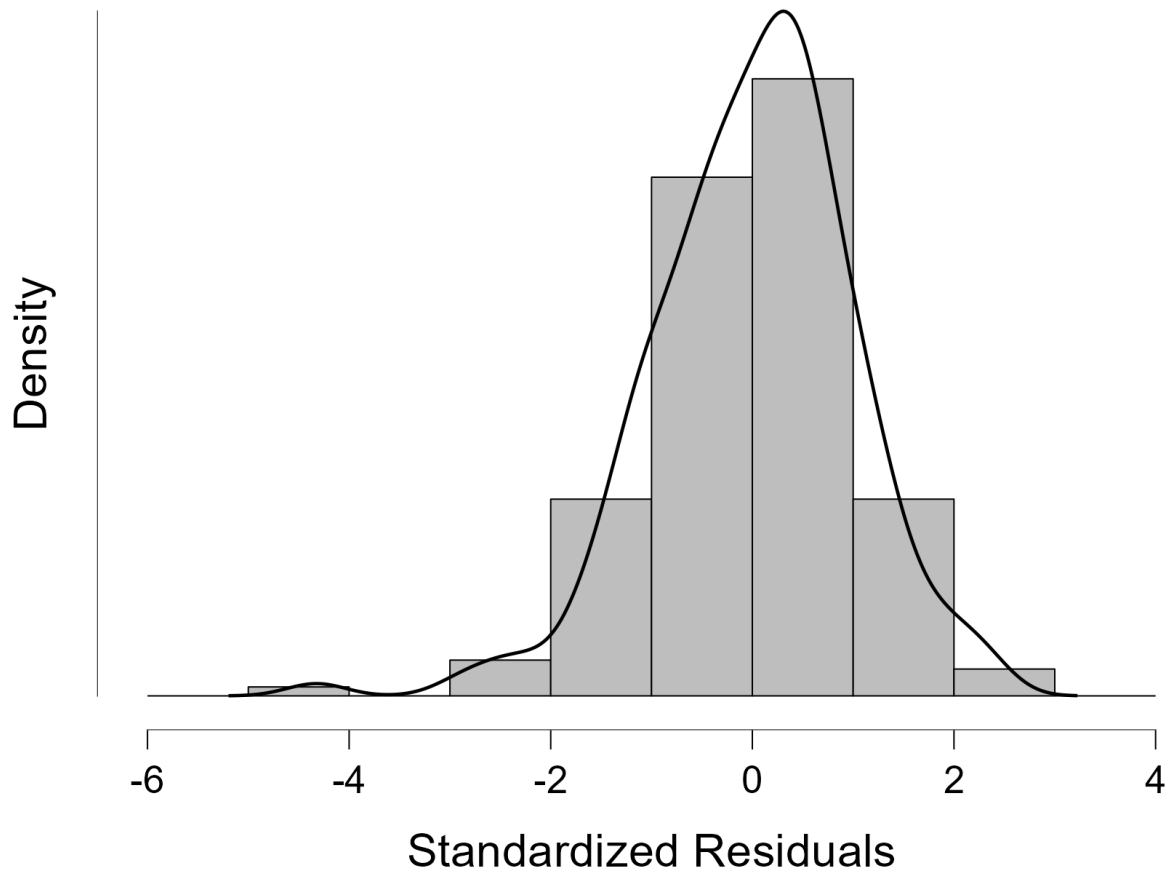
Coefficients		Collinearity Statistics						
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p	Tolerance	VIF
Ho	(Intercept)	14.603	0.197		74.240	<.001		
Hi	(Intercept)	2.260	0.873		2.588	0.010		
	Total Diskon	0.228	0.046	0.307	4.942	<.001	0.679	1.474
	Total Diversifikasi	0.709	0.085	0.515	8.300	<.001	0.679	1.474

Arti dari kata multikolinieritas sendiri adalah hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang dijelaskan dalam model penelitian (Gujarati & Porter, 2009). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menemukan apakah adanya korelasi antar variabel bebas dalam model penelitian.

Dalam JASP, Uji Multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan tabel *Coefficient* yang juga menghitung *Collinearity Statistics*. Data dinyatakan lolos jika nilai VIF variabel yang masuk ke dalam model independent kurang dari 10. Dengan

fakta bahwa “Total Diskon” dan Total Diversifikasi” sama-sama mempunyai nilai VIF 1.474 sehingga kurang dari 10, asumsi Uji Multikolinearitas telah terpenuhi dan variabel-variabel diversifikasi dan diskon terbebas dari multikolinearitas.

4.3.2 Uji Normalitas:



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: JASP

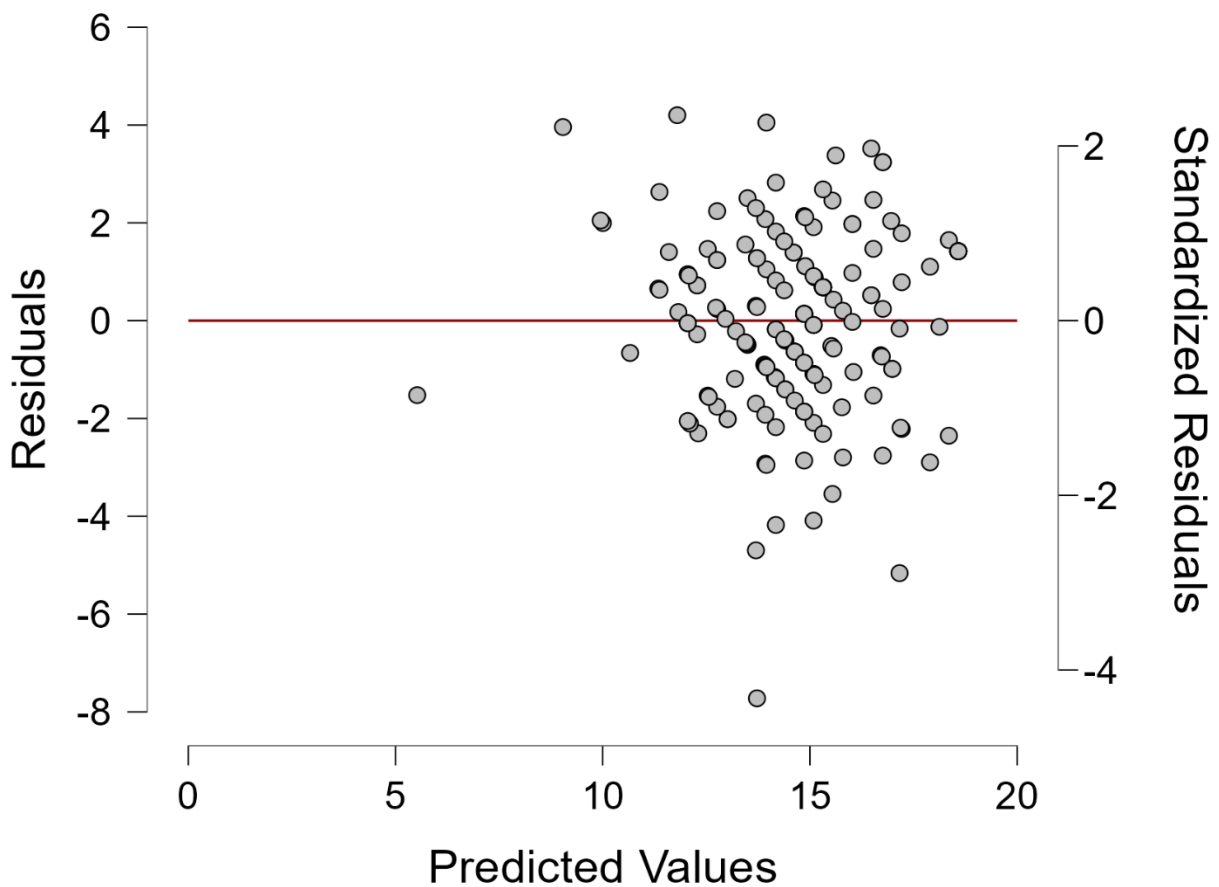
Uji Normalitas adalah uji statistik yang digunakan dalam rangka menentukan bahwa data memiliki distribusi normal, dimana uji menggunakan statistic parametrik hanya dapat dilakukan jika distribusi data terkonfirmasi normal dari hasil Uji Normalitas. Tujuan dari Uji Normalitas adalah memastikan apakah variabel dependent dan variabel independent dalam model penelitian memiliki distribusi normal atau tidak (Juliandi & Manurung,2014).

Dalam JASP, Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan *Residual Histogram Coefficient* dalam *Residual Plots*. Data dinyatakan lolos jika garis

mengikuti histogram, menandakan bahwa distribusi data sudah normal. Garis dalam histogram yang dihasilkan saat menguji normalitas sudah mengikuti distribusi data dalam histogram, sehingga asumsi Uji Normalitas telah terpenuhi dan distribusi data hasil penelitian normal.

4.3.3 Uji Heterodeksitas

Residuals vs. Predicted



Gambar 4.2 Hasil Uji Heterodeksitas

Sumber: JASP

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan menguji apakah dalam model penelitian terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Varian yang mempunyai residual tetap dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut homoskedastisitas, sementara varian yang residualnya berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut heteroskedastisitas. Model penelitian yang baik adalah yang secara keseluruhan bersifat homoskedastisitas sehingga menghindari ketidaksamaan antar varian.

Dalam JASP, Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Residual vs Predicted* untuk menguji normalitas data menggunakan metode *Scatterplot*. Data dinyatakan lolos jika tersebar dari atas ke bawah garis 0. Dengan fakta bahwa data-data penelitian tersebar dari atas ke bawah garis 0, maka data-data penelitian telah lolos Uji Heteroskedastisitas, sehingga dapat dinyatakan bahwa model penelitian telah menghindari ketidaksamaan varian.

4.4 Uji Korelasi

Tabel 4.16 Hasil Uji Korelasi

Variable		Total Daya Tarik
1. Total Daya Tarik	Pearson's r	—
	p-value	—
2. Total Diskon	Pearson's r	0.599
	p-value	< .001
3. Total Diversifikasi	Pearson's r	0.690
	p-value	< .001

Dalam menggunakan metode korelasi untuk menentukan hubungan yang ada antar variabel, penulis memilih menggunakan metode *Uji Korelasi Pearson* dengan aplikasi JASP, yaitu metode uji parametrik yang menentukan hubungan antar 2 variabel dengan skala pengukuran numerik. *Uji Korelasi Pearson* hanya dapat dilakukan apabila data sebuah penelitian telah lolos tes asumsi klasik, terutama Uji Normalitas.

Dalam menganalisis hasil *Uji Korelasi Pearson*, menentukan keeratan hubungan dapat dilakukan dengan Kriteria Guilford (Rochaety & Latief, 2007), yaitu :

1. Kurang dari 0,20 berarti hubungan antar variabel sangat kecil/dapat diabaikan.
2. 0,20 - < 0,40 berarti hubungan antar variabel masih tidak erat/belum cukup.
3. 0,40 - < 0,70 berarti hubungan antar variabel cukup erat/sedang.
4. 0,70 - < 0,90 berarti hubungan antar variabel yang erat/tinggi.
5. 0,90 - < 1,00 berarti hubungan antar variabel sangat erat.
6. 1,00 berarti hubungan antar variabel sempurna.

Hasil *Uji Korelasi Pearson* dengan JASP menunjukkan bahwa variabel diskon GOJEK memiliki hubungan yang sedang dengan daya tarik GOJEK (0,599 dibulatkan menjadi 0,600), sementara variabel diversifikasi GOJEK yang memiliki kekuatan 0,690 dapat

dibulatkan menjadi 0,700 sehingga mencapai kualifikasi untuk memiliki hubungan yang erat dengan daya tarik GOJEK.

4.5 Uji Pengaruh Secara Simultan

Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H ₁	Regression	664.927	2	332.463	103.033	< .001
	Residual	567.911	176	3.227		
	Total	1232.838	178			

Uji F (Uji Simultan) adalah sebuah proses pengujian data penelitian yang menguji apakah variabel independent secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan dengan tujuan untuk melihat keberadaan pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Tingkatan nilai signifikan yang digunakan adalah sebesar 0,5/5%. Pengujian statistic ANOVA memungkinkan penarikan kesimpulan berdasarkan kelompok data statistic yang disimpulkan dalam rangka menguji hipotesis. Ketentuan dari Uji F sebagai berikut (Ghozali, 2016):

1. Nilai signifikan $F < 0,05$ berarti semua variabel bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Nilai signifikan $F > 0,05$ berarti semua variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Penulis menggunakan aplikasi JASP untuk melakukan Uji Simultan, dimana hasil nilai signifikan F (P) kurang dari 0,01, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel bebas (Diskon GOJEK dan Diversifikasi GOJEK) memiliki hubungan yang erat dengan variabel terikat (Daya Tarik GOJEK)

4.6 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary - Total Daya Tarik				
Model	R	R²	Adjusted R²	RMSE
H ₀	0.000	0.000	0.000	2.632
H ₁	0.734	0.539	0.534	1.796

Pengujian Koefisien Determinasi dilakukan dengan tujuan mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independent secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *Adjusted R Square*. Tujuan dari Koefisien Determinasi adalah menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam model untuk menjelaskan variasi dan variabel terikatnya. Menurut Chin (1998), nilai R-square dapat dikategorikan menjadi:

1. Kuat: Melebihi 0,67.
2. Moderat: Melebihi 0,33
3. Lemah: Melebihi 0,19, tapi lebih rendah dari 0,33.

Penulis menggunakan aplikasi JASP untuk melakukan Uji Koefisien Determinasi, dimana hasil Adjusted R Square (Adjusted R²) lebih 0,33 tapi kurang dari 0,67, yaitu 0,534 (53,4%), sehingga dapat dinyatakan bahwa kemampuan variabel independen (Diskon GOJEK dan Diversifikasi GOJEK) mempunyai pengaruh yang moderat terhadap variabel dependen (Daya Tarik GOJEK), sementara sisanya sebesar 46,6% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik yang dirasakan oleh konsumen terhadap aplikasi GOJEK dipengaruhi oleh diversifikasi layanan dan diskon-diskon yang ditawarkan oleh aplikasi GOJEK. Berdasarkan hasil dari Uji Pengaruh Simultan (ANOVA), baik diskon GOJEK maupun diversifikasi GOJEK memiliki hubungan yang signifikan dengan daya tarik GOJEK, sementara hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa total pengaruh dari Diversifikasi dan Diskon GOJEK terhadap daya tarik aplikasi GOJEK sekitar 53,4%. Berdasarkan hasil pengujian Korelasi di atas, berikut merupakan penjabaran lebih lanjut mengenai pengaruh antar variabel dalam model penelitian ini:

4.7.1 Pengaruh Diskon-Diskon Yang Ditawarkan GOJEK Terhadap Daya Tarik Yang Dirasakan Konsumen Terhadap Aplikasi GOJEK

Dari hasil analisis deskriptif, dapat diperhatikan bahwa sebagian besar responden setuju dengan indikator dalam variabel Diskon-Diskon GOJEK, dilihat dari nilai rata-rata variabel Diskon-Diskon GOJEK yang dirasakan sebesar 3,4862. Di antara semua indikator-indikator variabel diskon, yang paling menonjol adalah “Aplikasi GOJEK memberikan diskon untuk beragam layanan” dengan nilai rata-rata sebesar 3,844, sementara indikator yang kurang adalah “Besaran potongan harga yang ditawarkan aplikasi GOJEK menarik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,341, dan “Diskon-diskon yang ditawarkan aplikasi GOJEK berlaku untuk masa yang relative panjang” dengan nilai rata-rata sebesar 3,162. Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa salah satu aspek daya tarik yang paling menonjol dalam diskon GOJEK adalah kemampuan GOJEK untuk memberikan diskon dalam seluruh ragam layanan yang ditawarkan, akan tetapi, dari data ini, dapat diduga bahwa konsumen GOJEK belum menganggap diskon GOJEK menarik karena besaran dan masa berlakunya.

Pengaruh Diskon terhadap Daya Tarik GOJEK telah didukung melalui penelitian-penelitian sebelumnya. Peran diskon sebagai motivator keinginan penggunaan layanan GOJEK telah ditetapkan dalam penelitian (Syaefurohim, 2022; Nafisah & Sari, 2024). Diskon diharapkan memiliki pengaruh positif pada daya tarik konsumen dalam menggunakan GOJEK. Gagasan bahwa daya tarik diskon tergantung pada jenis-jenis produk yang mendapatkan diskon, besarnya diskon, dan masa berlakunya diskon, dijelaskan dalam Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (Sutisna, 2002). Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang ada, dapat disimpulkan bahwa seorang individu hanya akan tertarik pada diskon jika diskon-diskon yang tersedia memenuhi ekspektasi konsumen dalam segi durasi, keragaman, dan jumlah potongan harga yang ditawarkan.

4.7.2 Pengaruh Diversifikasi Layanan GOJEK Terhadap Daya Tarik Yang Dirasakan Konsumen Terhadap Aplikasi GOJEK

Dari hasil analisis deskriptif, dapat diperhatikan bahwa sebagian besar responden setuju dengan indikator dalam variabel Diversifikasi Layanan GOJEK, dilihat dari nilai rata-rata variabel Diversifikasi Layanan GOJEK sebesar 3,946. Di antara semua indikator-indikator variabel diversifikasi, yang paling menonjol adalah “Keragaman layanan aplikasi GOJEK tersedia untuk digunakan setiap saat” dengan nilai rata-rata sebesar 3,989, sementara

indikator yang kurang menonjol adalah “Kualitas dari keragaman layanan aplikasi GOJEK menghasilkan nilai tambah bagi konsumen” dengan nilai rata-rata sebesar 3,922. Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa diversifikasi layanan GOJEK telah berhasil menarik konsumen secara efektif, baik dengan ketersediaan layanan GOJEK, kemampuan untuk memenuhi segala kebutuhan dan harapan konsumen, maupun menghasilkan nilai tambah.

Pengaruh Diversifikasi Layanan terhadap Daya Tarik GOJEK telah didukung melalui beberapa penelitian sebelumnya. Peran strategi diversifikasi sebagai motivator keinginan penggunaan layanan GOJEK dan sumber keunggulan kompetitif GOJEK telah ditetapkan dalam penelitian (Alamsyah, 2023; Salim & Ihalauw, 2017). Gagasan bahwa diversifikasi layanan tergantung pada ketahanan/ketersediaan produk atau layanan yang ditawarkan, tingkat pemenuhan harapan/kebutuhan pelanggan, dan nilai tambah yang dihasilkan dijelaskan dalam Pemasaran Strategik (Tjiptono & Chandra, 2017). Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang ada, dapat disimpulkan bahwa strategi diversifikasi yang diterapkan oleh sebuah bisnis menarik bagi konsumen apabila keragaman layanan/produk yang dihasilkan mampu memenuhi ekspektasi konsumen dalam segi ketersediaan, kemampuan untuk memenuhi segala kebutuhan dan harapan konsumen, dan potensi menghasilkan nilai tambah. Hal ini juga dikonfirmasi oleh hasil wawancara terhadap pengguna-pengguna aplikasi GOJEK yang tinggal di Jakarta: Layanan-layanan GOJEK yang paling dimanati tergantung pada situasi dan kebutuhan konsumen yang ada saat waktu menggunakan aplikasi GOJEK.