

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Tokopedia

Tokopedia adalah salah satu perusahaan jual beli berbasis digital terbesar di Indonesia. Sejak resmi diluncurkan, Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang pesat. Dengan mengusung model bisnis marketplace dan mall online, memungkinkan setiap individu, toko kecil dan *brand* terkemuka untuk membuka dan mengelola toko online mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memungkinkan pengalaman berbelanja online yang lebih aman dan nyaman. Tokopedia percaya bahwa marketplace adalah model bisnis paling indah di dunia, karena kesuksesan sebuah marketplace hanya dapat diraih dengan membuat orang lain menjadi lebih sukses. Ide untuk membuat mall di dunia maya sesungguhnya sudah ada sejak tahun 2007. Namun tidak segera terealisasi karena ketika itu Leontinus Alpha Edison dan William Tanuwijaya sebagai founder berdirinya Tokopedia belum memiliki investor¹. Tokopedia didirikan pada bulan Februari 2009 dan diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009.

Sepanjang tahun 2007-2009 Tokopedia mencari investor yang mau bergabung dengannya. Pada tanggal 6 Februari 2010 Tokopedia mendapatkan

¹ Catur Kurniawan, Pengaruh Eservice Quality E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim Psada Marketplace Tokopedia Dan Bukalapak (Thesis : Tiddak Diterbitkan ,2019) Hal 81

seed funding (pendanaan awal) dari PT Indonusa Dwitama sebesar 2,5 miliar. Tokopedia juga berhasil memikat *East Ventures*, perusahaan yang berfokus pada lini investasi bisnis di internet yang berbasis di Singapura. Selain itu, Tokopedia juga menerima investasi dari *CyberAgent Ventures*. Hingga pada tanggal 4 April 2012 Tokopedia telah menerima investasi dari Netprice.com, Ltd. Pada tanggal 22 Oktober 2014 Tokopedia menerima investasi senilai \$100 juta (sekitar 1,2 triliyun rupiah) dari *SoftBank Internet and Media* dan *Sequoia Capital*. Pada tanggal 17 Agustus 2017 bertepatan dengan ulang tahun ke-8, CEO Tokopedia William Tanuwijaya mengumumkan bahwa perusahaan telah menerima investasi senilai \$1,1 miliar (sekitar 14,7 triliyun rupiah) dari Alibaba. Putaran ‘pendanaan baru sebesar \$1,1 miliar dari Softbak Vision Fund dan Alibaba group pada tahun 2018 dan mengakuisisi Bridgestory dan Parentstory².

Berkat peranannya dalam mengembangkan bisnis online di Indonesia, PT Tokopedia berhasil meraih penghargaan khusus di *Brandz Top 50 Most Valuable Indonesian Brands 2016* dari WPP dan *Millward Brown*. Dalam rilis yang diterima Money.id, Tokopedia menduduki peringkat kedua kategori *One To Watch*, karena memiliki potensi pasar yang cukup luas, di sektor start up Indonesia, setelah Traveloka dan Bukalapak di peringkat ketiga. Selain penghargaan tersebut, Tokopedia juga meraih beberapa penghargaan diantaranya perusahaan terbaik di Industri Konsumen dalam *Indonesia Digital Economy Award 2016* oleh *MarkPlus* dan IDSA serta *start up* paling diminati di

²<https://m.tokopedia.com/> ,diakses Jumat,4 Desember 2020, pukul 13.56

Indonesia pada 2016 dari *Job Planet*³.

10 tahun terakhir Tokopedia memiliki visi “Membangun Sebuah Ekosistem Dimana Siapa Pun Bisa Memulai dan Menemukan Apa Pun, Di Mana Pun”. Selain visi Tokopedia juga memiliki misi yakni Pemerataan Ekonomi secara Digital. Untuk dekade berikutnya, Tokopedia fokus pada upaya mengembangkan *Super Ecosystem* yang memungkinkan setiap orang dapat berkontribusi dan memberikan nilai tambah bagi satu sama lain serta tumbuh bersama. Tokopedia telah membangun jembatan dengan banyak mitra, termasuk mitra logistik dan pembayaran dan masih berupaya membangun jaringan yang lebih kuat. Sistem kerja di Tokopedia menekankan pada budaya kerja sebagai peta, value atau DNA perusahaan sebagai kompas dan visi misi perusahaan sebagai tujuan. Nakama (karyawan Tokopedia) dalam bahasa jepang artinya sahabat, kolega atau keluarga. Setiap nakama bekerja sebagai satu tim yang kuat untuk mencapai tujuan bersama yaitu mencapai pemerataan ekonomi dan membuat perubahan bagi kehidupan di Indonesia. Tokopedia percaya pengembangan kualitas SDM hanya bisa dilakukan dengan cara memberikan kepercayaan dan kesempatan. Secara garis besar, karyawan Tokopedia diletakkan dengan tiga nilai atau DNA, antara lain *growth mindset, focus on consumer make it happen & make it better*. Semua Nakama memiliki DNA ini untuk berjuang untuk menciptakan layanan dan pengalaman yang lebih baik bagi para pelanggan⁴.

³ <https://www.coursehero.com/file/40374824/Profil-Perusahaan-Tokopediadocx/> diakses Jumat, 4 Desember 2020, pukul 11.02

⁴ www.tokopedia.com/, diakses Jumat, 4 Desember 2020, pukul 13.56

Berikut tampilan website tokopedia :

Gambar 4.1
Tampilan Depan Tokopedia Tahun 2020



Sumber: www.tokopedia.com/ diakses Jumat,4 Desember 2020, pukul 12.03

B. Karakteristik Responden

Data responden yang diperoleh dapat digunakan untuk menggambarkan keadaan responden dan juga sebagai tambahan informasi mengenai karakteristik responden yang diambil sebagai sampel Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

1. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Respden berdasarkan Jenis Kelamin Respden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1.	Laki-laki	88	40%
2.	Perempuan	132	60%

Total	220	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Dari tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan 40% laki-laki berjumlah 88 orang dan perempuan sebanyak 60% dengan jumlah 132 orang.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Prosentase
1.	18 tahun	10	5%
2.	19-20 tahun	62	28%
3.	21-22 tahun	95	43%
4.	>23 tahun	53	24%
Total		220	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2020

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden yang berpartisipasi di dominasi usia 21-22 tahun sebanyak 43,18% dengan jumlah 95 orang, responden usia 19-20 tahun sebanyak 28,18% dengan jumlah 62 orang, responden usia lebih dari 23 tahun sebanyak 24% dengan jumlah 53 orang, dan responden usia kurang dari 18 tahun sebanyak 4,5% dengan jumlah 10 orang.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk di Tokopedia

No.	Pembelian	Jumlah	Prosentase
1.	1-3 kali	82	37%
2.	4-6 kali	69	31%
3.	7-9 kali	23	11%
4.	>9 kali	46	21%
Total		220	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.3 diatas bahwa responden yang melakukan pembelian di tokopedia didominasi 1-3 kali pembelian sebanyak 37,2% yaitu 82 orang, sebanyak 31,3% dengan jumlah 69 orang melakukan pembelian

sebanyak 4-6 kali, sebanyak lebih dari 9 kali pembelian dengan jumlah 46 orang dengan persentase 20,9%, dan responden yang melakukan pembelian sebanyak 7-9 kali dengan jumlah 23 orang dengan persentase 10,4%.

C. Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan mendeskripsikan gambaran atau tanggapan dari setiap variabel yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang berupa pengisian kuesioner (angket). Hasil jawaban yang diperoleh berasal dari 220 responden yang dipilih sebagai sampel penelitian pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Variabel-variabel penelitian ini terdiri dari variabel independent (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independent berupa pelayanan sedangkan variabel dependent berupa loyalitas dan kepuasan sebagai variabel intervening atau perantara pada Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung).

Pada kuesioner (angket) terdapat pernyataan yang menggambarkan mengenai tanggapan atau sikap responden terhadap item-item pernyataan pada setiap variabel. Pernyataan tersebut berupa jawaban-jawaban dengan kategori: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (ST), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Hasil kuesioner ini merupakan penilaian dari responden berdasarkan apa yang mereka rasakan atau dialami selama membeli produk pada Aplikasi Tokopedia. Adapun variabel-variabel independent sebagai berikut:

a) Variabel Pelayanan (X)

Pada variabel pelayanan terdapat 5 indikator dengan 12 item

pernyataan. Adapun hasil akumulasi jawaban dari 220 responden terhadap item-item pernyataan variabel pelayanan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4
Hasil Akumulasi Variabel Pelayanan

Variabel	Item Pernyataan	Skor Jawaban Respoden														
		SS		S		KS		TS		STS		TOTAL				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Pelayanan(X)	P1	95	42,6 %	94	42,2 %	2	12,8 %	7	1,8 %	4	1,8 %	-	-	220	100 %	
	P2	84	37,7 %	10	48,9 %	2	12,1 %	7	-	-	-	-	-	220	100 %	
	P3	85	38,1 %	10	47,1 %	3	30% 0	-	-	-	-	-	-	220	100 %	
	P4	10	44,8 %	87	39% 3	3	14,7 %	3	-	-	-	-	-	220	100 %	
	P5	70	31,4 %	11	53,4 %	2	13% 9	2	1%	-	-	-	-	220	100 %	
	P6	90	40,4 %	10	46,2 %	2	10,3 %	3	4	1,8 %	-	-	-	-	220	100 %
	P7	85	38,1 %	89	39,1 %	4	19,7 %	4	2	1%	-	-	-	-	220	100 %
	P8	10	46,6 %	84	37,7 %	3	14,3 %	2	-	-	-	-	-	-	220	100 %
	P9	10	48% 7	86	38,6 %	2	12,1 %	7	-	-	-	-	-	-	220	100 %
	P10	10	45,3 %	94	42,2 %	2	11,2 %	5	-	-	-	-	-	-	220	100 %
	P11	92	41,3 %	98	43,9 %	3	13,5 %	0	-	-	-	-	-	-	220	100 %
	P12	92	41,3 %	92	41,3 %	3	- 6	-	-	-	-	-	-	-	220	100 %

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa variabel pelayanan (X) pada pernyataan pertama tampilan tokopedia memiliki desain yang menarik (P1) mendapatkan respon sebanyak 95 responden yang menyatakan sangat setuju, 94 responden yang menyatakan setuju, 27 responden yang menyatakan kurang setuju, pendapat tidak setuju berjumlah 4 responden dan pendapat sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa

Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju jika pernyataan bahwa tampilan tokopedia memiliki desain yang menarik.

Pada pernyataan kedua tersedianya fasilitas yang lengkap (P2) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 84 responden, pendapat setuju berjumlah 109 responden, kurang setuju berjumlah 27 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan tersedianya fasilitas yang lengkap di tokopedia.

Pada pernyataan ketiga langkah-langkah menggunakan tokopedia mudah (P3) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 85 responden, setuju berjumlah 105 responden, kurang setuju berjumlah 30 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa langkah-langkah menggunakan tokopedia mudah.

Pada pernyataan keempat tokopedia update dalam memberikan informasi baru (P4) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 100 responden, setuju berjumlah 87 responden, kurang setuju berjumlah 33 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan

bahwa tokopedia update dalam memberikan informasi baru.

Pada pernyataan kelima seringkali memberikan potongan harga atau kupon(P5) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 70 responden, setuju berjumlah 119 responden, kurang setuju berjumlah 29 responden, tidak setuju berjumlah 2 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa seringkali memberikan potongan harga atau kupon.

Pada pernyataan keenam fasilitas gratis ongkir yang meringankan konsumen(P6) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 90 responden, setuju berjumlah 103 responden, kurang setuju berjumlah 23 responden, tidak setuju berjumlah 4 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa fasilitas gratis ongkir yang meringankan konsumen.

Pada pernyataan ketujuh waktu pengiriman tidak lebih dari estimasi(P7) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 85 responden, setuju berjumlah 89 responden, kurang setuju berjumlah 44 responden, tidak setuju berjumlah 2 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa waktu pengiriman tidak lebih dari estimasi.

Pada pernyataan kedelapan produk yang diterima sesuai dengan

pesanan(P8) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 104 responden, setuju berjumlah 84 responden, kurang setuju berjumlah 32 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan bahwa produk yang diterima sesuai dengan pesanan.

Pada pernyataan kesembilan customer service yang melayani keluhan dengan baik dan cepat(P9) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 107 responden, setuju berjumlah 86 responden, kurang setuju berjumlah 27 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan bahwa customer service yang melayani keluhan dengan baik dan cepat.

Pada pernyataan kesepuluh pengembalian dana karena rusak atau tidak sesuai pesanan(P10) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 101 responden, setuju berjumlah 94 responden, kurang setuju berjumlah 25 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan bahwa pengembalian dana karena barang rusak atau tidak sesuai pesanan.

Pada pernyataan kesebelas data transaksi konsumen terlindungi (P11) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 92 responden, setuju berjumlah 98 responden, kurang setuju berjumlah 30 responden, tidak setuju berjumlah 0

responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa data transaksi konsumen terlindungi.

Pada pernyataan ke duabelas tersedianya call center 24 jam untuk melayani konsumen (P12) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 92 responden, setuju berjumlah 92 responden, kurang setuju berjumlah 36 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan bahwa waktu pengiriman tidak lebih dari estimasi.

a) Variabel Kepuasan (Z)

Adapun hasil akumulasi jawaban dari 220 responden terhadap item-item pernyataan variabel pelayanan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Hasil Akumulasi Variabel Kepuasan

Variabel	Item Pernyataan	Skor Jawaban Respoden											
		SS		S		KS		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kepuasan (Z)	P1	56	25%	91	40%	41	18,3%	26	11,6%	6	2,7%	220	100%
	P2	78	34,8%	104	46,4%	35	15,6%	-	-	3	1,3%	220	100%
	P3	101	37,9%	63	28,6%	48	21,8%	8	3,6%	2	0,9%	220	100%
	P4	65	29%	86	38,6%	61	27,7%	8	3,6%	-	-	220	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2020

Dapat dilihat pada table 4.5 diatas pernyataan pada variabel kepuasan ada

4, pada pernyataan pertama bahwa saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan di tokopedia (P1) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 56 responden, setuju berjumlah 91 responden, kurang setuju berjumlah 41 responden, tidak setuju berjumlah 26 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 6 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan saya puas dengan fasilitas yang disediakan di tokopedia.

Pada pernyataan kedua bahwa saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi di tokopedia (P2) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 78 responden, setuju berjumlah 104 responden, kurang setuju berjumlah 35 responden, tidak setuju berjumlah 0 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 3 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi di tokopedia.

Pada pernyataan ketiga saya merasa puas dengan barang-barang di tokopedia (P3) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 85 responden, setuju berjumlah 96 responden, kurang setuju berjumlah 29 responden, tidak setuju berjumlah 8 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 2 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa saya merasa puas dengan barang-barang di tokopedia.

Pada pernyataan keempat saya merasa senang dengan pelayanan di tokopedia (P4) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 65 responden, setuju

berjumlah 86 responden, kurang setuju berjumlah 61 responden, tidak setuju berjumlah 8 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih setuju dengan pernyataan bahwa saya merasa senang dengan pelayanan di tokopedia.

a) Variabel Loyalitas (Y)

Pada variabel pelayanan terdapat 5 indikator dengan 12 item pernyataan. Adapun hasil akumulasi jawaban dari 220 responden terhadap item-item pernyataan variabel pelayanan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Akumulasi Variabel Loyalitas

Variabel	Item Pernyataan	Skor Jawaban Responen										TOTAL	
		SS		S		KS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Loyalitas (Y)	P1	91	36%	70	27,7%	44	17,4%	13	5,1%	2	1%	220	100%
	P2	85	33,6%	73	28,9%	58	22,9%	4	1,6%	-	-	220	100%
	P3	94	37,2%	73	28,9%	44	17,4%	5	2%	4	1,6%	220	100%
	P4	82	32,4%	64	25,3%	52	20,6%	18	7,1%	4	1,6%	220	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.6 diatas dari variabel loyalitas terdapat 4 pernyataan, pada pernyataan pertama bahwa saya akan terus membeli di tokopedia(P1) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 91 responden, setuju berjumlah 70 responden, kurang setuju berjumlah 44 responden, tidak setuju berjumlah 13 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 52 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan bahwa saya akan terus membeli di tokopedia.

Pada pernyataan kedua saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran perusahaan lain(P2) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 85 responden, setuju berjumlah 73 responden, kurang setuju berjumlah 58 responden, tidak setuju berjumlah 4 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan bahwa saya tidak akan terpengaruh dengan perusahaan lain.

Pada pernyataan ketiga saya merasa sulit untuk berpindah dari tokopedia (P3) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 94 responden, setuju berjumlah 73 responden, kurang setuju berjumlah 44 responden, tidak setuju berjumlah 5 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 4 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan bahwa saya merasa sulit untuk berpindah dari tokopedia.

Pada pernyataan keempat saya akan merekomendasikan tokopedia ke orang lain(P4) dengan menyatakan sangat setuju berjumlah 82 responden, setuju berjumlah 64 responden, kurang setuju berjumlah 52 responden, tidak setuju berjumlah 18 responden, dan sangat tidak setuju berjumlah 4 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sesuai sampel yang telah ditentukan memilih sangat setuju dengan pernyataan

bahwa saya akan merekomendasikan tokopedia ke orang lain.

D. Analisis Data

Setelah melakukan penelitian dilapangan, peneliti memperoleh data-data mengenai pelayanan kepuasan dan loyalitas, pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Data ini diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yang merupakan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang berjumlah 220 orang dari jumlah keseluruhan, atau sesuai dengan sampel yang telah ditetapkan. Perhitungan atau analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan computer melalui program aplikasi SPSS 25 for windows.

1. Uji Keabsahan Data

Untuk mengetahui tingkat keakuratan data, maka dalam penelitian ini dilakukan pengujian terhadap instrument penelitian (kuesioner) dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas data sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian terhadap kemampuan dari indikator-indikator untuk mengatur tingkat keakuratan atau keabsahan suatu instrument. Instrument valid apabila dapat mengungkapkan variabel yang diteliti secara tepat. Dengan taraf siginifikansi sebesar 5%, jika $N= 220$ maka r tabel nya 0,132 seperti berikut ini:

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen pertama (X) adalah pelayanan . Adapun hasil validitas data variabel X yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel X

No.	Item	Taraf Kesalahan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	P1	0,05	0,570	0,132	Valid
2	P2	0,05	0,673	0,132	Valid
3	P3	0,05	0,624	0,132	Valid
4	P4	0,05	0,621	0,132	Valid
5	P5	0,05	0,755	0,132	Valid
6	P6	0,05	0,696	0,132	Valid
7	P7	0,05	0,683	0,132	Valid
8	P8	0,05	0,708	0,132	Valid
9	P9	0,05	0,664	0,132	Valid
10	P10	0,05	0,669	0,132	Valid
11	P11	0,05	0,651	0,132	Valid
12	P12	0,05	0,644	0,132	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No.	Item	Taraf Kesalahan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	P1	0,05	0,658	0,132	Valid
2	P2	0,05	0,744	0,132	Valid
3	P3	0,05	0,693	0,132	Valid
4	P4	0,05	0,672	0,132	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Z

No.	Item	Taraf Kesalahan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	P1	0,05	0,606	0,132	Valid
2	P2	0,05	0,576	0,132	Valid
3	P3	0,05	0,730	0,132	Valid
4	P4	0,05	0,653	0,132	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitis dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha dimana suatu instrumnt dikatakan realiabe jika memiliki kehandalan realibilitas

sebagai berikut:

Tabel 4.10
Tingkat Realibilitas Berdasarkan nilai Alpha

No	Alpha	Tingkat Reliable
1	00,00-0,20	Kurang Reliable
2	0,20-0,40	Agak Reliable
3	0,40-0,60	Cukup Reliable
4	0,60-0,80	Reliable
5	0,80-1,00	Sangat Reliable

Sumber: Triton Perwira Budi, SPSS 13 Terapan: Riset Statistik

1. Uji Realibitas Pelayanan(X)

Pelayanan merupakan (variabel bebas) yang akan diuji realibilitasnya sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Realibilitas Pelayanan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	12

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.11 diatas dengan tingkat signifikan 5% koefisien alpha 0,898, yang artinya $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ yaitu 0,132, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel pelayanan sangat reliabel.

2. Uji Realibitas Loyalitas(Y)

Loyalitas merupakan (variabel terikat) yang akan diuji realibilitasnya sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Realibilitas Loyalitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,629	4

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.12 diatas dengan tingkat signifikan 5% koefisien alpha 0,629, yang artinya $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ yaitu 0,132, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel loyalitas reliabel.

3. Uji Realibitas Kepuasan(Z)

Kepuasan merupakan (variabel intervening) yang akan diuji realibilitasnya sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Realibilitas Kepuasan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,502	4

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.13 diatas dengan tingkat signifikan 5% koefisien alpha 0,502, yang artinya $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ yaitu 0,132, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel kepuasan cukup reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan memenuhi persyaratan model regresi bahwa daa yang diperoleh memiliki sifat normal. Untuk itu dilkukn

uji sample kolmogrov sminorv test. Uji normalitas juga dapat dilihat melalui normal probability plot. Uji normalitas data dilihat dengan melihat pola pada kurva penyebaran pada grafik P-Plot. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika penyebaran memiliki garis normal, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas Kolmv-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		220
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40698210
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.049
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		1.338
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056

a. Test distribution is Normal.

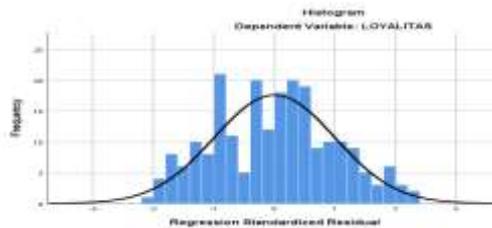
b. Calculated from data.

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.14 diatas dengan menggunakan uji perhitungan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila nilai *asymptotic significant (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal. Hasil uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan Kolmogorov-Smirnov menggunakan *software SPSS25*. Baik dilihat dari hasil uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan Kolmogorov-Smirnov nilai *asymptotic*

significant (2-tailed) diatas adalah 0,056 dan lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal.

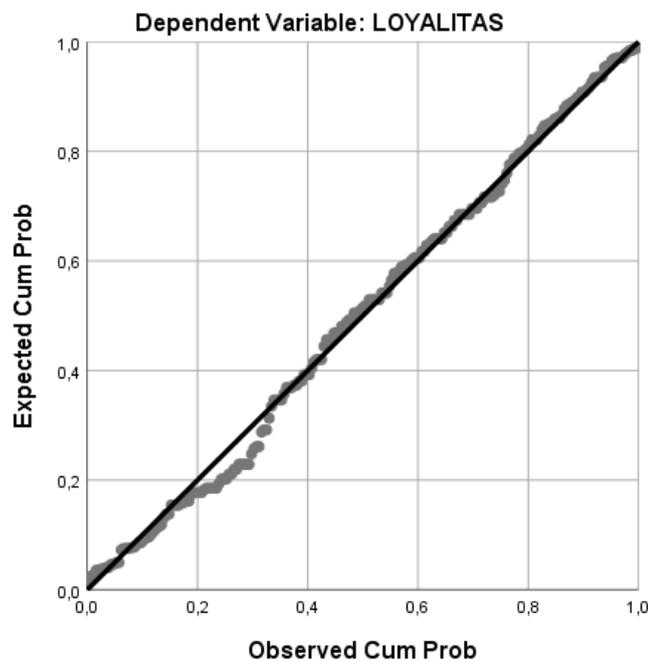
Grafik 4.1
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan grafik 4.1 di atas uji normalitas dengan histogram dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal karena kurva histogram di atas berbentuk parabola dan bukan garis linnier.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas dengan nomal P-Plot
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Dari gambar 4.3 diatas *normal P-P plot* di atas memiliki penyebaran titik data di sekitar garis normal dan titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu diagonal. Dari *normal P-P plot* diatas dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak (Ghozali, 2011: 166). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi lebih besar dari 0,05. Dan membandingkan nilai F hitung dan F Tabel, jika F hitung lebih besar dari F tabel maa ada hubungan antara variabel dependent dan independent. Hasil uji linieritas untuk masing-nmasing variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas * Pelayanan	Between Groups	(Combined)	467.861	24	19.494	3.686	.000
		Linearity	230.410	1	230.410	43.565	.000
		Deviation from Linearity	237.451	23	10.324	.952	.108
	Within Groups		1031.339	195	5.289		
	Total		1499.200	219			

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas, diketahui bahwa Signifikansi 0,108

>0,05 maka ada hubungan pelayanan dengan loyalitas. Dan f hitung yaitu 0,952 < 3,03 variabel independen memiliki hubungan yang linier dengan variabel dependen. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah linier.

$$\text{Rumus F Tabel} = F.INV.RT(0,05;3-1;220-2 -1) = 3,03766731$$

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011: 105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksinya yaitu dengan cara menganalisis nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan VIF di bawah angka 10 maka regresi bebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.543	1.385		5.445	.000		
Pelayanan	.293	.026	.213	3.544	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Loyalitas							

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

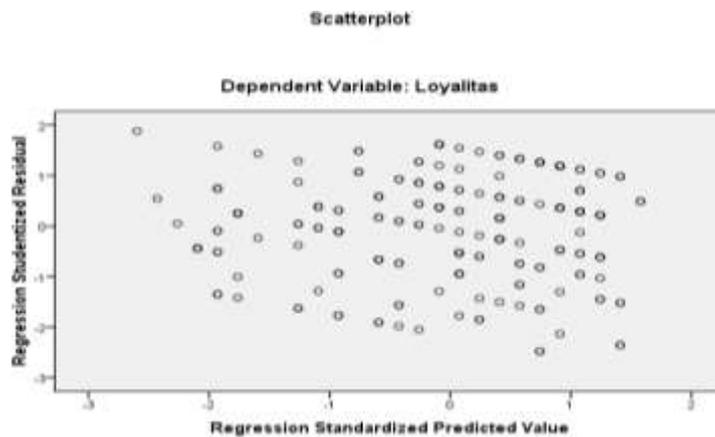
Dari tabel 4.16 di atas terlihat bahwa variabel pelayanan mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011: 139). Cara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan gambar scatterplots. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SREID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun gelombang.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan gambar 4.4 diatas menunjukkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Metode regresi linier dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui nilai koefisien regresi dapat berpedoman pada tabel coefficient.

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X-Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.543	1.385		5.445	.000
	pelayanan	.293	.026	.213	3.544	.000
a. Dependent Variable: loyalitas						

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Rumus Regresi Linear Sederhana :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,543 + 0,293X$$

Hasil Persamaan regresi pada tabel 4.17 diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien pelayanan (X) sebesar 0,293 yang berarti apabila pelayanan meningkat satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat 0,293 satuan. Persamaan di atas memberikan gambaran bahwa apabila pelayanan semakin positif atau semakin baik akan menambah atau meningkatkan loyalitas konsumen.

a. Uji t

Pengujian signifikansi regresi dengan uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Dengan Hasil Statistik Uji T Untuk Variabel Pelayanan Diperoleh Nilai T Hitung < T tabel Sebesar $3,544 < 1,9709$ Dengan Tingkat Signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,293. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Konsumen” **terbukti dan dapat diterima**

b. Koefisien Determinasi

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi X-Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.213 ^a	.154	.150	2.41250
a. Predictors: (Constant), pelayanan				

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel pelayanan secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel pelayanan.

Pada tabel 4.18 diatas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,154, hal ini berarti bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh pelayanan sebesar 15,4%, sedangkan sisanya sebesar 84,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

F. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Metode regresi linier dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui nilai koefisien regresi dapat berpedoman pada tabel coefficient.

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X-Z

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.865	1.184		7.485	.000
	pelayanan	.244	.100	.587	6.198	.000
a. Dependent Variable: kepuasan						

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Rumus Regresi Linear Sederhana :

$$Z = a + bX$$

$$Z = 8,865 + 0,244X$$

Hasil Persamaan regresi pada tabel 4.19 diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien pelayanan (X) sebesar 0,244 yang berarti apabila pelayanan meningkat satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,244 satuan. Persamaan di atas memberikan gambaran bahwa apabila pelayanan semakin positif atau semakin baik akan menambah atau meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Uji t

Pengujian signifikansi regresi dengan uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan hasil statistik uji t untuk variabel pelayanan diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $6,198 < 1,9709$ dengan tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,244, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” **terbukti dan dapat diterima.**

c. **Koefisien Determinasi**

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi X-Z

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.350	.346	2.06250
a. Predictors: (Constant), pelayanan				

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel pelayanan secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel kepuasan.

Pada tabel 4.20 diatas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,350, hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh pelayanan sebesar 35%, sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

G. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Metode regresi linier dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui nilai koefisien regresi dapat berpedoman pada tabel coefficient.

Tabel 4.21
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Z-Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.859	1.085		5.401	.000
	kepuasan	.544	.170	.464	9.622	.000
a. Dependent Variable: loyalitas						

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Rumus Regresi Linear Sederhana :

$$Y = a + bZ$$

$$Y = 5,859 + 0,544Z$$

Hasil Persamaan regresi pada tabel 4.21 diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien kepuasan (Z) sebesar 0,544 yang berarti apabila kepuasan meningkat satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat 0,544 satuan. Persamaan di atas memberikan gambaran bahwa apabila kepuasan semakin positif atau semakin baik akan menambah atau meningkatkan loyalitas konsumen.

b. Uji t

Pengujian signifikansi regresi dengan uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial kepuasan

terhadap kepuasan konsumen. Dengan hasil statistik uji t untuk variabel kepuasan diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $9,622 < 1,9709$ dengan tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,544, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen” **terbukti dan dapat diterima**.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi Z-Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 ^a	.298	.295	2.19703
a. Predictors: (Constant), kepuasan				

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kepuasan secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel loyalitas. Pada tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,298, hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh pelayanan sebesar 29,8%, sedangkan sisanya sebesar 70,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

H. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen

1. Analisis Sobel

Analisis sobel digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediator yaitu Kepuasan. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan Uji Sobel (*Sobel Test*). Uji Sobel ini

dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel *independent* (X) kepada variabel *dependent* (Y) melalui variabel intervensi (Z).

Tabel 4.23
Ringkasan Hasil Uji Regresi X-Z

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.865	1.184		7.485	.000
	pelayanan	.244	.100	.587	6.198	.000
a. Dependent Variable: kepuasan						

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Tabel 4.24
Hasil Uji Regresi Z-Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.859	1.085		5.401	.000
	kepuasan	.544	.170	.464	9.622	.000
a. Dependent Variable: loyalitas						

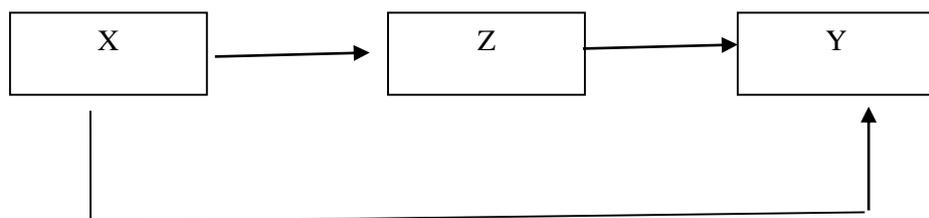
Sumber:

$$a=0,244$$

$$b=0,544$$

$$Sa=0,100$$

$$Sb=0,170$$



Dimana:

a = koefisien korelasi X Z

b = koefisien ZY

ab = hasil perkalian koefisien korelasi koefisien korelasi X Z dengan korelasi ZY

s_a = standar error koefisien a

s_b = standar error koefisien b

s_{ab} = standar error tidak langsung (indirect effect)

$$S_{ab} = \sqrt{a^2 s_b^2 + b^2 s_a^2 + s_a^2 s_b^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{0,244^2 \times 0,170^2 + 0,544^2 \times 0,100^2 + 0,100^2 \times 0,170^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{0,0059536 + 0,00855255 + 0,0289}$$

$$S_{ab} = 0,03804791$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

$$t = \frac{a \times b}{S_{ab}}$$

$$\frac{t=0,244 \times 0,544}{0,03804791} = \frac{0,132736}{0,03804791} = 3,488654173$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai thitung 3,488654173. Nilai $\alpha = 5\%$ dari 220 responden dan diperoleh ttabel 1,970906 karena thitung 3,488654173 > dari ttabel 1,970906 maka Kepuasan dapat memediasi hubungan antara Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.

Rumus t hitung = T.INV(0,05;218)

I. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Setelah dilakukan analisis hasil penelitian pada sub-sub pembahasan diatas, selanjutnya peneliti mendiskripsikan hasil penelitian tersebut, dengan menggambarkan adanya pengaruh pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan menjadi variabel intervening studi kasus pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungung.

Tabel 4.25
Rekapitulasi Hasil Penelitian

NO	HIPOTESIS PENELITIAN	KRITERIA PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	INTERPRETASI	KESIMPULAN
1.	Pengaruh pelayanan terhadap loyalitas	Uji t, dengan ttabel 1,9709 Dan signifikan 5% (0,05)	Thitung > ttabel sebesar 3,544 > 1,9709 dan signifikan sebesar 0,000 < 0,05	Ha diterima	Ada pengaruh positif dan signifikan pada pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
2.	Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan	Uji t, dengan ttabel 1,9709 Dan signifikan 5% (0,05)	Thitung > ttabel sebesar 6,198 > 1,9709 dan signifikan sebesar 0,000 < 0,05	Ha diterima	Ada pengaruh positif dan signifikan pada pelayanan terhadap kkepuasan.
3.	Pengaruh loyalitas terhadap kepuasan	Uji t, dengan ttabel 1,9709 Dan signifikan 5% (0,05)	Thitung > ttabel sebesar 9,622 > 1,9709 dan signifikan sebesar 0,000 < 0,05	Ha diterima	Ada pengaruh positif dan signifikan pada loyalitas terhadap kepuasan konsumen.
4.	Pengaruh pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan	- Uji Sobel, ttabel 1,970906	- hasil uji sobel diatas diketahui bahwa nilai thitung 3,48865 > dari tabel 1,970906 maka Kepuasan dapat memediasi hubungan antara Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	Ha diterima	Ada pengaruh positif dan signifikan pada pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan