

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Obyek penelitian

4.1.1 Sejarah singkat dan profil aplikasi GoFood

GoFood adalah bagian dari aplikasi Gojek. Gojek sendiri didirikan oleh Nadiem Makarim, seorang warga Indonesia yang lulus dengan gelar *Expert of Business Organization* dari Harvard Business College. Penempatan Gojek berangkat dari pengalaman Nadiem Makarim sendiri menggunakan transportasi ojek secara konsisten ke tempat kerjanya untuk melewati kemacetan di Jakarta.

Sebagai orang yang sering menggunakan transportasi ojek, Nadiem melihat ternyata sebagian besar waktu yang dihabiskan oleh pengemudi ojek hanyalah sekedar mangkal menunggu penumpang. Padahal, pengemudi ojek akan mendapatkan lebih banyak jika mereka terus mencari penumpang. Lebih lanjut, ia melihat aksesibilitas transportasi semacam ini tidak sebanyak transportasi lain sehingga seringkali sangat sulit untuk dicari. Dia membutuhkan ojek yang bisa berada di sana kapan saja dia mau. Dari pengalaman ini, Nadiem Makarim melihat peluang untuk membuat bantuan yang dapat menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek.

Pada 13 Oktober 2010, Gojek resmi didirikan dengan 20 driver. Saat itu, Gojek sebenarnya mengandalkan call centre untuk menghubungkan penumpang dengan driver. Pada pertengahan 2014, karena popularitas Uber saat itu, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi. Pada 7 Januari 2015, Gojek akhirnya mengirimkan aplikasi berbasis Android dan iOS untuk menggantikan sistem permintaan menggunakan call center.

Go-Jek bergabung dengan para tukang ojek menggunakan sistem pemberian keuntungan bagi hasil dengan ketentuan 20/80, itu berarti 20% dari pendapatan yang diperoleh untuk perusahaan dan 80% untuk driver Go-Jek. Go-Jek juga mengarahkan mempersiapkan mitra pengemudi mereka untuk menawarkan pemenuhan dukungan kepada klien.

Go-Jek telah memenangkan prestasi sebagai Juara 1 dalam kontes bisnis Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali dalam pergantian acara yang cepat. Selanjutnya, Go-Jek mendapatkan penghargaan berbeda dari bisnis dan jejaring sosial. Pada awalnya, Go-Jek hanya melayani 4 macam administrasi, antara lain: layanan antar jasa (90 minute delivery anywhere in the city), jasa transportasi (transparent pricing, free masker and shower cap), jasa delivery makanan (delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek) dan jasa belanja dengan nominal dibawah satu juta rupiah (shop fot food, ticket, medicine, anything under Rp. 1.000.000, we'll pay for it first). Go-Jek terus berkembang dengan menciptakan kemajuan baru dengan produk layanan jasa yang lain.

4.1.2 Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia

1. Visi PT. Gojek Indonesia

Membantu mengembangkan struktur lebih lanjut transportasi di Indonesia. Memberikan kenyamanan dan kemudahan pada masyarakat daerah dalam menyelesaikan pekerjaannya sehari-hari, misalnya mengirim laporan, belanja sehari-hari dengan menggunakan layanan fasilitas kurir dan menambah bantuan serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia nantinya.

2. Misi PT. Gojek Indonesia

PT. Gojek Indonesia adalah bisnis *startup* baru Indonesia dengan misi sosial. PT. Gojek Indonesia akan meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar yang baru. Untuk dapat mewujudkannya, PT. Gojek Indonesia memiliki misi:

1. Menjadi acuan untuk pelaksanaan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan memanfaatkan kemajuan yang teknologi yang ada dan lebih inovatif.
2. Memberi layanan luar biasa dan memberi solusi yang bernilai tambah untuk konsumen.
3. Membuka pintu bisnis (lapangan pekerjaan) seluas-luasnya bagi warga Indonesia.
4. Meningkatkan tanggung jawab dan kepedulian pada sosial dan lingkungan.
5. Mempertahankan hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan bisnis ojek berbasis online.

4.1.3 Karakteristik responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen para pengguna aplikasi GoFood yang berdomisili di Surabaya. Diambil sampel sebanyak 103 responden pengguna aplikasi GoFood, melalui daftar pernyataan angket dan di dapat informasi responden.

1. Gambaran umum hasil pengumpulan data

Tabel 4. 1 Hasil pengumpulan data

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|--------------------------------|--------|------------|
| Kuesioner disebar | 103 | 100 % |
| Kuesioner yang di kembalikan | 103 | 100 % |
| Kuesioner yang tidak lengkap | 0 | 0 % |
| Kuesioner yang memenuhi syarat | 103 | 100 % |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah kuesioner yang disebar adalah sebesar 103 (100%), dan dari 103 kuesioner yang sudah disebar semua dikembalikan dengan utuh dan di isi dengan lengkap sesuai dengan syarat.

2. Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. 2 Berdasarkan jenis kelamin

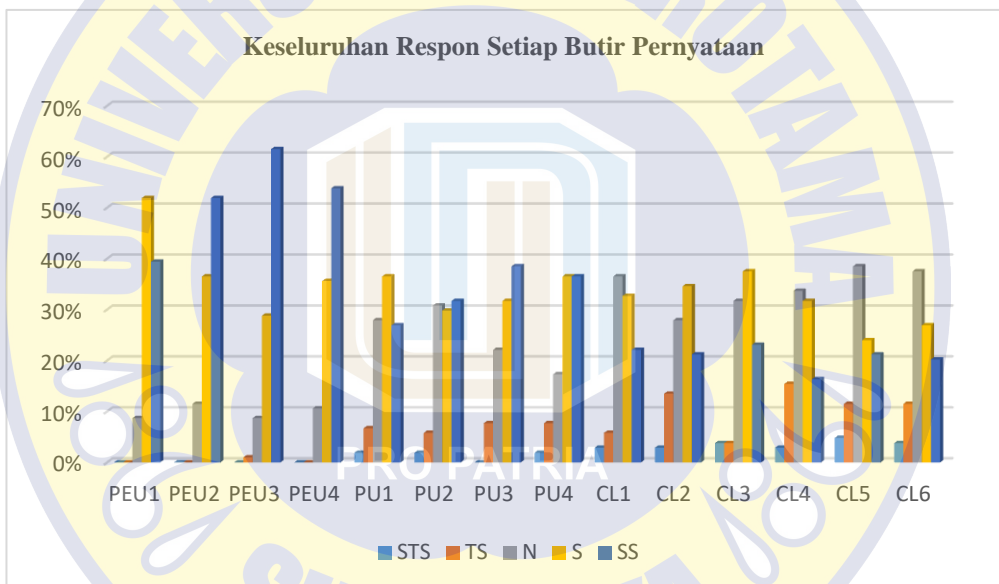
| Jenis kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki - laki | 56 | 53,8 % |
| Perempuan | 48 | 46,2 % |
| Jumlah | 103 | 100 % |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 56 responden atau 53,8%. Sedangkan sisanya ialah perempuan sebanyak 48 responden atau 46,2 %. Berdasarkan hasil analisis data, jumlah konsumen laki-laki lebih banyak dibandingkan konsumen perempuan meskipun selisihnya tidak terlalu jauh. Data ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi GoFood di Surabaya tidak didominasi salah satu jenis kelamin.

3. Gambaran umum analisis data respon setiap butir pernyataan

Gambar 4. 1 Analisis data respon setiap butir pernyataan



Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar di atas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini pada setiap variabel dengan menggunakan alternatif jawaban 5 skala *likert*. Skala tertinggi responden dalam menjawab butir pernyataan rata-rata paling banyak sangat setuju dan paling sedikit responden menjawab butir pernyataan rata-rata sangat tidak setuju. Untuk melihat total responden yang menjawab butir pernyataan dapat ditampilkan secara rinci pada bahasan berikut mengenai masing-masing variabel yang terlibat.

4. Gambaran umum persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) (X1)

Berikut adalah tabel rata - rata X1 pendistribusian jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar. Tabel persentase jawaban berikut adalah jawaban mengenai variable *perceived ease of use* (X1).

Tabel 4. 3 Rata-rata jawabn indikator Perceived Ease of Use

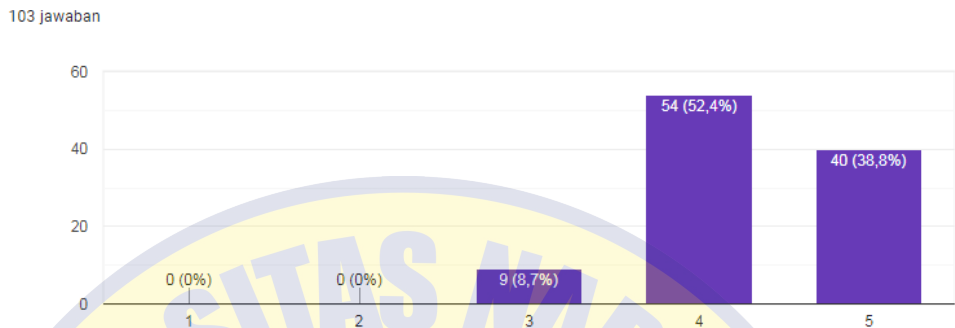
| Skala | Jawaban | Persentase |
|-------|---------------------|------------|
| 1 | Sangat tidak setuju | 0 % |
| 2 | Tidak setuju | 0,25 % |
| 3 | cukup setuju/netral | 9,8 % |
| 4 | Setuju | 38,3 % |
| 5 | Sangat setuju | 51,65 % |
| Total | | 100 % |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hampir keseluruhan responden setuju bahwa penggunaan aplikasi GoFood mudah untuk dipelajari.

Saya merasa menu, tampilan dan tools pada aplikasi gofood jelas dan mudah dimengerti (clear & understandable).

Gambar 4. 2 Persentase jawaban responden indikator 1 PEU



Pertanyaan no 1 :

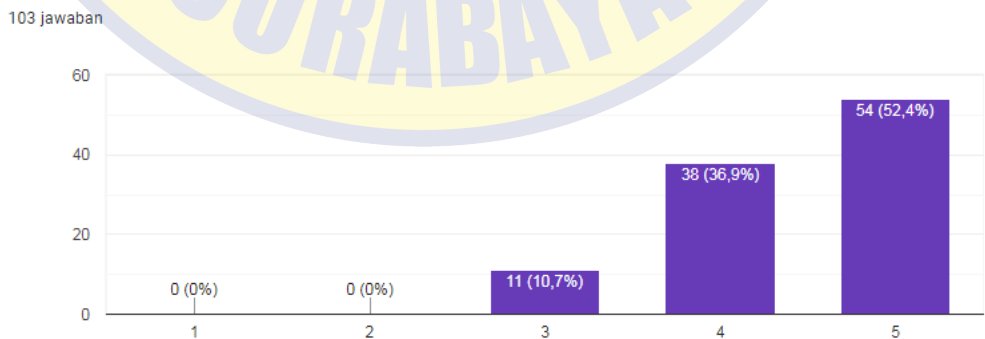
Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala yang tertinggi yaitu 54 orang (52,4%), pada skala 3 menjawab netral 9 orang (8,7%), pada skala 5 menjawab sangat setuju, 40 orang (38,8%).

Saya memahami menu, tampilan dan tools dengan cepat.

Pertanyaan no 2

Gambar 4. 3 Persentase jawaban responden indikator 2 PEU



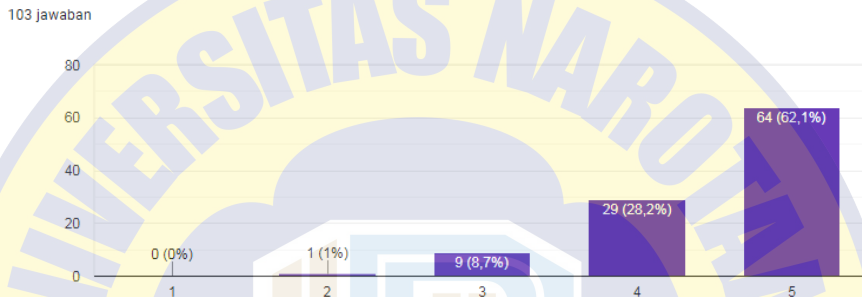
Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala yang tertinggi yaitu 54 orang (52,4%), pada skala 4 menjawab setuju 38 orang (36,9 %), pada skala 3 menjawab netral, 11 orang (10,7 %).

Aplikasi gofood mudah digunakan (easy to use).

Perta

Gambar 4. 4 Persentase jawaban responden indikator 3 PEU



nyaan no 3

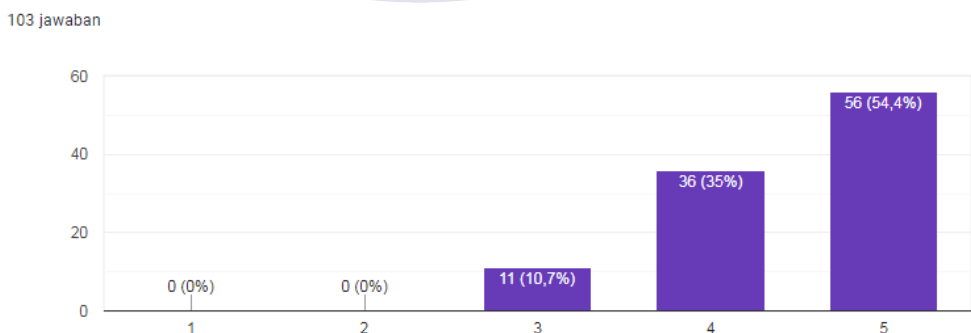
Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala yang tertinggi yaitu 64 orang (62,1 %), pada skala 4 menjawab setuju 29 orang (28,2 %), pada skala 3 menjawab netral, 9 orang (8,7 %), pada skala 2 tidak setuju 1 orang (1 %).

Saya dengan mudah mengoperasikan aplikasi sesuai dengan apa yang ingin saya kerjakan (easy to get the system to do what he/ she wants to do).

Pe

Gambar 4. 5 Persentase jawaban responden indikator 4 PEU



rtanyaan no 4

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 56 orang (54,4 %), pada skala 4 menjawab setuju 36 orang (35 %), pada skala 3 menjawab netral, 11 orang (10,7 %).

1. Gambaran umum persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) (X2)

Berikut adalah tabel rata rata pendistribusian jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar. Tabel – tabel persentase jawaban berikut adalah jawaban mengenai variable (*Perceived Usefulness*) (X2).

Tabel 4. 4 Rata-rata jawaban indikator *Perceived Usefulness*

| Skala | Jawaban | Persentase |
|-------|---------------------|------------|
| 1 | Sangat tidak setuju | 1,4 % |
| 2 | Tidak setuju | 7,1 % |
| 3 | cukup setuju/netral | 24,5 % |
| 4 | Setuju | 33,6 % |
| 5 | Sangat setuju | 33,4 |
| Total | | 100 % |

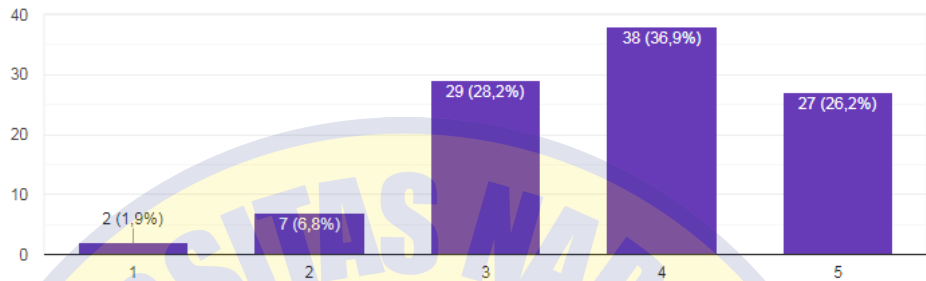
Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hampir keseluruhan responden setuju bahwa aplikasi GoFood berguna bagi para pengguna.

Saya merasa GoFood berguna bagi saya

Gambar 4. 6 Persentase jawaban responden indikator 1 PU

103 jawaban



Pertanyaan no 1

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 27 orang (26,2 %), pada skala 4 menjawab setuju 38orang (36,9 %), pada skala 3 menjawab netral, 29 orang (28,2 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 7 orang (6,8 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 2 orang (1,9 %).

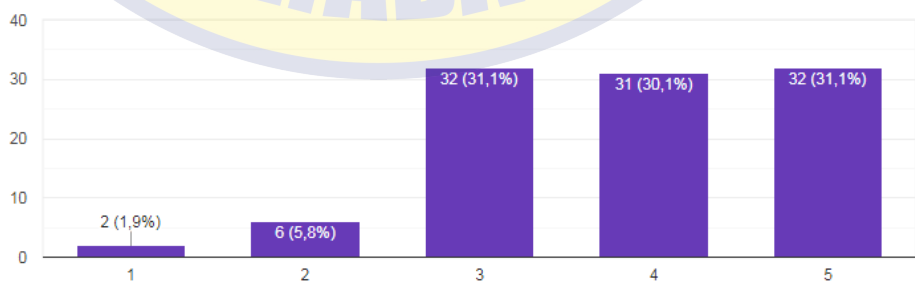
Saya merasa GoFood Bermanfaat bagi saya

P

e Gambar 4. 7 Persentase jawaban responden indikator 2 PU

rtanyaan no 2

103 jawaban



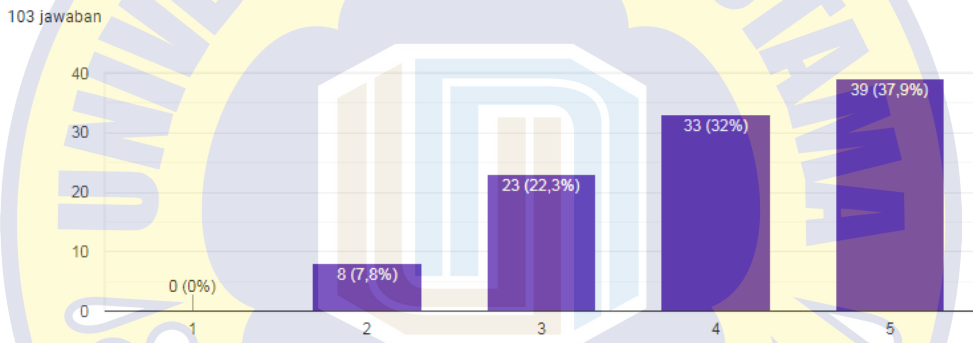
Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 32 orang (31,1 %), pada skala 4 menjawab setuju 31 orang (30,1 %), pada skala 3 menjawab netral, 32 orang (31,1 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 8 orang (5,8 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 2 orang (1,9 %).

Aplikasi GoFood merupakan aplikasi yang secara efektif membantu konsumen dalam hal layanan antar makanan

Pertanyaan no 3

Gambar 4. 8 Persentase jawaban responden indikator 3 PU



Sumber : Hasil olah data primer, 2022

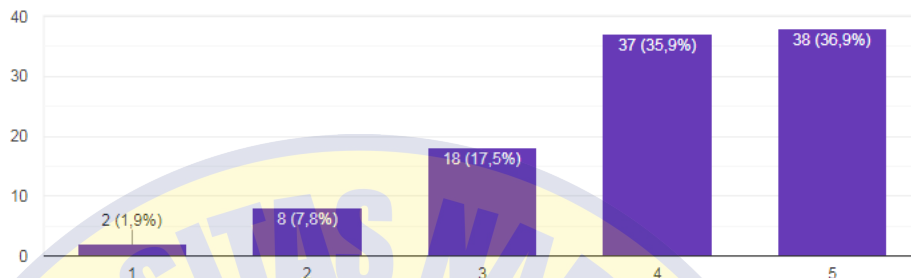
Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 39 orang (37,9 %), pada skala 4 menjawab setuju 33 orang (32 %), pada skala 3 menjawab netral, 23 orang (22,3 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 8 orang (7,8 %).

Aplikasi GoFood dapat membantu konsumen dalam menghemat waktu dan tenaga

Pertanyaan no 4

Gambar 4. 9 Persentase jawaban responden indikator 4 PU

103 jawaban



Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 38 orang (36,9 %), pada skala 4 menjawab setuju 37 orang (35,9 %), pada skala 3 menjawab netral, 18 orang (17,5 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 8 orang (7,8 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 2 orang (1,9 %).

1. Gambaran umum loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) (Y1)

Berikut adalah tabel – tabel pendistribusian jawaban responden dari kuesioner yang telah disebarakan. Tabel – tabel persentase jawaban berikut adalah jawaban mengenai variable (*Customer Loyalty*) (Y1).

Tabel 4. 5 Rata-rata jawaban indikator customer loyalty

| Skala | Jawaban | Persentase |
|-------|---------------------|------------|
| 1 | Sangat tidak setuju | 3,5 % |
| 2 | Tidak setuju | 10,25 % |
| 3 | cukup setuju/netral | 34,3 % |
| 4 | Setuju | 31,2 % |
| 5 | Sangat setuju | 20,6 % |

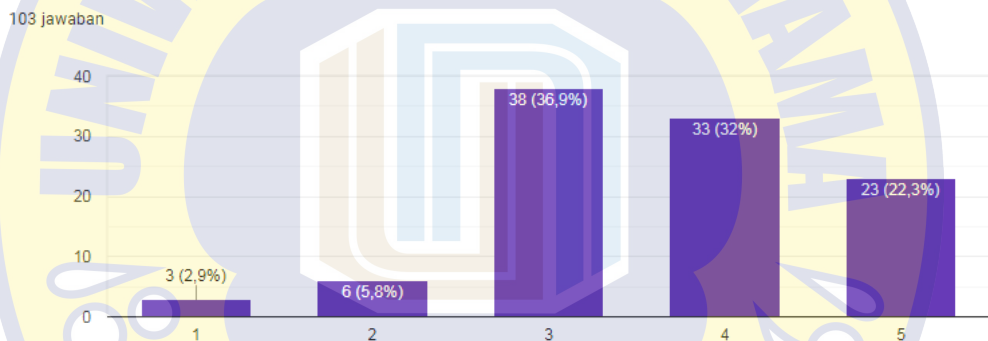
| | |
|-------|-------|
| Total | 100 % |
|-------|-------|

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebesar 34,3 % responden cukup setuju/netral dan sebesar 31,2 % setuju, artinya sebagian besar responden masih mengambang, tapi poin mengambang disini lebih condong kearah setuju.

Saya repeat order (pembelian ulang) melalui GoFood

Gambar 4. 10 Persentase jawaban responden indikator 1 CL
Pertanyaan no 1

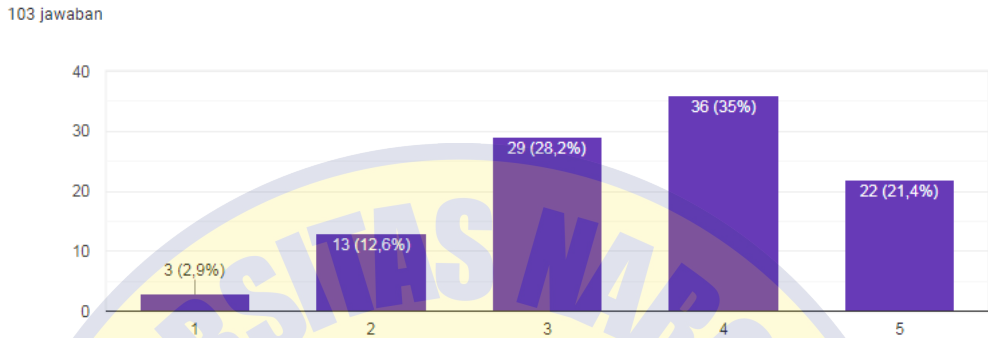


Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 23 orang (22,3 %), pada skala 4 menjawab setuju 33 orang (32 %), pada skala 3 menjawab netral, 38 orang (36,9 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 6 orang (5,8 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 orang (2,9 %).

Saya sering menggunakan aplikasi GoFood

Gambar 4. 11 Persentase jawaban responden indikator 2 CL



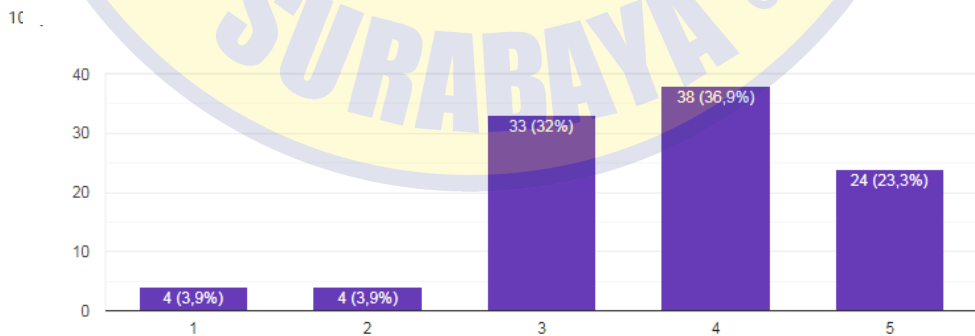
Pertanyaan no 2

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 22 orang (21,4 %), pada skala 4 menjawab setuju 36 orang (35 %), pada skala 3 menjawab netral, 29 orang (28,2 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 13 orang (12,6 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 orang (2,9 %).

Saya menyukai aplikasi GoFood

Gambar 4. 12 Persentase jawaban responden indikator 3 CL



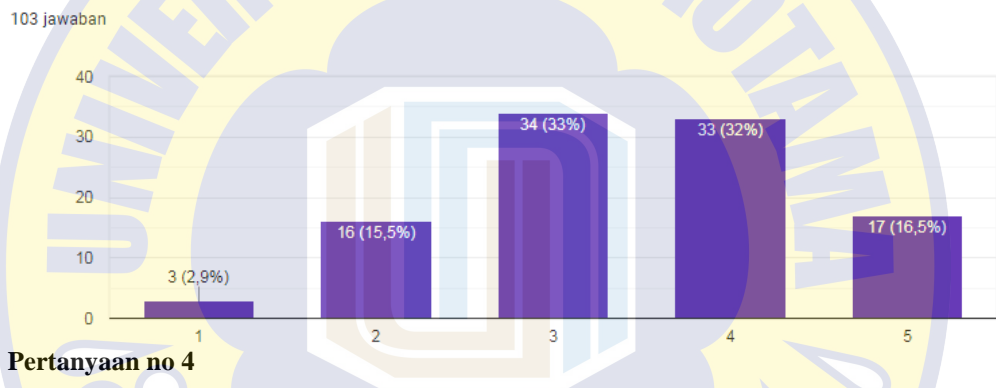
Pertanyaan no 3

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 24 orang (23,3 %), pada skala 4 menjawab setuju 38 orang (36,9 %), pada skala 3 menjawab netral, 33 orang (32 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 4 orang (3,9 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 4 orang (3,9 %).

Tetap memilih GoFood

Gambar 4. 13 Persentase jawaban responden indikator 4 CL



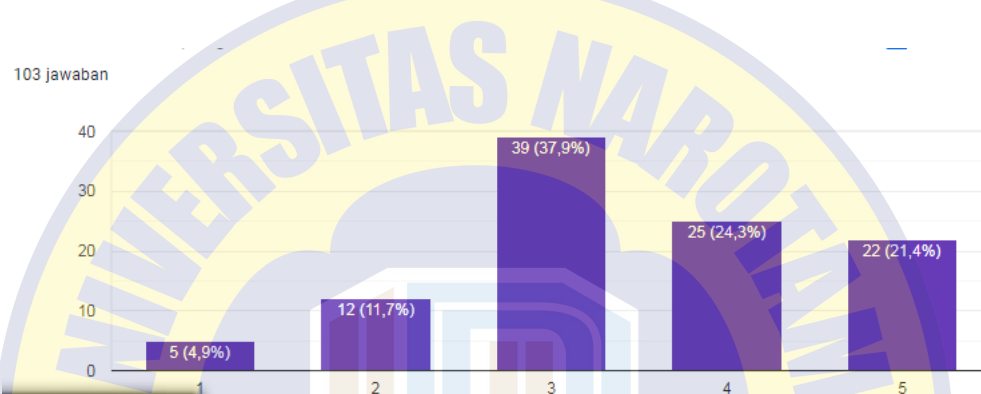
Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 17 orang (16,5 %), pada skala 4 menjawab setuju 33 orang (32 %), pada skala 3 menjawab netral, 34 orang (33 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 16 orang (15,5 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 orang (2,9 %).

Saat ini GoFood yang terbaik

Gambar 4. 14 Persentase jawaban responden indikator 5 CL

Pertanyaan no 5

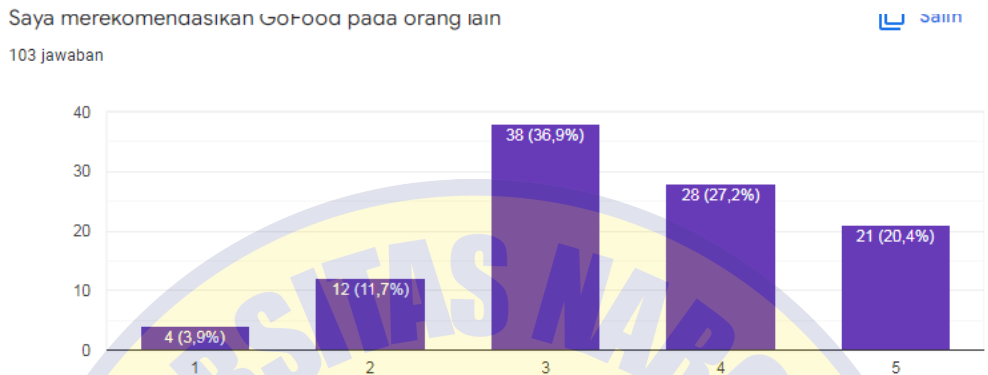


Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 22 orang (21,4 %), pada skala 4 menjawab setuju 25 orang (24,3 %), pada skala 3 menjawab netral, 39 orang (37,9 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 12 orang (11,7 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 5 orang (4,9 %).

Saya merekomendasikan GoFood pada orang lain

Gambar 4. 15 Persentase jawaban responden indikator 6 CL



Pertanyaan no 6

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada gambar diatas menampilkan data dari 103 responden yang menjawab dan terlibat dalam penelitian ini memiliki penilaian skala 5 yaitu 21 orang (20,4 %), pada skala 4 menjawab setuju 28 orang (27,2 %), pada skala 3 menjawab netral, 38 orang (36,9 %), pada skala 2 menjawab tidak setuju, 12 orang (11,7 %), pada skala 1 menjawab sangat tidak setuju, 4 orang (3,9 %).

4.2 Deskripsi data hasil penelitian

Data mentah responden yang telah didapatkan maka akan diolah menggunakan teknik statistik deskriptif untuk melakukan pengecekan distribusi data sehingga tidak dapat merusak analisis. Menurut Roever dan Phakiti (2018) dalam (Iv et al., n.d.) semua hasil nilai *mean* (rata-rata) didefinisikan sebagai jumlah total dari nilai-nilai skala dibagi dengan jumlah ukuran sampel. Semua hasil median adalah angka tengah atau nilai dalam sampel. Median didapatkan dari angka di atas dan di bawah yang memiliki jumlah poin data yang sama. *Standard deviation* biasanya dilaporkan untuk rata-rata (*mean*). *Standard deviation* mewakili jumlah rata-rata (*mean*) variabilitas dalam satu set nilai atau skor. *Standard deviation* adalah jarak rata-rata dari rata-rata (*mean*). Semakin besar *standard deviation* maka semakin besar jarak rata-rata dari setiap titik data yang berasal dari distribusi keseluruhan data dikarenakan semakin tersebar atau menyebar seluruh data tersebut. Data normal apabila menghasilkan

nilai-nilai berada di antara ± 1 *standard deviation* dari nilai rata-rata (Roever & Phakiti, 2018). Berikut adalah hasil statistik deskriptif yang telah diolah:

Tabel 4. 6 Descriptive Statistics

| Variabel | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|----------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
| Perceived ease of use (X1) | 103 | 11,00 | 20,00 | 17,6699 | 2,08819 |
| Perceived usefulness (X2) | 103 | 6,00 | 20,00 | 15,5825 | 3,53005 |
| Customer loyalty (Y1) | 103 | 6,00 | 30,00 | 21,4272 | 5,32586 |
| Valid N (listwise) | 103 | | | | |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui informasi mengenai rentang actual (nilai minimum – nilai maksimum), rata-rata (*mean*), serta standart deviasi. Secara lebih rinci dalam membaca tabel diatas akan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Perceived ease of use* (X1)

Hasil penelitian responden variabel *Perceived ease of use* menunjukkan angka total minimum sebesar 11,00 itu menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang memberikan atas variabel *Perceived ease of use* memiliki total skor penilaian terendah 11,00 dan termasuk dalam total skor maksimum variabel *Perceived ease of use* yaitu sebesar 20,00 yang artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas variabel *Perceived ease of use* sangat tinggi. Untuk nilai *Mean* (rata - rata) yaitu sebesar 17,66 artinya dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas variabel *Perceived ease of use* rata rata memberikan penilaian sebesar 17,66 dan itu termasuk dalam variabel *Perceived ease of use* yang cukup, dimana responden ikut serta dalam setiap variabel *Perceived ease of use*, mempunyai pengaruh dalam penentuan jumlah akhir dan berkontribusi dalam variabel *Perceived ease of use*. Sedangkan standart deviasi sebesar 2,08 artinya ukuran penyebaran dari variabel partisipasi amggaran adalah sebesar 2,08 dari 103 responden yang diteliti.

2. *Perceived usefulness* (X2)

Hasil penelitian responden variabel *Perceived usefulness* menunjukkan angka total minimum sebesar 6,00 itu menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang memberikan atas variabel *Perceived usefulness* memiliki total skor penilaian terendah 6,00 dan termasuk dalam total skor maksimum variabel *Perceived usefulness use* yaitu sebesar 20,00 yang artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas variabel *Perceived usefulness* sangat tinggi. Untuk nilai *Mean* (rata - rata) yaitu sebesar 15,58 artinya dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas variabel *Perceived usefulness* rata rata memberikan penilaian sebesar 15,58 dan itu termasuk dalam variabel *Perceived usefulness* yang cukup, dimana responden ikut serta dalam setiap variabel *Perceived usefulness* mempunyai pengaruh dalam penentuan jumlah akhir dan berkontribusi dalam variabel *Perceived usefulness*. Sedangkan standart deviasi sebesar 3,53 artinya ukuran penyebaran dari variabel partisipasi amggaran adalah sebesar 3,53 dari 103 responden yang diteliti.

3. *Customer loyalty* (Y1)

Hasil penelitian responden variabel *Customer loyalty* menunjukkan angka total minimum sebesar 6,00 itu menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang memberikan atas variabel *Customer loyalty* memiliki total skor penilaian terendah 6,00 dan termasuk dalam total skor maksimum variabel *Customer loyalty* yaitu sebesar 30,00 yang artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas variabel *Customer loyalty* sangat tinggi. Untuk nilai *Mean* (rata - rata) yaitu sebesar 21,42 artinya dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas variabel *Customer loyalty* rata rata memberikan penilaian sebesar 21,42 dan itu termasuk dalam variabel *Customer loyalty* yang cukup, dimana responden ikut serta dalam setiap variabel *Customer loyalty* mempunyai pengaruh dalam penentuan jumlah akhir dan berkontribusi dalam variabel *Customer loyalty*. Sedangkan standart deviasi sebesar 5,32 artinya ukuran penyebaran dari variabel partisipasi amggaran adalah sebesar 5,32 dari 103 responden yang diteliti.

4.3 Hasil penelitian (Perhitungan dan pengolahan data)

4.3.1. Uji instrument

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, untuk suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika suatu pernyataan atau item pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur terhadap kuesioner tersebut. Dalam uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka indikator dari variabel penelitian tersebut dapat dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka indikator dari variabel penelitian tersebut dapat dikatakan tidak valid (Ghozali, 2006:45) dalam (Khaerunnisa, 2020). Berikut adalah tabel hasil uji validitas menggunakan aplikasi SPSS (*statistical product and service solutions*).

$$\begin{aligned} R_{tabel} &= N - 2 \\ &= 103 - 2 \\ &= 101 \\ &= 0,193 \end{aligned}$$

Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X1)

Tabel 4. 7 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X1)

| | | PEU1 | PEU2 | PEU3 | PEU4 | Total |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| PEU1 | Pearson Correlation | 1 | ,580** | ,451** | ,518** | ,807** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| PEU2 | Pearson Correlation | ,580** | 1 | ,390** | ,386** | ,755** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| PEU3 | Pearson Correlation | ,451** | ,390** | 1 | ,533** | ,770** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| PEU4 | Pearson Correlation | ,518** | ,386** | ,533** | 1 | ,785** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| Total | Pearson Correlation | ,807** | ,755** | ,770** | ,785** | 1 |

| | | | | | |
|-----------------|------|------|------|------|-----|
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Tabel 4. 8 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X1)

| No | rhitung | rtabel | Keterangan |
|----|---------|--------|------------|
| 1. | 0,807 | 0,193 | Valid |
| 2. | 0,755 | 0,193 | Valid |
| 3. | 0,770 | 0,193 | Valid |
| 4. | 0,785 | 0,193 | Valid |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa, seluruh nilai rhitung untuk item pertanyaan kuesioner pada variabel X1 penelitian yang digunakan menghasilkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel, maka semua angket dinyatakan valid.

Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X2)

Tabel 4. 9 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X2)

Correlations

| | | PU1 | PU2 | PU3 | PU4 | Total |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| PU1 | Pearson Correlation | 1 | ,871** | ,763** | ,663** | ,921** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| PU2 | Pearson Correlation | ,871** | 1 | ,753** | ,656** | ,917** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| PU3 | Pearson Correlation | ,763** | ,753** | 1 | ,702** | ,897** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| PU4 | Pearson Correlation | ,663** | ,656** | ,702** | 1 | ,845** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |

| | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|-----|
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| Total | Pearson Correlation | ,921** | ,917** | ,897** | ,845** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Tabel 4. 10 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X2)

| No | rhitung | rtabel | Keterangan |
|----|---------|--------|------------|
| 1. | 0,921 | 0,193 | Valid |
| 2. | 0,917 | 0,193 | Valid |
| 3. | 0,897 | 0,193 | Valid |
| 4. | 0,845 | 0,193 | Valid |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa, seluruh nilai rhitung untuk item pertanyaan kuesioner pada variabel penelitian yang digunakan menghasilkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel, maka semua angket dinyatakan valid.

Uji Validitas instrument kuesioner variabel (Y)

Tabel 4. 11 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (Y)

| | | CL1 | CL2 | CL3 | CL4 | CL5 | CL6 | Total |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| CL1 | Pearson Correlation | 1 | ,740** | ,665** | ,589** | ,624** | ,601** | ,816** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| CL2 | Pearson Correlation | ,740** | 1 | ,684** | ,641** | ,655** | ,670** | ,853** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| CL3 | Pearson Correlation | ,665** | ,684** | 1 | ,765** | ,658** | ,702** | ,866** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| CL4 | Pearson Correlation | ,589** | ,641** | ,765** | 1 | ,770** | ,718** | ,873** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| CL5 | Pearson Correlation | ,624** | ,655** | ,658** | ,770** | 1 | ,740** | ,870** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |

| | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| CL6 | Pearson Correlation | ,601** | ,670** | ,702** | ,718** | ,740** | 1 | ,864** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| Total | Pearson Correlation | ,816** | ,853** | ,866** | ,873** | ,870** | ,864** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Tabel 4. 12 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (Y)

| No | rhitung | rtabel | Keterangan |
|----|---------|--------|------------|
| 1. | 0,816 | 0,193 | Valid |
| 2. | 0,853 | 0,193 | Valid |
| 3. | 0,866 | 0,193 | Valid |
| 4. | 0,873 | 0,193 | Valid |
| 5. | 0,870 | 0,193 | Valid |
| 6. | 0,864 | 0,193 | Valid |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa, seluruh nilai rhitung untuk item pertanyaan kuesioner pada variabel Y penelitian yang digunakan menghasilkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel, maka semua angket dinyatakan valid.

2. Uji realibilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan nilai hitung *cronbach's alpha* (α), jika nilai hasil hitung *cronbach's alpha* $> 0,5$ maka reliabilitas dapat diterima atau dengan kata

lain pengujian tersebut bias dikatakan variabel (Ghozali, 2006:41-42) dalam (Khaerunnisa, 2020). Pengujian dari reliabilitas untuk masing-masing variabel diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4. 13 Hasil pengujian Reliabilitas

| No | Variabel | Cronbach"s Alpha | Keterangan |
|----|-----------------------|------------------|------------|
| 1. | Perceived ease of use | 0,782 | Reliable |
| 2. | Perceived usefulness | 0,917 | Reliable |
| 3. | Customer loyalty | 0,927 | Reliable |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Data pengujian reliabilitas dalam tabel diatas menunjukka semua variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien cronbach"s Alpha (α) yang lebih besar dari 0,5 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu pengujian persyaratan analisis. Yang dimaksud persyaratan disini adalah persyaratan yang harus di penuhi agar analisis dapat dilakukan, baik untuk keperluan memprediksi atau keperluan uji hipotesis. Uji normalitas penelitian ini menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal, namun jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka data berdistribusi tidak normal (Suharyadi dan Purwanto, 2009: 231-232) dalam (Ilmiyah, 2015).

Tabel 4. 14 Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | |
|---|-------------------------|
| | Unstandardized Residual |
| N | 103 |

| | | |
|----------------------------------|----------------|------------|
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 4,16635194 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,048 |
| | Positive | ,042 |
| | Negative | -,048 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,488 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,971 |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi atau probabilitas yaitu 0,971 lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan seluruh data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas VIF (valiance inflaction factor) dan Tolerance

Analisis ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas dapat dilihat dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika VIF di bawah atau < 10 dan tolerance value diatas 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2016) dalam (Gita, 2015).

Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas VIF

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1,683 | 3,574 | | -,471 | ,639 | | |
| Perceived ease of use | ,699 | ,219 | ,274 | 3,192 | ,002 | ,829 | 1,206 |
| Perceived usefulness | ,690 | ,130 | ,457 | 5,323 | ,000 | ,829 | 1,206 |

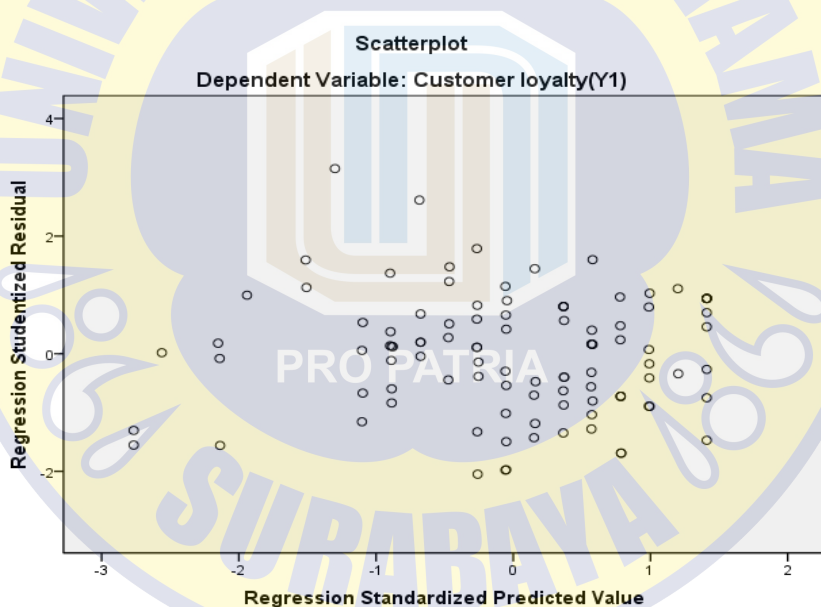
Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, di ketahui bahwa nilai VIF Perceived ease of use(X1) dan Perceived usefulness(X2) adalah $1,206 < 10$ dan nilai tolerance value $0,829 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016) dalam (Gita, 2015). Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melakukan scatterplot dan uji *Glejser*.

Gambar 4. 16 Uji scatterplot



Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Apabila plot tidak beraturan dan tersebar diantara sumbu X dan sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Agar lebih yakin, peneliti akan melakukan uji *Glejser*.

Apabila probabilitas signifikannya di atas tingkat kepercayaan 5%, maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4. 16 Uji Glejser

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | | | | | | | |
| 1 (Constant) | 3,156 | 2,079 | | 1,518 | ,132 | | |
| Perceived ease of use | ,069 | ,127 | ,060 | ,545 | ,587 | ,829 | 1,206 |
| Perceived usefulness | -,065 | ,075 | -,095 | -,866 | ,389 | ,829 | 1,206 |

a. Dependent Variable: RES2 Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Tabel 4. 17 Hasil uji heteroskedastisitas

| Variabel | Sig | Kesimpulan |
|----------|-------|------------------------------------|
| X1 | 0,587 | Tidak terjadi heteroskedastisitas. |
| X2 | 0,389 | Tidak terjadi heteroskedastisitas. |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.3 Uji hipotesis

1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji signifikan parsial (uji t) atau individu digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

$$t \text{ tabel} = t (\alpha / 2 ; n-k-1)$$

$$= t (0,05 / 2 ; 103-2-1)$$

$$= t (0,025 ; 100)$$

$$= 1,983$$

Tabel 4. 18 Uji H1 dan H2 dengan uji t

Pengujian hipotesis H1 dan H2 dengan uji t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -1,683 | 3,574 | | -,471 | ,639 |
| | Perceived ease of use | ,699 | ,219 | ,274 | 3,192 | ,002 |
| | Perceived usefulness | ,690 | ,130 | ,457 | 5,323 | ,000 |

Pengujian hipotesis H1 dan H2 dengan uji t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -1,683 | 3,574 | | -,471 | ,639 |
| | Perceived ease of use | ,699 | ,219 | ,274 | 3,192 | ,002 |
| | Perceived usefulness | ,690 | ,130 | ,457 | 5,323 | ,000 |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

a. Dependent Variable: Customer loyalty

a) Pengujian hipotesis pertama (H1)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,192 > 1,983$ sehingga dapat di simpulkan bahwa H1 di terima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

b) Pengujian hipotesis kedua (H2)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,323 > 1,983$ sehingga dapat di simpulkan bahwa H2 di terima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai sig $< 0,05$, atau F hitung $>$ dari F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig $> 0,05$, atau F hitung $<$ dari F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

F tabel = F (k ; n-k)

$$= F (2 ; 103 - 2)$$

$$= F (2 ; 101) = 3,09$$

Pengujian hipotesis H3 dengan uji F

Tabel 4. 19 Uji hipotesis H3 dengan uji F

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1122,638 | 2 | 561,319 | 31,703 | ,000 ^a |
| | Residual | 1770,566 | 100 | 17,706 | | |
| | Total | 2893,204 | 102 | | | |

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

a. Predictors: (Constant), Perceived usefulness, Perceived ease of use

b. Dependent Variable: Customer loyalty

c. Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $31,703 > 3,09$, sehingg dapat disimpulkan bahwa H3 di terima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

3. Koefisien determinasi R²

Tabel 4. 20 Koefisien determinasi

| R | R Square |
|-------------------|----------|
| ,623 ^a | ,388 |

Berdasarkan output diatas di ketahui nilai R square sebesar 0,388, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 38,8 % .

4.3.4 Persamaan regresi

Tabel 4. 21 Persamaan regresi

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized | | Standardize | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------------------|----------------|------------|-------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Coefficients | | d | | | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | -1,683 | 3,574 | | -,471 | ,639 | | |
| | Perceived ease of use(X1) | ,699 | ,219 | ,274 | 3,192 | ,002 | ,829 | 1,206 |
| | Perceived usefulness(X2) | ,690 | ,130 | ,457 | 5,323 | ,000 | ,829 | 1,206 |

a. Dependent Variable: Customer loyalty(Y1) Sumber : hasil olah data premier

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

$$Y = -1,683 + 0,699X_1 + 0,690X_2$$

1. Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independent (X1 dan X2).
2. 0,699 (X1) merupakan nilai koefisien regresi variabel X1 terhadap Y, artinya jika variabel X1 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,699 atau 69,9 %.
3. 0,690 (X2) merupakan nilai koefisien regresi variabel X2 terhadap Y, artinya jika variabel X2 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,690 atau 69 %.

4.4 Analisis dan pembahasan hasil penelitian

Berdasarkan data yang diterima dari penyebaran kuesioner kepada 103 responden dan hasil perhitungan menggunakan SPSS 18.0 serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Peneliti menemukan Sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* (Y). Dilihat dari hasil uji hipotesis diketahui nilai Sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,192 > 1,983$ sehingga dapat di simpulkan bahwa H1 di terima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y, maka sejalan dengan penelitian (Sinaga, 2020) yang mana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap loyalitas.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, bahwa variabel *Perceived usefulness* (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* (Y). Dilihat dari hasil uji hipotesis diketahui nilai Sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,323 > 1,983$ sehingga dapat di simpulkan bahwa H2 di terima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y, maka sejalan dengan penelitian (Kahar et al., 2019) yang mana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty*.
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (X1) dan variabel *Perceived usefulness* (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* (Y). Dilihat dari hasil uji hipotesis diketahui nilai Sig adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $31,703 > 3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 di terima, yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y. penelitian ini sejalan dengan (Heryndra & Hussein, 2020) yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.