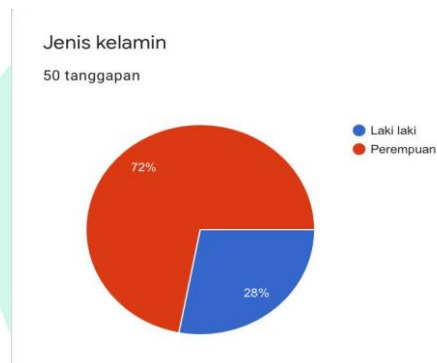


BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian dan Analisis

Dapat diketahui bahwa data hasil dari penyebaran kuesioner kepada 50 orang responden yang sesuai dengan pembagian profil responden berdasarkan gender yaitu mayoritas responden kelamin perempuan sebesar 72%.



Gambar 4. 1. Hasil Data Kuesioner berdasarkan Jenis Kelamin.

Sumber: google form data kuesioner

Jika dilihat berdasarkan hasil data dari profil responden usia mayoritas responden diperoleh hasil yang seimbang dengan rentang usia 17-25 tahun sebesar 30% dan 26-35 tahun sebesar 30%.



Gambar 4. 2. Hasil Data Kuesioner berdasarkan Usia.

Sumber: google form data kuesioner

4.2. Analisa Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2012:261). Persamaan regresi dapat digunakan untuk memprediksi berapa nilai variabel dependen jika nilai variabel independent memanipulasi (diubah-ubah). Untuk menentukan pengaruhnya digunakan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Niat menggunakan kembali

A = Konstanta

B = Koefisien regresi

X₁ = Kepercayaan Pelanggan

X₂ = Persepsi Konsumen

e = Standar Error

Tabel 4. 1. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized		
		Unstandardized Coefficients		Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.907	1.265		3.878	.000
	KepercayaanPelanggan	.297	.066	.472	4.501	.000
	PersepsiKonsumen	.455	.110	.435	4.143	.000

a. Dependent Variable: Niatmenggunakankembali

Sumber: Hasil olah data melalui software SPSS versi 26

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan software SPSS versi 26, diperoleh data dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.907 + 0,297X_1 + 0,455X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Niat menggunakan Kembali

X_1 = Kepercayaan Pelanggan

X_2 = Persepsi Konsumen

Pada bagian persamaan regresi diatas menunjukkan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai constanta sebesar 4.907, yang berarti apabila kepercayaan dan persepsi (nilai X_1 dan X_2 adalah 0) maka niat pelanggan untuk menggunakan kembali pada jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan ada sebesar 4.907 unit.
2. Nilai koefisien regresi kepercayaan pelanggan sebesar 0,297, yang berarti jika variabel kepercayaan (X_1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel persepsi (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka niat pelanggan menggunakan kembali jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan meningkat sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan yang diberikan berpengaruh positif terhadap niat pelanggan menggunakan kembali, oleh karena itu semakin kompleks kepercayaan yang dimiliki pada jasa *Travel Agent* di Tangerang selatan, maka semakin banyak masyarakat yang merasakan niat untuk menggunakan kembali selama masa pandemi Covid-19.
3. Nilai koefisien regresi persepsi adalah 0,455 yang artinya jika variabel persepsi (X_2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel kepercayaan (X_1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka niat pelanggan menggunakan kembali jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan akan semakin meningkat sebesar 0,455%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa persepsi memiliki kontribusi positif terhadap niat pelanggan menggunakan kembali, oleh karena itu semakin besar pula persepsi, maka semakin besar juga niat menggunakan kembali yang pelanggan rasakan selama pandemi Covid-19.

4.3. Uji t (Parsial)

Nilai t_{hitung} selalu digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh kepercayaan pelanggan (X_1) dan persepsi konsumen (X_2) terhadap variabel terikat. Apakah variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat menggunakan kembali (Y) dan apakah tingkat kesalahannya 5%. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat kolom signifikansi $<0,05$ serta membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan $dk = n - k$ atau melihat juga kolom signifikansi masing-masing t_{hitung} . Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana:

t = Koefisien t_{test}

r = Korelasi

n = Jumlah sampel

r^2 = Koefisien determinasi

Uji t yang telah dilakukan dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 4. 2. Hasil Uji t (parsial)

Model		Coefficients ^a				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	4.907	1.265		3.878	.000
	KepercayaanPelanggan	.297	.066	.472	4.501	.000
	PersepsiKonsumen	.455	.110	.435	4.143	.000

a. Dependent Variable: Niatmenggunakankembali

Sumber: Hasil olah data melalui software SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel 2 dengan mengamati baris, kolom t dan sig. dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.) **Pengaruh variabel kepercayaan terhadap niat pelanggan menggunakan kembali (H₁)**

Variabel kepercayaan (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pelanggan menggunakan kembali jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan. Hal ini terlihat dari signifikansi kepercayaan (X₁) 0,000 < 0,05 maka nilai t_{tabel} = t (α/2; n-k-1 = t (0.05/2; 50-2-1) = (0,025; 47) = 2,01. Artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (4.50 > 2,01), maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap niat pelanggan menggunakan kembali secara parsial diterima.

2.) **Pengaruh variabel persepsi terhadap niat pelanggan menggunakan kembali (H₂)**

Variabel persepsi (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pelanggan menggunakan Kembali jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan. Hal tersebut dapat dilihat dari signifikansi persepsi (X₂) 0,000 < 0,05 dan nilai t_{tabel} = t (α/2; n-k-1 = t (0,025; 47) = 2,01. Artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (4.14 > 2,01), maka H₀ ditolak dan H₂ diterima. Oleh karena itu, hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh persepsi terhadap niat pelanggan menggunakan kembali secara parsial diterima.

4.4. Uji F (Simultan)

independen terhadap variabel dependen (Y) secara bersamaan. jika variabel independen mempengaruhi secara simultan terhadap variabel dependen (Y), pengujian ini dapat diselesaikan dengan membandingkan signifikansi nilai F_{hitung} > F_{tabel} sehingga model yang ditetapkan tepat. Jika F_{hitung} > F_{tabel} berarti model regresi sudah benar, artinya dengan melihat nilai F_{tabel} = F (k; n - k), F = (2; 50 - 2), F_{tabel} = (2; 48) = 3,19. tingkat kesalahannya adalah 5%. Uji F dapat menggunakan rumus berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana:

F = Nilai F_{hitung}

R^2 = Nilai koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel

Uji F yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4. 3. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	187.152	2	93.576	40.675	.000 ^b
	Residual	108.128	47	2.301		
	Total	295.280	49			

a. Dependent Variable: Niatmengunakankembali

b. Predictors: (Constant), PersepsiKonsumen, KepercayaanPelanggan

Sumber: Hasil olah data melalui software SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 40,675 dan nilai F_{tabel} adalah 3,19 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $40,675 > 3,19$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. dapat disimpulkan bahwa selama pandemi Covid-19, variabel kepercayaan (X_1) dan persepsi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan.