

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Profil Honda Motor Bendilwungu

Honda Motor Bendilwungu merupakan salah satu bengkel resmi sepeda motor Honda. Bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) Honda Motor Bendilwungu berdiri sejak tahun 2009 tepatnya tanggal 04 Mei 2009. Bengkel Honda Motor Bendilwungu letaknya di Jalan Raya Podorejo, Desa Bendilwungu , Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung.

Honda Motor Bendilwungu senantiasa melaju dalam memberikan kontribusi pelayanan purna jual sepeda motor Honda. Bengkel resmi Honda Motor Bendilwungu ini melayani servis, perawatan dan perbaikan motor Honda berbagai jenis mulai dari metik , bebek , kopling , sport dan trail. Jenis-jenis motor yang dapat ditangani seperti Honda beat, Honda vario, Honda supra, PCX, Motor Honda Megapro dan lainnya.

Honda Motor Bendilwungu dapat melakukan servis motor Honda terkait ganti oli rutin motor Honda , servis aki , servis rutin , ganti Ban dan vleg , ganti subraker , rem/cakram , lampu dan lainnya. Selain itu Honda Motor Bendilwungu juga melayani 4

(empat) kali servis gratis setiap motor Honda baru yang sudah dijadwalkan. Selain pelayanan-pelayanan servis diatas Hari Motor Bendilwungu juga menjual beberapa aksesoris dan apparel resmi motor Honda.

b. Personalia dan Hubungan Karyawan

Honda Motor Bendilwungu menetapkan jam kerja mulai dari jam 07.00 AM sampai dengan pukul 04.30 PM buka setiap hari Senin sampai Sabtu, hari Minggu libur dan hari raya Idul Fitri, dalam operasionalnya dibantu oleh karyawan yang ahli dalam bidangnya. Upah yang diberikan mengacu pada UMK, upah yang diberikan merupakan upah kotor karena setiap harinya karyawan tidak mendapatkan konsumsi.

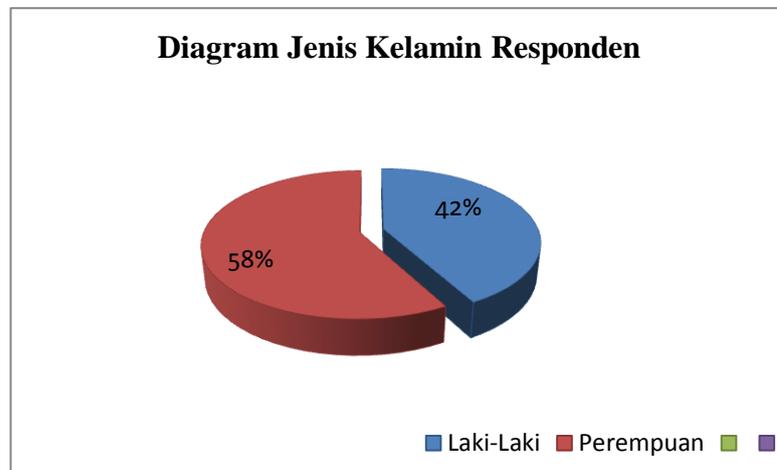
2. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Honda Motor Bendilwungu adapun jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 91 konsumen dengan teknik simple cara *Accidental Sampling* teknik penentuan sampel dengan didasarkan pada konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan, asal kota dan berapa kali berkunjung. Karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut:

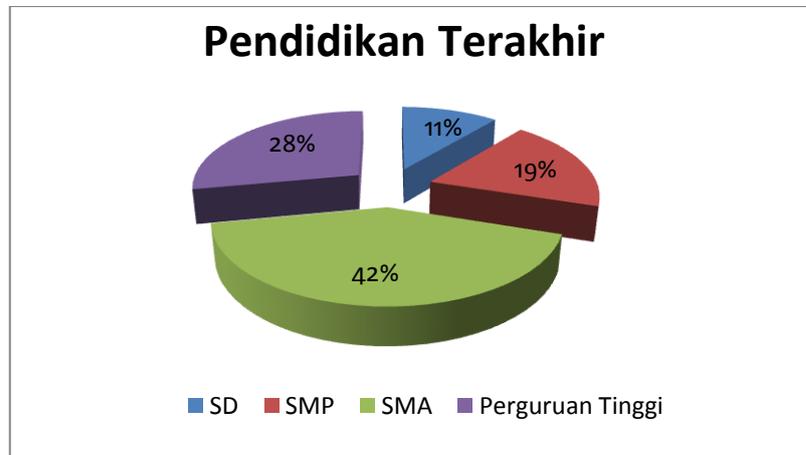
Tabel 4.1



Sumber : Data primer diolah

Dalam diagram tabel 4.1 diatas menunjukkan mayoritas konsumen di Honda Motor Bendilwungu berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 58% dan responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 42%. Jadi dapat disimpulkan yang banyak berkunjung di Honda Motor Bendilwungu yaitu perempuan.

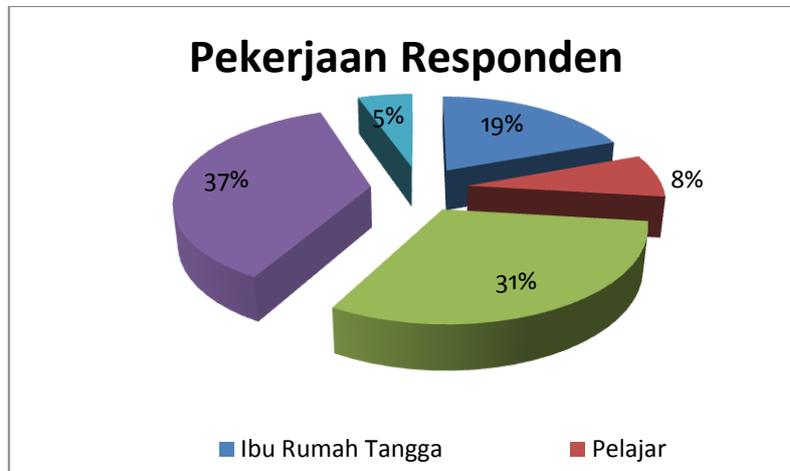
Tabel 4.2



Sumber : Data Primer diolah

Dalam diagram tabel 4.2 diatas menunjukkan mayoritas konsumen di Honda Motor Bendilwungu mempunyai riwayat pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 42% dan setelah itu responden yang mempunyai riwayat pendidikan terakhir Perguruan tinggi sebanyak 28% , SMP 19% dan SD 11% . Jadi dapat disimpulkan kebanyakan responden Honda Motor Bendilwungu adalah mempunyai riwayat pendidikan terakhir SMA, sedangkan yang paling sedikit responden adalah mempunyai riwayat pendidikan terakhir SD.

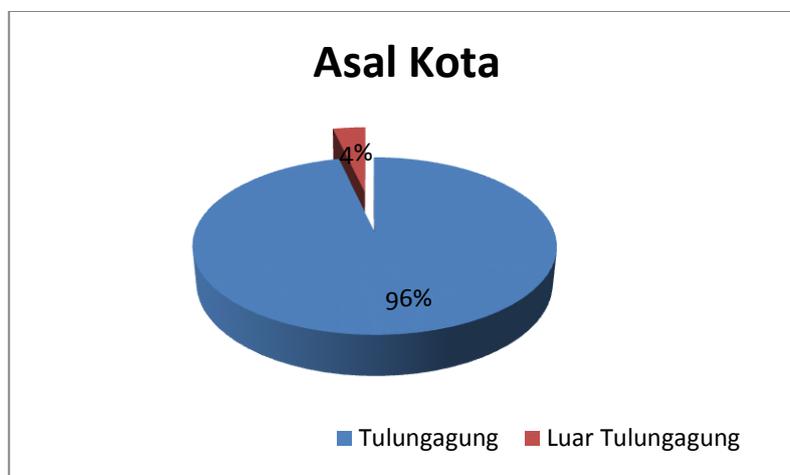
Tabel 4.3



Sumber : Data Primer diolah

Dalam diagram tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden sebesar 91 didapatkan hasil rata-rata pekerjaan konsumen di Honda Motor Bendilwungu adalah Ibu rumah tangga sebanyak 19%, Pelajar sebanyak 8%, Pegawai Swasta 31%, PNS sebanyak 37% dan diluar itu seperti wiraswasta dan swasta sebanyak 5%. Maka yang mempunyai nilai tertinggi adalah PNS.

Tabel 4.4



Sumber : Data Primer dioleh

Dalam diagram tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa menunjukkan mayoritas pelanggan di Honda Motor Bendilwungu bersasal dari Kota Tulungagung yaitu sebanyak 96% dan berasal dari luar Kota Tulungagung sebanyak 4%. Dapat disimpulkan mayoritas yang pengunjung di Honda Motor Bendilwungu tersebut berasal dari Kota Tulungagung.

4. Deskripsi Variabel

Dari angket yang telah di berikan kepada responden Honda Motor Bendilwungu terdiri dari 24 pertanyaan dan dibagi 4 kategori yaitu :

1. 7 soal digunakan untuk mengetahui pemilihan kualitas pelayanan yang ada di Honda Motor Bendilwungu yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X 1).
2. 7 soal digunakan untuk mengetahui *Word of Mouth* di Honda Motor Bendilwungu yang ada di yang diukur dari variabel *Word of Mouth* (X 2).
3. 6 soal digunakan untuk mengetahui pemilihan lokasi di Honda Motor Bendilwungu yang ada di yang diukur dari variabel lokasi (X 3).
4. 4 soal digunakan untuk mengetahui keputusan pemakaian jasa yang ada di Honda Motor Bendilwungu yang diukur dari variabel keputusan pemakaian jasa(Y).

Tabel 4.5

Kualitas Pelayanan

| No | Bobot | Skor | Jumlah | Persentasi |
|----|---------------------|------|--------|------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 223 | 35% |
| 2 | Setuju | 4 | 364 | 53% |
| 3 | Netral | 3 | 46 | 10% |
| 4 | Tidak Setuju | 2 | 0 | 0% |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 | 4 | 2% |

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel 4.5 diatas diketahui dari 91 responden pada Honda Motor Bendilwungu, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel kualitas pelayanan yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 223, setuju berjumlah 364 , netral berjumlah 46 dan sangat tidak setuju berjumlah 4. Dari hasil diatas responden lebih banyak memilih jawaban setuju ini berarti responden menganggap bahwa kualitas pelayanan di Honda Motor Bendilwungu sesuai dengan selera konsumen yang di inginkan.

Tabel 4.6

Word Of Mouth (X2)

| No | Bobot | Skor | Jumlah | Persentasi |
|----|---------------------|------|--------|------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 222 | 34% |
| 2 | Setuju | 4 | 368 | 54% |
| 3 | Netral | 3 | 50 | 22% |
| 4 | Tidak Setuju | 2 | 0 | 0% |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 | 0 | 0% |

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel 4.6 diatas diketahui dari 91 responden pada Honda Motor Bendilwungu, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel *word of mouth* yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 222, setuju berjumlah 368 dan netral berjumlah 50. Dari hasil diatas responden lebih banyak memilih jawaban setuju ini berarti responden menganggap bahwa *word of mouth* di Honda motor Bendilwungu sesuai dengan selera konsumen yang di inginkan.

Tabel 4.7

Lokasi (X3)

| No | Bobot | Skor | Jumlah | Persentasi |
|-----------|---------------------|-------------|---------------|-------------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 185 | 32% |
| 2 | Setuju | 4 | 289 | 54% |
| 3 | Netral | 3 | 62 | 19% |
| 4 | Tidak Setuju | 2 | 6 | 4% |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 | 4 | 3% |

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel 4.7 diatas diketahui dari 91 responden pada Honda Motor Bendilwungu, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel lokasi yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 185, setuju berjumlah 289, netral berjumlah 62, tidak setuju berjumlah 6 dan sangat tidak setuju berjumlah 4. Dari hasil diatas responden lebih banyak memilih jawaban setuju ini berarti responden menganggap bahwa lokasi diHonda motor Bendilwungu sesuai dengan selera konsumen yang di inginkan.

Tabel 4.8

Keputusan Pemakaian Jasa (Y)

| No | Bobot | Skor | Jumlah | Persentasi |
|----|---------------------|------|--------|------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 106 | 36% |
| 2 | Setuju | 4 | 196 | 59% |
| 3 | Netral | 3 | 62 | 15% |
| 4 | Tidak Setuju | 2 | 0 | 0% |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 | 0 | 0% |

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel 4.8 diatas diketahui dari 91 responden pada Honda Motor Bendilwungu, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel keputusan pemakaian jasa yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 106, setuju berjumlah 196 dan netral berjumlah 62. Dari hasil diatas responden lebih banyak memilih jawaban setuju ini berarti responden menganggap bahwa keputusan pemakaian jasa di Honda motor Bendilwungu sesuai dengan selera konsumen yang di inginkan.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan df (degree of freedom) dengan rumus $df = n-2$, dimana n = jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah $91-2 = 89$ dengan alpha sebesar 5%, maka hasil nilai rtabel sebesar 0,206. Jika rhitung

lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.

Tabel 4.9
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

| No Item | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|---------|--------------|-------------|------------|
| X1.1 | 0,743 | 0,206 | Valid |
| X1.2 | 0,584 | 0,206 | Valid |
| X1.3 | 0,555 | 0,206 | Valid |
| X1.4 | 0580 | 0,206 | Valid |
| X1.5 | 0.673 | 0,206 | Valid |
| X1.6 | 0.562 | 0,206 | Valid |
| X1.7 | 0,407 | 0,206 | Valid |

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.9 diatas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.10
Uji Validitas Word Of Mouth

| No item | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|---------|--------------|-------------|------------|
| X2.1 | 0,670 | 0.206 | Valid |
| X2.2 | 0,665 | 0.206 | Valid |
| X2.3 | 0.696 | 0.206 | Valid |
| X2.4 | 0,612 | 0.206 | Valid |
| X2.5 | 0,751 | 0.206 | Valid |
| X2.6 | 0,662 | 0.206 | Valid |
| X2.7 | 0,607 | 0.206 | Valid |

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.10 diatas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan

bahwa semua indikator dari *Word Of Mouth* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.11

Uji Validitas Lokasi

| No Item | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| X3.1 | 0,687 | 0,206 | Valid |
| X3.2 | 0,629 | 0,206 | Valid |
| X3.3 | 0,662 | 0,206 | Valid |
| X3.4 | 0,582 | 0,206 | Valid |
| X3.5 | 0,746 | 0,206 | Valid |
| X3.6 | 0,618 | 0,206 | Valid |

Sumber : Data primer, diolah oleh *SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.diatas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.12

Uji Validitas Keputusan Pemakaian Jasa

| No Item | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| Y.1 | 0,569 | 0,206 | Valid |
| Y.2 | 0,667 | 0,206 | Valid |
| Y.3 | 0,695 | 0,206 | Valid |
| Y.4 | 0,793 | 0,206 | Valid |

Sumber : Data primer, diolah oleh *SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.diatas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keputusan pemakaian jasa yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

Tabel 4.13

Hasil Uji Reabilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | Keterangan |
|------------------------------|----------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,666 | Reliabel |
| Word Of Mouth (X2) | 0,792 | Reliabel |
| Lokasi (X3) | 0,729 | Reliabel |
| Keputusan Pemakaian Jasa (Y) | 0,618 | Reliabel |

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.13 uji reliabilitas diatas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,61 yaitu $0,666 > 0,61$, ini berarti variabel kualitas pelayanan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha variabel *word of mouth* lebih besar dari 0,61 yaitu $0,792 > 0,61$ ini berarti variabel *word of mouth* reliabel. Nilai

Croanbach's Alpha variabel lokasi lebih besar dari 0,61 yaitu $0,729 > 0,61$ ini berarti variabel lokasi reliabel. Nilai Croanbach's Alpha keputusan pemakaian jasa lebih besar dari 0,61 yaitu $0,618 > 0,61$ ini berarti variable keputusan pemakaian jasa reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametric. Untuk mengetahui apakah data ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 4.14

Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 91 |
| Normal Parameters ^a | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.84419941 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .094 |
| | Positive | .084 |
| | Negative | -.094 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .901 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .392 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| | | |

Sumber : Data Primer, diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,392 yang artinya nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada di luar model. Untuk mendeteksi uji multikolinieritas dinyatakan jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model bebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil pengujian degan multikolinieritas:

Tabel 4.15

Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | |
|---------------------------|-------------------------|-------|
| Model | Collinearity Statistics | |
| | Tolerance | VIF |
| Constant | | |
| Kualitas pelayanan (X1) | .943 | 1.060 |
| Wordofmouth (X2) | .916 | 1.092 |
| Lokasi (X3) | .962 | 1.040 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMAKAIAN

JASA

Sumber : Data Primer, diolah oleh SPSS 16.0

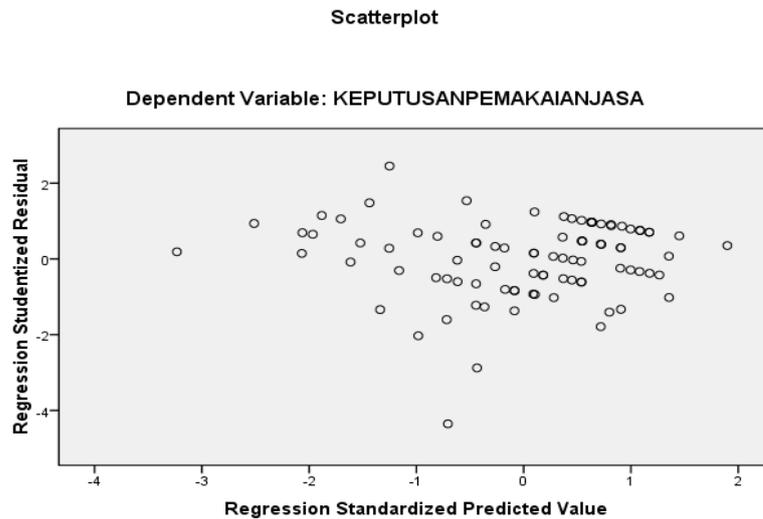
Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sebagai mana tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa nilai untuk kualitas pelayanan 1,060, *word of moth* 1,092 dan lokasi 1,040 . Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas, karena nilai VIF untuk setiap variabel kurang dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: (1) Penyebaran titik- titik data sebaiknya tidak berpola, (2) Titik- titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, (3) titik- titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

Tabel 4.16

Scatterplot



Sumber : Data Primer , diolah oleh *SPSS 16.0*

Dari tabel 4.16 Scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola. Hal ini dapat disimpulkan bahwa peneliti ini terbebas dari asumsi heterokedastisitas. Untuk memperkuat tidak terjadinya hesterokedastisitas pada tabel scatterplot, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser.

Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual $> 0,05$ maka tidak terjadi terjadinya hesterokedastisitas.

Tabel 4.17

Uji Glesjer

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1.432 | 1.763 | | .813 | .419 |
| kualitaspelayanan_x1 | .021 | .053 | .041 | .384 | .702 |
| Wordofmouth_x2 | -.073 | .037 | -.216 | -1.981 | .051 |
| lokasi_x3 | .061 | .045 | .145 | 1.364 | .176 |

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Primer , diolah oleh SPSS 16.0

Dari tabel 4.17 diatas menunjukkan bahwa nilai sig variabel kualitas pelayanan $0,702 > 0,05$, variabel *word of mouth* $0,051 > 0,05$ dan lokasi $0,176 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitin ini terbebas dari asumsi heterokedastisitas karena nilai sig variabel kualitas pelayanan, *word oh mouth*, dan lokasi lebih dari 0,05.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.18

Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 11.444 | 2.842 | | 4.026 | .000 |
| KUALITASPELAYANAN_X1 | -.165 | .086 | -.189 | -1.914 | .059 |
| WORDOFMOUTH_X2 | .246 | .060 | .413 | 4.117 | .000 |
| LOKASI_X3 | .084 | .072 | .114 | 1.162 | .248 |

a. Dependent Variable:

KEPUTUSANPEMAKAIANJASA_Y

Sumber : Data Primer , diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 4.18

di peroleh persamaan sebagai berikut :

$$Y_1 = 11,444 + -0,165 X_1 + 0,246 X_2 + 0,084 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai

berikut :

1. Konstanta sebesar 11,444 menunjukkan bahwa jika tidak ada nilai variabel kualitas pelayana , *word of mouth* dan lokasi dalam keadaan konstan (tetap) maka keputusan pemakaian jasa akan menurun sebesar 11,444 satuan.

2. Ketika variabel X1 (Kualitas Pelayanan) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan nilai keputusan pemakaian jasa sebesar 0,165. Tanda positif (+) pada angka 0,165 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pemakaian jasa adalah berhubungan positif.
3. Ketika variabel X2 (*Word Of Mouth*) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan nilai *Word Of Mouth* sebesar 0,246. Tanda positif (+) pada angka 0,246 menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* terhadap keputusan pemakaian jasa adalah berhubungan positif.
4. Ketika variabel X3 (Lokasi) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan nilai lokasi sebesar 0,084. Tanda positif (+) pada angka 0,084 menunjukkan bahwa variabel lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa adalah berhubungan positif.

6. Uji hipotesis

a. Uji Parsial (uji_t)

Uji-t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel independen benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menginterpretasikan koefisien variabel bebas dapat menggunakan *unstandardized coefficient* maupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat signifikansi masing-masing variabel. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

H 0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variable bebas terhadap variabel terikat.

H 1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.19

Uji t

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 11.444 | 2.842 | | 4.026 | .000 |
| KUALITASPELAYANAN_X1 | -.165 | .086 | -.189 | -1.914 | .049 |
| WORDOFMOUTH_X2 | .246 | .060 | .413 | 4.117 | .000 |
| LOKASI_X3 | .084 | .072 | .114 | 1.162 | .248 |

a. Dependent Variable:

KEPUTUSANPEMAKAIANJASA_Y

Sumber : Data Primer , diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19 menunjukkan hasil uji t kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan lokasi diperoleh signifikansi lebih kecil (<) dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, sementara nilai t_{tabel} sebesar 1,662 (dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi 1 = $0,05/2 : n - k - 1 = 0,05/2 : 91 - 3 - 1 = 0,025 : 87$).

1) Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan pemakaian jasa (Y)

H₀ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu.

H₁ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,914 > 1,662$ dan $sig\ 0,049 < 0,05$ maka H₀ ditolak dan terima H₁. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Honda Motor Bendilwungu..

2) Pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pemakaian jasa (Y)

H₀ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Word of mouth* terhadap keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu.

H₁ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara terhadap *Word of mouth* terhadap keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,117 > 1,662$ dan $sig\ 0,000 < 0,05$ maka H₀ ditolak dan terima H₁. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa

ada pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu.

3) Pengaruh lokasi (X3) terhadap keputusan pemakaian jasa (Y)

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu.

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,162 < 1,662$ dan $sig\ 0,248 > 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel X3 tidak memiliki kontribusi dengan Y. Jadi, tidak ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.20

Uji f

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 75.200 | 3 | 25.067 | 7.125 | .000 ^a |
| | Residual | 306.096 | 87 | 3.518 | | |
| | Total | 381.297 | 90 | | | |

a. Predictors: (Constant), LOKASI_X3, KUALITASPELAYANAN_X1, WORDOFMOUTH_X2

b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMAKAIANJASA_Y

Sumber : Data Primer , diolah oleh *SPSS 16.0*

H 0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variable independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama)

H 1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama)

Kriteria pengambilan:

H0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

H1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

Dari uji F didapatkan nilai F hitung sebesar 7,125 dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$). Sementara nilai F tabel sebesar 2,71 (dari perhitungan $df = k$ (k adalah jumlah

variable bebas) = 3 (berarti kolom ke 3) dan $df_2 = n - k - 1 = 91 - 3 - 1 = 87$ (berarti baris ke 87). Ini berarti bahwa F hitung sebesar 7,125 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,71. Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan terima H_1 . Karena F hitung lebih besar dari F tabel atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan, *word of mouth* dan lokasi keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu

c. Uji Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*.

Tabel 4.21

Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .444 ^a | .197 | .580 | 1.87573 |

a. Predictors: (Constant), LOKASI_X3, KUALITASPELAYANAN_X1, WORDOFMOUTH_X2

b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMAKAIANJASA_Y

Sumber : Data Primer, diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat diketahui bahwa R square atau koefisien determinasi sebesar 0,580 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,580 atau 58%, artinya jumlah kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, *word of mouth*, lokasi sebesar 58%, sedangkan 42% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.