

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA GRAB DI KOTA MOJOKERTO

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, TRUST, AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION USERS OF GRAB SERVICES IN MOJOKERTO CITY

Eny Rachmawati¹, Ari Prayogo², Nidya Rizkawati³

^{1,2,3} Program Studi Managemen - Universitas Mayjen Sungkono
email: enyrachmawati96@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan membuktikan secara empiris : (1) Apakah citra merek, kepercayaan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto. (2) Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto. (3) Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto. (4) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto. Populasi dalam penelitian ini adalah warga Kota Mojokerto yang berusia minimal 19 tahun dan sudah memiliki pekerjaan. Jumlah sampel 96 responden dan teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Citra merek, kepercayaan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto. (2) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto. (3) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto. (4) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Mojokerto
Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this study is to test and prove empirically: (1) Do brand image, trust and price simultaneously affect customer satisfaction of Grab service users in Mojokerto City. (2) Does brand image affect customer satisfaction of Grab service users in Mojokerto City. (3) Does trust affect customer satisfaction of Grab service users in Mojokerto City. (4) Does the price affect the customer satisfaction of Grab service users in Mojokerto City. The population in this study is Mojokerto City residents who are at least 19 years old and already have a job. The number of samples was 96 respondents and the sampling technique used was accidental sampling. The study used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) Brand image, trust and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction for Grab service users in Mojokerto City. (2) Brand image has a significant effect on customer satisfaction of Grab service users in Mojokerto City. (3) Trust has a significant effect on customer satisfaction for Grab service users in Mojokerto City. (4) Price has a significant effect on customer satisfaction for Grab service users in Mojokerto City.

Keywords: Brand Image, Trust, Price, and Customer Satisfactio

1. Pendahuluan

Transportasi di Indonesia saat ini merupakan salah satu penunjang penting untuk memenuhi berbagai aktivitas manusia yang

dibutuhkan sehari-hari. Transportasi adalah sarana atau prasarana bagi manusia atau barang yang dihasilkan dari kegiatan di suatu daerah. Selain itu, transportasi dapat mendukung perekonomian suatu daerah dan negara. Semakin terorganisir transportasi di suatu wilayah, maka pertumbuhan ekonominya akan semakin baik.

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, para pelaku bisnis angkutan telah berinovasi, yaitu melakukan bisnis dengan menggunakan teknologi internet. Saat ini perkembangan internet sangat pesat dan fleksibel dalam memperoleh informasi. Perkembangan di era modern ini, masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang atau alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba kepada konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan, ketepatan waktu dan lain sebagainya.

Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang atau barang dan memungut biaya yang disepakati, model transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek (Rini, 2019). Grab merupakan salah satu aplikasi ojek online yang menarik untuk diteliti karena sedang meningkat pesatnya transaksi yang terjadi. Grab adalah sebuah brand baru yang merupakan hasil rebranding dari Grab Taxi. Kegiatan utama Grab adalah memberikan alternatif berkendara bagi pelanggan yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian. Layanan jasa transportasi online yang diberikan oleh Grab menggunakan teknologi aplikasi sebagai sarana untuk memesan, melakukan pembayaran secara tunai atau non tunai, dan petunjuk arah bagi pengguna dan pengemudi (Kurniawan & Hildayanti, 2019).

Grab menawarkan enam jasa layanan yang bisa dimanfaatkan oleh para pelanggannya, yaitu: Grab car (jasa angkutan mobil), Grab bike (jasa angkutan motor), Grab food (jasa beli

makan dan minum), Grab pengantaran, Grab belanja, dan Grab pulsa (layanan untuk membeli pulsa) yang menekankan keunggulan dalam kecepatan, inovasi dan interaksi sosial. Kemudahan-kemudahan yang telah di tawarkan Grab ini membuat masyarakat beralih menggunakan jasa Grab karena pelanggan sudah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena harga dihitung dari jarak tempuh. Minat pelanggan yang tinggi terhadap transportasi online telah menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam kelangsungan hidup perusahaan untuk menciptakan kualitas layanan dan nilai pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut (Kotler, 2014) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipertimbangkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pelanggan yang puas mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong pelanggan untuk loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. Menciptakan kepuasan pelanggan ini dapat dilakukan dengan membangun citra merek yang positif. Semakin baik citra merek yang dimiliki suatu produk akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Menurut (Keller 2013), citra merek adalah sebuah produk yang ditambahkan dimensi-dimensi lain yang membedakan produk tersebut dari produk lainnya yang sama-sama didesain untuk memenuhi kebutuhan yang sama. Citra merek Grab di Kota Mojokerto masih kalah dengan kompetitor Go-Jek karena produk dalam aplikasi yang ditawarkan Grab masih jauh dari satu sama lain karena Go-Jek memiliki 13 layanan. Persaingan antar jasa transportasi online sangat ketat, dalam hal ini terdapat pesaing dengan model transportasi online yang serupa, dan produk jasa yang dijual oleh model tersebut sama dengan salah satu pesaing Grab ialah Gojek.

Faktor lain yang menjadi kepuasan pelanggan adalah kepercayaan. Menurut (Kreitner dan Kinicki, 2007), kepercayaan adalah saling percaya pada niat dan tindakan orang lain. Hubungan timbal balik menunjukkan bahwa ketika seseorang melihat orang lain berperilaku dengan cara yang menyiratkan kepercayaan, seseorang akan memberikan imbalan lebih dengan lebih mempercayai mereka. Pada saat yang sama, ketika pihak lain menunjukkan pelanggaran kepercayaan, ketidakpercayaan akan muncul

2. Kajian Pustaka

Menurut (Cannon, Joseph P et al, 2008) pemasaran merupakan sesuatu kegiatan yang bertujuan menggapai target industri, dicoba dengan metode mengestimasi kebutuhan pelanggan ataupun klien dan memusatkan aliran benda serta jasa yang penuh kebutuhan pelanggan ataupun klien dari produsen. Citra Merek Menurut (Aaker, 2013), citra merek adalah persepsi rasional dan emosional konsumen atau pelanggan dari suatu merek tertentu.

Indikator yang digunakan untuk mengukur citra merek adalah indikator yang dikemukakan oleh (Keller) dalam (Wattimena 2018): (1) Kekuatan, (2) Kesukaan, (3) Keunikan. Kepercayaan Menurut (Lewicki dan Bunker, 1996) kepercayaan biasanya didefinisikan sebagai harapan pihak lain dalam hubungan sosial, di mana melibatkan risiko yang terkait dengan harapan ini. Dengan kata lain, jika seseorang mempercayai orang lain, jika tidak dikonfirmasi, ia akan menderita akibat negatif, seperti merasa dikhianati, kecewa, dan marah.

Menurut (Gefen dan Straub) dalam (Zulfahmi, 2018) ada tiga indikator kepercayaan yaitu: (1)Integritas, (2)Kebaikan,(3)Kemampuan. Harga Menurut (Swastha & Irawan, 2010)

menjelaskan harga adalah jumlah uang (dan jika mungkin ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi beberapa barang dan jasa.

Menurut (Kotler dan Amstrong) dalam (Wijaya, 2018) terdapat empat indikator yang dapat mencirikan harga, yaitu: (1)Keterjangkauan harga, (2)Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga (3)Kesesuaian harga dengan kualitas produk (4)Kesesuain harga dengan manfaat. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler, 2014) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipertimbangkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut (Consuegra) dalam (Atika, 2017), ada 3 indikator kepuasan pelanggan yaitu : (1)Persepsi kinerja, (2)Kesesuaian harapan, (3) Penilaian pelanggan

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang mementingkan kedalaman data dan dapat merekam sebanyak-banyaknya dari populasi luas dengan rumus-rumus statistik maupun komputer. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah survei yaitu kuisioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik dengan pertanyaan ataupun pernyataan (Maholtra, 2009).

Populasi dan Sampel Populasi yang diambil dari penelitian ini merupakan masyarakat infinity atau populasi yang tidak diketahui jumlah populasinya secara pasti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Mojokerto yang sudah pernah menggunakan transportasi online

Grab dengan ketentuan masyarakat yang berusia minimal 19 tahun dan sudah berkerja. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik accidental sampling, Menurut (Sugiyono, 2016)

Analisis Regresi Linier Berganda Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang) (Ghozali, 2016).

Untuk menjawab hipotesis digunakan alat analisis regresi berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Koefisien Determinasi Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016).

4. Hasil Dan Pembahasan

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan juga dapat dilihat dari nilai Sig. Untuk mengetahui nilai koefisien korelasinya valid atau tidak digunakan distribusi (rtabel) untuk alpha 0,05 dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$). Jika r hitung > r tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid. Penelitian ini menggunakan sampel sejumlah (n) = 96, maka besar $dk = 96-2 = 94$, dengan alpha 0,05 maka diperoleh nilai rtabel sebesar 0,201. Begitu juga kalau membandingkan dari nilai Sig, apabila nilai Sig < 0,05 maka item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Citra Merek 1	0,684	0,201	0	Valid
Citra Merek 2	0,661	0,201	0	Valid
Citra Merek 3	0,688	0,201	0	Valid
Citra Merek 4	0,722	0,201	0	Valid
Citra Merek 5	0,677	0,201	0	Valid
Citra Merek 6	0,686	0,201	0	Valid
Citra Merek 7	0,789	0,201	0	Valid
Citra Merek 8	0,695	0,201	0	Valid
Citra Merek 9	0,641	0,201	0	Valid
Citra Merek 10	0,623	0,201	0	Valid
Citra Merek 11	0,714	0,201	0	Valid
Citra Merek 12	0,767	0,201	0	Valid
Citra Merek 13	0,68	0,201	0	Valid
Citra Merek 14	0,795	0,201	0	Valid
Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kepercayaan 1	0,741	0,201	0	Valid
Kepercayaan 2	0,641	0,201	0	Valid
Kepercayaan 3	0,701	0,201	0	Valid
Kepercayaan 4	0,668	0,201	0	Valid
Kepercayaan 5	0,732	0,201	0	Valid
Kepercayaan 6	0,716	0,201	0	Valid
Kepercayaan 7	0,76	0,201	0	Valid
Kepercayaan 8	0,702	0,201	0	Valid
Kepercayaan 9	0,698	0,201	0	Valid

Sumber: Data diolah

b. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas diukur dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 26 yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Menurut (Ghozali, 2016) suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Citra Merek	0,921	14	Reliabel
Kepercayaan	0,875	9	Reliabel
Harga	0,757	6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,839	10	Reliabel

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel citra merek sebesar 0,921, variabel kepercayaan sebesar 0,875, variabel harga sebesar 0,757 dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,839. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

a. Regresi Linier Berganda

Penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikansi model dan interpretasi model regresi. Adapun hasil regresi linier berganda pengaruh citra merek, kepercayaan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized	
	Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	6,638	2,214
CITRA MEREK	0,16	0,059
KEPERCAYAAN	0,389	0,093
HARGA	0,355	0,123

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dirumuskan suatu persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

$$Y = 6,638 + 0,160X_1 + 0,389X_2 + 0,355X_3$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diberi penjelasan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 6,638 artinya jika nilai Citra Merek (X1), Kepercayaan (X2), dan Harga (X3) = 0 maka besarnya nilai kepuasan pelanggan (Y) ketika mengalami perubahan sebesar 6,638 satuan.
2. Koefisien regresi citra merek (X1) sebesar 0,160 artinya jika nilai variabel citra merek (X1) meningkat sebesar 1 satuan maka terjadi kenaikan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,160. Nilai koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara citra merek (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y), artinya semakin tinggi citra merek maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Koefisien regresi kepercayaan (X2) sebesar 0,389 artinya jika nilai variabel

kepercayaan (X2) meningkat sebesar 1 satuan maka terjadi kenaikan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,389. Nilai koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara kepercayaan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y), artinya semakin tinggi kepercayaan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Koefisien regresi harga (X3) sebesar 0,355 artinya jika nilai variabel harga (X3) meningkat sebesar 1 satuan maka terjadi kenaikan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,355. Nilai koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara harga (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y), artinya semakin tinggi harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R²)

Dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi diperoleh dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 26 sebagai berikut :

b. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan uji F. Hasil analisis disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.4 Hasil Uji F_{hitung}

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.646	3	12.882	3.032	.037 ^b
	Residual	237.954	56	4.249		
	Total	276.600	59			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X ₁ , X ₂ , X ₃						

Sumber: Data diolah

Pada tabel dapat disimpulkan langkah-langkah pengujian :

1. $H_0: b_1=b_2=b_3= 0$ (secara simultan tidak mempengaruhi Y)
2. $H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ (secara simultan berpengaruh terhadap Y)
3. $\alpha = 0,05$ df pembilang = 3
df penyebut = 56
4. $F_{hitung} = 3,032$ dan $F_{tabel} = 2,77$
5. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Karena H_0 ditolak H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan diduga variabel Tenaga Kerja (X_1), Modal (X_2) dan Teknologi (X_3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban terbukti secara statistik ditunjukkan hasil uji F, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $3,032 > 2,77$.

c. Uji t (Parsial)

Mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel Tenaga Kerja (X_1), Modal (X_2) dan Teknologi (X_3) secara parsial terhadap Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban digunakan uji t.

Mengetahui secara parsial dari masing-masing variabel Tenaga Kerja (X_1), Modal (X_2) dan Teknologi (X_3) secara parsial terhadap Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban (Y). Hasil uji statistik koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji t_{hitung}

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.995	2.972		2.690	.009
	X_1	.312	.134	.295	2.326	.024
	X_2	.157	.156	.142	1.007	.318
	X_3	.050	.117	.060	1.422	.675

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah

a) Pengaruh parsial variabel X_1 terhadap variabel Y

Langkah-langkah penguji secara parsial variabel Tenaga Kerja (X_1) adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada pengaruh)
 $H_a : b_1 \neq 0$ (ada pengaruh)
 $\alpha = 0,05$ dengan $df = 59$
2. $t_{hitung} = 2,326$ dan $t_{tabel} = 1,672$ serta signifikansi .024

3. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Sehingga secara parsial variabel Tenaga Kerja (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban, berarti bila ada perubahan pada variabel Tenaga kerja (X_1) maka akan ada perubahan variabel Hasil Produksi Tas Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban secara signifikan.

b) Pengaruh parsial variabel X_2 terhadap variabel Y

Langkah-langkah penguji secara parsial pada variabel Modal (X_2) sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada pengaruh)
2. $H_a : b_1 \neq 0$ (ada pengaruh)
3. $\alpha = 0,05$ dengan $df = 59$
4. $t_{hitung} = 1,007$ dan $t_{tabel} = 1,672$ serta signifikansi .318
5. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Sehingga secara parsial variabel Modal (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban, berarti bila ada kenaikan variabel Modal (X_2) maka akan ada perubahan variabel Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban secara signifikan.

c) Pengaruh parsial variabel X_3 terhadap variabel Y

Langkah-langkah penguji secara parsial pada variabel Teknologi (X_3) sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada pengaruh)
2. $H_a : b_1 \neq 0$ (ada pengaruh)
 $\alpha = 0,05$ dengan $df = 59$
3. $t_{hitung} = 1,422$ dan $t_{tabel} = 1,672$ serta signifikansi .675

4. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Sehingga secara parsial pada variabel Teknologi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban, berarti bila ada kenaikan pada variabel Teknologi (X_3) maka akan ada perubahan pada variabel Hasil Produksi Tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban secara signifikan.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Tenaga Kerja (X_1), Modal (X_2) dan Teknologi (X_3) terhadap Hasil Produksi Tas (Y) dalam analisis regresi linier berganda, kita dapat berpedoman pada nilai R square atau R^2 yang terdapat pada output SPSS bagian Model Summary, Santoso & Azhari (2005).

Tabel 4.6 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.374 ^a	.740	.794	2.061	.740	3.032	3	56	.037

a. Predictors: (Constant),

Sumber: Data diolah

Dari output di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,740. Nilai ini mengandung arti bahwa Tenaga Kerja (X_1), Modal (X_2) dan Teknologi (X_3) terhadap Hasil Produksi Tas (Y) adalah sebesar 74 % sedangkan 56% Hasil Produksi Tas dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti.

e. Uji Dominan

Pengujian variabel yang berpengaruh dominan dilakukan dengan menggunakan uji beta, dimana dengan membandingkan nilai beta semua variabel bebas dari Tenaga Kerja (X_1), Modal (X_2) dan Teknologi (X_3).

Tabel 4.7 Tabel Nilai Beta

Variabel	Nilai Beta	Sig
Tenaga Kerja (X_1)	.295	.024
Modal (X_2)	.142	.318
Teknologi (X_3)	.060	.675

Sumber: Data diolah

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh variabel Tenaga Kerja (X_1) adalah yang memiliki nilai beta tertinggi yaitu sebesar 0,295, variabel Modal (X_2) memiliki nilai beta sebesar 0,142 dan Teknologi (X_3) memiliki nilai beta sebesar 0,060, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Tenaga Kerja (X_1) adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat Hasil Produksi (Y).

Analisa perhitungan regresi berdasarkan perhitungan regresi diperoleh hasil $Y = 7.995 + 0,312 X_1 + 0,157 X_2 + 0,050 X_3$. Melihat koefisien regresi variabel tenaga kerja (X_1) sebesar 0,312 dan bertanda positif berarti variabel ini mempunyai pengaruh yang searah dengan variabel hasil produksi tas. Untuk variabel modal (X_2) koefisien regresi 0,157 dan bertanda positif berarti variabel ini mempunyai pengaruh yang searah dengan hasil produksi. Untuk variabel teknologi (X_3) koefisien regresi sebesar 0,050 dan bertanda positif berarti variabel ini mempunyai pengaruh yang searah dengan hasil produksi.

Secara umum penelitian terkait dengan Tenaga kerja, modal dan teknologi terhadap hasil produksi tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban adalah meningkat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan atau jawaban yang cukup tinggi dari responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel tenaga kerja (X_1), modal (X_2), dan teknologi (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil produksi tas

(Y) di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban.

Hasil ini dibuktikan dari hasil perhitungan statistik diatas bahwa hasil koefisien determinasi (R^2) adalah .740 (74%) yang artinya bahwa pengaruh tenaga kerja, modal dan teknologi terhadap hasil produksi tas adalah 74% sedangkan 56% variabel dependen (terikat) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hipotesa pertama yang menyatakan diduga variabel tenaga kerja (X_1), modal (X_2), dan teknologi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap hasil produksi tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban terbukti secara statistik. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujiannya secara simultan (uji F), dimana diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $3,032 > 2,77$ dengan signifikannya $.000 < \alpha = 0.05$.

Hipotesa kedua yang menyatakan diduga variabel tenaga kerja (X_1), modal (X_2), dan teknologi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap hasil produksi tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban juga terbukti secara statistik. Hipotesa ini terbukti karena semua variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dimana variabel tenaga kerja (X_1) diperoleh $t_{hitung} = 2,326 > t_{tabel} = 1,672$; variabel modal (X_2) diperoleh $t_{hitung} = 1,007 > t_{tabel} = 1,672$ dan pada variabel teknologi (X_3) diperoleh $t_{hitung} = 1,422 > t_{tabel} = 1,672$ berarti semua variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan.

Hipotesa selanjutnya yang menyatakan diduga bahwa variabel tenaga kerja (X_1) dominan berpengaruh terhadap hasil produksi tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban terbukti

secara statistik, hal ini dilihat dari kontribusi masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat, dimana variabel bebas yang kontribusinya besar adalah variabel (X_1) yaitu 0,295 ; bila dibandingkan dengan variabel-variabel bebas lainnya yaitu 0,142 untuk variabel modal (X_2) ; dan 0,060 untuk variabel teknologi (X_3).

Hipotesa koefisien determinasi yang telah disesuaikan diperoleh yaitu variabel tenaga kerja (X_1), modal (X_2), dan teknologi (X_3) terhadap hasil produksi tas di desa Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban (Y) sebesar 74% sedangkan 56% variabel dependen (terikat) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dan menggunakan SPSS sebagai alat uji maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja (X_1), modal (X_2), dan teknologi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap hasil produksi tas Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban (Y) dibuktikan dari hasil pengujiannya secara simultan, dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $3,032 > 2,98$.
- Variabel tenaga kerja (X_1), modal (X_2), dan teknologi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap hasil produksi tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban (Y) dibuktikan dari hasil pengujian secara parsial dimana tenaga kerja (X_1) diperoleh $t_{hitung} = 2,326 > t_{tabel} = 1,672$; variabel modal (X_2) diperoleh $t_{hitung} = 1,007 > t_{tabel} = 1,672$ dan pada variabel

teknologi (X_3) diperoleh $t_{hitung} = 1,422 > t_{tabel} = 1,672$ berarti semua variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan.

- c. Variabel bebas yang kontribusinya terbesar terhadap hasil produksi tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban adalah variabel tenaga kerja (X_1) yaitu 0,312 bila dibandingkan dengan variabel-variabel bebas lainnya yaitu 0,157 untuk variabel modal (X_2) dan 0,050 untuk variabel teknologi (X_3).
- d. Koefisien determinasi berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai dari R Square sebesar 74 % nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh tenaga kerja, modal dan teknologi terhadap hasil produksi tas adalah 74% sedangkan 56% variabel dependen (terikat) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

6. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap responden penelitian yaitu pengaruh tenaga kerja, modal dan teknologi terhadap hasil produksi tas di Desa Sandingrowo Kecamatan Soko Kabupaten Tuban maka saran yang dapat disampaikan antara lain:

- a. Tenaga kerja sebagai faktor utama yang mempengaruhi hasil produksi tas diharapkan perusahaan mampu menambah tenaga kerja dalam proses produksi.
- b. Meningkatkan nilai produksi, penerapan tenaga kerja, modal dan teknologi.
- c. Perlu ditingkatkan dan diperluas dalam strategi pemasaran industri tas, strategi yang diperlukan pada era modern antara lain dengan pemanfaatan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram maupun sosial media lainnya

7. Daftar Pustaka

- Badan Statistik Kabupaten Tuban 2019
Macam-Macam Tenaga Kerja.
- Mulyadi, S. (2003). *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Prespektif Pembangunan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astamoen, Moko P. (2005). *Entrepreneurship dalam Prespektif Kondisi Bangsa Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Prawirosoentono, Suyadi. (2007). *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono (2012), *Metode Pendekatan Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*, (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, (2011), *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Azwar, 2008. *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadi, Sutrisno, 2002. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Azwar, 1986. *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhari, & Santoso (2005). *Analisis Statistic dengan Microsoft excel dan SPSS*. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian: Pendekata, kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Paramerik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia.

Andeska, Melya. 2017. *Pengaruh Industri Budidaya Jamur Tiram dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam*.

Pengertian Produksi, Fungsi Produksi, Tujuan Produksi dan Jenis-Jenis Produksi
<http://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-produksi.html>
(Diakses: 20 Februari 2020)

Undang-undang Republik Indonesia No. 03 Tahun 2014 *Tentang Peindustrian*.
Undang-undang Tentang Ketenagakerjaan No. 13, Tahun 2003 *Tentang Ketenagakerjaan*.