

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Penelitian

#### 4.1.1 Deskripsi Responden

Responden pada riset yang dilakukan oleh peneliti berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo pengguna jasa *Go-Food*. Adapun terdapat beberapa deskripsi responden dalam riset yang dilakukan peneliti ini yang mencakup: jenis kelamin, pengalaman menggunakan jasa *Go-Food*, dan domisili pengguna jasa *Go-Food* di wilayah Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

##### 1. Jenis Kelamin

Beberapa karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat diketahui pada tabel 4 berikut ini:

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	50	50,0	50,0	50,0
	Perempuan	50	50,0	50,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Tabel 4 merupakan karakteristik responden menurut jenis kelamin. Dapat diperhatikan bahwasanya total responden berjumlah 100 orang atau sebanyak 100% yang terdiri dari responden berjenis kelamin laki-

laki berjumlah 50 orang atau sebesar 50% dari total keseluruhan responden dan responden yang memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 50 orang atau sebesar 50%.

## 2. Pengalaman Menggunakan Jasa *Go-Food*

Karakteristik responden berdasarkan pengalaman menggunakan jasa *Go-Food* dapat diperhatikan pada tabel 5 dibawah ini:

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Jasa *Go-Food***

		Pengalaman			
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah Menggunakan Jasa <i>Go-Food</i>	100	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Tabel 5 merupakan karakteristik responden berdasarkan pengalaman menggunakan jasa *Go-Food*. Dapat dilihat pada tabel diatas bahwasanya dari total 100 responden keseluruhan responden pernah menggunakan jasa *Go-Food* dengan persentase responden sebesar 100%.

## 3. Domisili

Pada responden dengan karakteristik menurut tempat tinggal atau domisili dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini:

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili**

		Domisili			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kecamatan Mayangan	100	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Tabel 6 diatas adalah karakteristik responden menurut domisili masing-masing responden. Dapat diperhatikan bahwasanya pada tabel 6 tersebut mempunyai total 100 responden keseluruhan responden berdomisili di wilayah Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo dengan persentase sebesar 100%.

#### **4.1.2 Penilaian Responden**

Rekapitulasi penilaian responden terhadap kuesioner yang dibagikan pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo pengguna jasa *Go-Food* diantaranya: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan keputusan penggunaan jasa.

##### 1. Faktor Budaya

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel faktor budaya ( $X_1$ ), sebagaimana pada tabel 7 berikut ini:

**Tabel 7**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Budaya**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Jumlah
		STS (Skor 1)	TS (Skor 2)	RG (Skor 3)	S (Skor 4)	SS (Skor 5)	
1.	Pernyataan 1	3	26	16	32	23	100
2.	Pernyataan 2	2	5	11	44	38	100
3.	Pernyataan 3	8	39	17	28	8	100
Jumlah		13	70	44	104	69	300
Frekuensi		4,3%	23,3%	14,7%	34,7%	23%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 7 diatas dapat dicermati dengan seksama bahwa penilaian dari 100 responden terhadap pernyataan tentang faktor budaya sebagai  $X_1$  dalam penelitian ini, menunjukkan sebanyak 4,3% responden mengutarakan sangat tidak setuju dan sebanyak 23,3% responden mengutarakan bahwa tidak setuju.

Sedangkan sebesar 14,7% responden memberikan pernyataan ragu-ragu, dan sebesar 34,7% responden menyatakan setuju serta sebanyak 23% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

Adapun dilihat dari hasil kuesioner yang telah mencakup jawaban dari para responden dengan menggabungkan nilai pernyataan setuju dan sangat setuju yang berjumlah 57,7% menunjukkan bahwa faktor budaya dalam masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo belum baik.

## 2. Faktor Sosial

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel faktor sosial ( $X_2$ ), sebagaimana pada tabel 8 dibawah ini:

**Tabel 8**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Sosial**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Jumlah
		STS (Skor 1)	TS (Skor 2)	RG (Skor 3)	S (Skor 4)	SS (Skor 5)	
1.	Pernyataan 1	5	17	10	45	23	100
2.	Pernyataan 2	4	23	10	43	20	100
3.	Pernyataan 3	14	34	15	26	11	100
Jumlah		23	74	35	114	54	300
Frekuensi		7,7%	24,6%	11,7%	38%	18%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 8 diatas dapat dicermati dengan seksama bahwasanya penilaian dari 100 responden pada masing-masing pernyataan tentang faktor sosial sebagai  $X_2$  pada riset ini, menunjukkan sebanyak 7,7% responden memilih pilihan sangat tidak setuju dan sebesar 24,6% responden mengutarakan bahwa tidak setuju.

Sedangkan sebanyak 11,7% responden memberikan pernyataan ragu-ragu, dan sebanyak 38% responden mengutarakan bahwasanya responden setuju serta sebanyak 18% dari total responden memberikan pernyataan sangat setuju.

Adapun dilihat dari hasil kuesioner yang mencakup jawaban dari para responden dengan menggabungkan nilai pernyataan setuju dan sangat setuju yang berjumlah 56% menunjukkan bahwa faktor sosial dalam masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo belum baik.

### 3. Faktor Pribadi

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel faktor pribadi ( $X_3$ ), sebagaimana pada tabel 9 berikut ini:

**Tabel 9**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Pribadi**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Jumlah
		STS (Skor 1)	TS (Skor 2)	RG (Skor 3)	S (Skor 4)	SS (Skor 5)	
1.	Pernyataan 1	3	18	16	45	18	100
2.	Pernyataan 2	2	20	17	41	20	100
3.	Pernyataan 3	12	33	13	30	12	100
4.	Pernyataan 4	2	14	7	33	44	100
Jumlah		19	85	53	149	94	400
Frekuensi		4,75%	21,25%	13,25%	37,25%	23,5%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 9 diatas ditemukan bahwasanya penilaian dari 100 responden tentang pernyataan faktor pribadi sebagai  $X_3$  pada penelitian ini, menunjukkan sebanyak 4,75% responden memberikan pilihan sangat tidak setuju dan sebanyak 21,25% responden memberikan pilihannya pada item tidak setuju.

Sedangkan sebesar 13,25% responden memberikan pernyataan ragu-ragu, dan sebanyak 37,25% responden memberikan pernyataan setuju serta sebesar 23,5% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

Sehingga apabila mengacu pada hasil kuesioner yang telah dikumpulkan dan dijawab oleh para responden dengan menggabungkan nilai pernyataan setuju dan sangat setuju yang berjumlah 60,75% menunjukkan bahwa faktor pribadi dalam masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo cukup baik.

#### 4. Faktor Psikologis

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel faktor psikologis ( $X_4$ ), sebagaimana pada tabel 10 dibawah ini:

**Tabel 10**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Psikologis**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Jumlah
		STS (Skor 1)	TS (Skor 2)	RG (Skor 3)	S (Skor 4)	SS (Skor 5)	
1.	Pernyataan 1	2	11	21	49	17	100
2.	Pernyataan 2	2	7	8	37	46	100
3.	Pernyataan 3	3	10	8	56	23	100
4.	Pernyataan 4	5	2	16	42	35	100
Jumlah		12	30	53	184	121	400
Frekuensi		3%	7,5%	13,25%	46%	30,25%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 10 diatas dapat dilihat bahwasanya penilaian dari 100 responden terhadap pernyataan tentang faktor psikologis sebagai  $X_4$  pada penelitian ini, menunjukkan sebanyak 3% responden memberikan pernyataan pada item sangat tidak setuju dan sebanyak 7,5% responden memberikan pernyataan pada item tidak setuju.

Sedangkan sebanyak 13,25% responden memberikan pernyataan ragu-ragu, dan sebanyak 46% responden menyatakan setuju serta sebanyak 30,25% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

Mengacu pada data hasil kuesioner yang telah dikumpulkan kembali dan dijawab oleh responden dengan menggabungkan nilai pernyataan setuju dan sangat setuju yang berjumlah 70,25% menunjukkan bahwa

faktor psikologis dalam masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo sudah baik.

#### 5. Keputusan Penggunaan Jasa

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel keputusan penggunaan jasa (Y), sebagaimana pada tabel 11 berikut ini:

**Tabel 11**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Penggunaan Jasa**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Jumlah
		STS (Skor 1)	TS (Skor 2)	RG (Skor 3)	S (Skor 4)	SS (Skor 5)	
1.	Pernyataan 1	1	6	11	52	30	100
2.	Pernyataan 2	3	13	16	41	27	100
3.	Pernyataan 3	2	8	11	45	34	100
4.	Pernyataan 4	3	18	10	40	29	100
5.	Pernyataan 5	4	6	6	45	39	100
Jumlah		13	51	54	223	159	500
Frekuensi		2,6%	10,2%	10,8%	44,6%	31,8%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 11 diatas didapati bahwa penilaian dari 100 responden terhadap pernyataan tentang keputusan penggunaan jasa sebagai Y pada penelitian ini, menunjukkan sebesar 2,6% responden memberikan pernyataannya pada item sangat tidak setuju dan sebanyak 10,2% responden memilih pernyataan tidak setuju.

Sedangkan sebanyak 10,8% responden memberikan pernyataan ragu-ragu, dan sebesar 44,6% responden memilih pernyataan setuju serta sebesar 31,8% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

Mengacu pada hasil dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden dengan menggabungkan nilai pernyataan setuju dan sangat setuju yang berjumlah 76,4% menunjukkan bahwa keputusan penggunaan jasa dalam masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo sudah baik.

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas ini berguna sebagai pengukur valid atau sah tidaknya suatu kuisisioner. Dalam uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan suatu analisis korelasi yaitu *correlate bivariate*.

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Pernyataan</b>	<b>Nilai Signifikansi</b>	<b>Margin of Error (0,05 atau 5%)</b>	<b>Keterangan</b>
Faktor Budaya (X <sub>1</sub> )			
1	0,000	0,05	Valid
2	0,000	0,05	Valid
3	0,001	0,05	Valid
Faktor Sosial (X <sub>2</sub> )			
1	0,000	0,05	Valid
2	0,000	0,05	Valid
3	0,000	0,05	Valid
Faktor Pribadi (X <sub>3</sub> )			
1	0,000	0,05	Valid
2	0,001	0,05	Valid
3	0,001	0,05	Valid
4	0,000	0,05	Valid

Faktor Psikologis (X <sub>4</sub> )			
1	0,000	0,05	Valid
2	0,000	0,05	Valid
3	0,000	0,05	Valid
4	0,000	0,05	Valid
Keputusan Penggunaan Jasa (Y)			
1	0,000	0,05	Valid
2	0,000	0,05	Valid
3	0,000	0,05	Valid
4	0,000	0,05	Valid
5	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan tabel 12 hasil uji validitas diatas diketahui bahwasanya keseluruhan dari item pernyataan pada kuesioner memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$ , sehingga dapat diambil simpulan bahwasanya item pernyataan secara keseluruhan untuk variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan keputusan penggunaan jasa yang digunakan dalam riset yang dilakukan oleh peneliti dinyatakan valid. Uji validitas diatas untuk setiap item dari variabel memiliki nilai signifikansi berada dibawah *margin of error* yaitu 0,05 atau 5%.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna sebagai alat ukur akan suatu kuesioner yang termasuk indikator dari suatu konstruk. Kuisisioner tersebut dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki jawaban responden tersebut stabil antar waktu serta mempunyai nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  pada variabelnya.

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,874	19

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Mengacu pada tabel 13 hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwasanya keseluruhan dari variabel yang digunakan pada riset ini adalah reliabel (stabil antar waktu). Hal ini dapat dianalisa dari *Cronbach Alpha* yang memiliki nilai lebih besar yakni sebesar 0,874 daripada nilai reliabilitas yang ditetapkan yaitu sebesar 0,60.

#### 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menjadi pembanding antara data yang dimiliki dengan data berdistribusi normal yang mempunyai rata-rata dan standar deviasi yang sama dengan data yang dimiliki. Suatu pengujian dapat dikatakan memiliki model regresi baik apabila mempunyai suatu nilai residual yang terdistribusi secara normal. Apabila suatu data memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat ditarik simpulan bahwasanya data tersebut terdistribusi normal.

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54601609
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,067
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,148 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Mengacu pada tabel 14 hasil uji normalitas diatas, dapat dicermati dengan seksama bahwasanya nilai signifikansi sebesar  $0,148 > 0,05$ . Dari nilai signifikansi yang lebih besar tersebut sehingga dapat dibuat simpulan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel bebas yang mempunyai kemiripan antar variabel bebas lainnya dalam suatu model. Dalam uji multikolinieritas ditentukan jika nilai *tolerance value*  $> 0,10$  maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas atau apabila VIF yang didapat memiliki nilai antara 1-10 maka didapatkan simpulan bahwasanya tidak terjadi multikolinieritas. Suatu model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebasnya.

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,692	1,581		3,599	,001		
Budaya	,033	,146	,022	,225	,822	,569	1,756
Sosial	,217	,142	,168	1,531	,129	,455	2,197
Pribadi	,020	,135	,017	,148	,882	,422	2,368
Psikologis	,709	,114	,583	6,227	,000	,628	1,593

a. Dependent Variable: Keputusan Jasa

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Mengacu pada tabel 15 hasil uji multikolinieritas diatas, didapatkan hasil nilai toleransi untuk faktor budaya ( $X_1$ ) sebesar 0,569. Sedangkan hasil nilai toleransi untuk faktor sosial ( $X_2$ ) sejumlah 0,5455 dan hasil nilai toleransi untuk faktor pribadi ( $X_3$ ) sejumlah 0,422 serta hasil nilai toleransi untuk faktor psikologis ( $X_4$ ) sebesar 0,628. Dilihat dari nilai toleransi tiap variabel independennya yang mempunyai nilai toleransi > 0,10 maka dapat dikatakan bahwasanya dalam model ini tidak terjadi multikolinieritas.

Begitu juga jika dilihat dari nilai VIF pada tabel 15 di atas, diketahui bahwa hasil nilai VIF untuk faktor budaya ( $X_1$ ) sebesar 1,756 dan hasil nilai VIF untuk faktor sosial ( $X_2$ ) sebesar 2,197. Sementara nilai VIF untuk faktor pribadi ( $X_3$ ) diperoleh hasil sebesar 2,368 dan nilai VIF untuk faktor psikologis ( $X_4$ ) diperoleh hasil sebesar 1,593. Dengan

perolehan hasil nilai VIF tiap variabel bebas yang memiliki nilai antara 1-10 maka dapat disimpulkan bahwasanya dalam model ini tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Dilakukannya suatu pengujian heteroskedastisitas berguna untuk menguji perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Suatu model dinyatakan baik jika tidak timbul heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas ini yaitu dengan menggunakan uji tingkat signifikansi yang biasa disebut dengan uji Glejser. Dalam hal ini jika hasil pengujian tersebut menghasilkan nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 16**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,151	1,017		4,080	,000
	Budaya	-,144	,094	-,199	-1,529	,130
	Sosial	-,102	,091	-,163	-1,123	,264
	Pribadi	,065	,087	,113	,746	,458
	Psikologis	-,042	,073	-,071	-,575	,567

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan dari output uji heteroskedastisitas pada tabel 16 di atas, diperoleh bahwasanya nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas dimana faktor budaya sebagai  $X_1$  memiliki nilai signifikansi

0,130 > 0,05. Selain itu faktor sosial sebagai  $X_2$  memiliki nilai signifikansi 0,264 > 0,05 dan faktor pribadi sebagai  $X_3$  memiliki nilai signifikansi 0,458 > 0,05 serta faktor psikologis sebagai  $X_4$  memiliki nilai signifikansi 0,567 > 0,05.

Dengan perolehan nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas pada uji heteroskedastisitas diatas yang secara keseluruhan mempunyai nilai signifikansi lebih besar daripada *margin of error* yaitu sebesar 0,05, maka dapat diambil simpulan yang menyatakan bahwa masing-masing variabel bebas (X) dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Dilaksanakannya suatu pengujian autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Dasar atas pengambilan keputusan uji autokorelasi yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk angka D-W kurang dari -2 artinya timbul autokorelasi positif,
- b. Untuk angka D-W di antara -2 dan +2 artinya tidak ada autokorelasi,  
dan
- c. Untuk angka D-W lebih dari +2 artinya timbul autokorelasi negatif.

**Tabel 17**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,691 <sup>a</sup>	,478	,456	2,599	1,827

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Budaya, Pribadi

b. Dependent Variable: Keputusan Jasa

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Pada tabel 17 yaitu tabel hasil uji autokorelasi diatas, dapat dicermati dengan seksama bahwasanya nilai Durbin-Watson (D-W) dalam penelitian ini adalah 1,827. Mengacu pada pengambilan keputusan uji autokorelasi nilai 1,827 terdapat di antara -2 dan +2 sehingga dapat ditarik simpulan bahwasanya tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

#### 4.2.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**Tabel 18**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,692	1,581		3,599	,001
	Budaya	,033	,146	,022	,225	,822
	Sosial	,217	,142	,168	1,531	,129
	Pribadi	,020	,135	,017	,148	,882
	Psikologis	,709	,114	,583	6,227	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Jasa

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan tabel 18 di atas dapat dilihat bahwa nilai konstanta (nilai  $\alpha$ ) sebesar 5,692 dan untuk faktor budaya (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,033 sementara faktor sosial (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,217. Begitupun untuk faktor pribadi (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,020 dan untuk faktor psikologis (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,709. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,692 + 0,033X_1 + 0,217X_2 + 0,020X_3 + 0,709X_4$$

Yang artinya :

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 5,692

Nilai konstanta ini memberi pengertian bahwa jika variabel bebas yang terdiri dari faktor budaya ( $X_1$ ), faktor sosial ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ) bernilai nol maka keputusan penggunaan jasa bernilai positif sebesar 5,692.

2. Koefisien regresi  $X_1$  (faktor budaya) = 0,033

Nilai regresi ini memberikan arti bahwa jika terdapat peningkatan satu satuan faktor budaya akan mempengaruhi kenaikan keputusan penggunaan jasa sebesar 0,033 dengan variabel lainnya dianggap konstan.

3. Koefisien regresi  $X_2$  (faktor sosial) = 0,217

Nilai regresi ini memberikan arti bahwa jika terdapat peningkatan satu satuan faktor sosial akan mempengaruhi kenaikan keputusan penggunaan jasa sebesar 0,217 dengan variabel lainnya dianggap konstan.

4. Koefisien regresi  $X_3$  (faktor pribadi) = 0,020

Nilai regresi ini memberikan arti bahwa jika terdapat peningkatan satu satuan faktor pribadi akan mempengaruhi kenaikan keputusan penggunaan jasa sebesar 0,020 dengan variabel lainnya dianggap konstan.

5. Koefisien regresi  $X_4$  (faktor psikologis) = 0,709

Nilai regresi ini memberikan arti bahwa jika terdapat peningkatan satu satuan faktor psikologis akan mempengaruhi kenaikan keputusan penggunaan jasa sebesar 0,709 dengan variabel lainnya dianggap konstan.

#### 4.2.4 Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi ( $R^2$ ) memiliki tujuan untuk menghitung besarnya suatu pengaruh variabel bebas pada suatu variabel terikat yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Dalam analisis ini dasar pengambilan keputusan dilihat pada jumlah variabel independen ( $X$ ) dalam suatu model.

Jika suatu variabel independen ( $X$ )  $< 2$  maka perhitungan  $R^2$  dapat dilihat pada tabel *R Square*, namun jika dalam suatu model memiliki jumlah variabel independen ( $X$ )  $> 2$  maka perhitungan  $R^2$  dapat dilihat pada tabel *Adjusted R Square*.

**Tabel 19**  
**Hasil Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,691 <sup>a</sup>	,478	,456	2,599

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Budaya, Pribadi

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan hasil output pada tabel 19 di atas, didapatkan nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) adalah 0,456. Hal ini memiliki arti bahwa variabel independen yang dinyatakan dengan simbol (X) dimana terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis memengaruhi keputusan konsumen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dengan simbol (Y) yaitu keputusan penggunaan jasa sebesar 45,6%. Sedangkan untuk sisanya yaitu sebesar 54,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam riset ini.

#### 4.2.5 Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji t (Parsial)

Pada suatu model, uji t berguna untuk mengetahui suatu variabel X secara individual dapat memberikan pengaruhnya pada variabel Y atau tidak. Pengujian ini memiliki dasar pengambilan keputusan dimana jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat penolakan  $H_0$  serta penerimaan  $H_a$ .

**Tabel 20**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,692	1,581		3,599	,001
Budaya	,033	,146	,022	,225	,822
Sosial	,217	,142	,168	1,531	,129
Pribadi	,020	,135	,017	,148	,882
Psikologis	,709	,114	,583	6,227	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Dalam melihat hasil dari uji t (parsial), maka harus ditentukan terlebih dahulu nilai dari  $t_{tabel}$  pada data yang dimiliki. Tabel distribusi pada  $\alpha = 5\% = 0,05$  dengan derajat kebebasan  $df = n-k$  dengan hasil  $100-5 = 95$  (1,661). Dimana  $n$  ialah hasil dari keseluruhan total responden dan  $k$  ialah hasil dari keseluruhan variabel dengan pengujian signifikansi = 0,05.

Dari perhitungan  $t_{hitung}$  diatas, maka selanjutnya dapat dibandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yaitu:

- a. Pada variabel budaya nilai  $t_{hitung}$  (0,225) <  $t_{tabel}$  (1,661) menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima. Artinya variabel faktor budaya ( $X_1$ ) tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food*.
- b. Pada variabel sosial nilai  $t_{hitung}$  (1,531) <  $t_{tabel}$  (1,661) menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima. Artinya variabel faktor sosial ( $X_2$ ) tidak

memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food*.

- c. Pada variabel pribadi nilai  $t_{hitung} (0,148) < t_{tabel} (1,661)$  menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima. Artinya variabel faktor pribadi ( $X_3$ ) tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food*.
- d. Pada variabel psikologis nilai  $t_{hitung} (6,227) > t_{tabel} (1,661)$  menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak. Artinya variabel faktor psikologis ( $X_4$ ) memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food*.

## 2. Uji Dominan

Dalam suatu uji dominan berfungsi untuk menghitung variabel X yang paling memiliki pengaruh akan suatu variabel Y di dalam penelitian. Pada uji dominan ini dihitung dengan cara melihat nilai *Standardized Coefficients Beta* variabel independen atau variabel X yang terbesar atau tertinggi.

**Tabel 21**  
**Hasil Uji Dominan**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,692	1,581		3,599	,001
Budaya	,033	,146	,022	,225	,822
Sosial	,217	,142	,168	1,531	,129
Pribadi	,020	,135	,017	,148	,882
Psikologis	,709	,114	,583	6,227	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Jasa

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Pada hasil output di atas, uji dominan dapat dilihat pada variabel independen yang memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* yang terbesar. Nilai *standardized coefficients beta* variabel faktor psikologis sebesar (0,583) > nilai *standardized coefficients beta* variabel faktor sosial sebesar (0,168) > nilai *standardized coefficients beta* variabel faktor budaya sebesar (0,022) > nilai *standardized coefficients beta* variabel faktor pribadi sebesar (0,017).

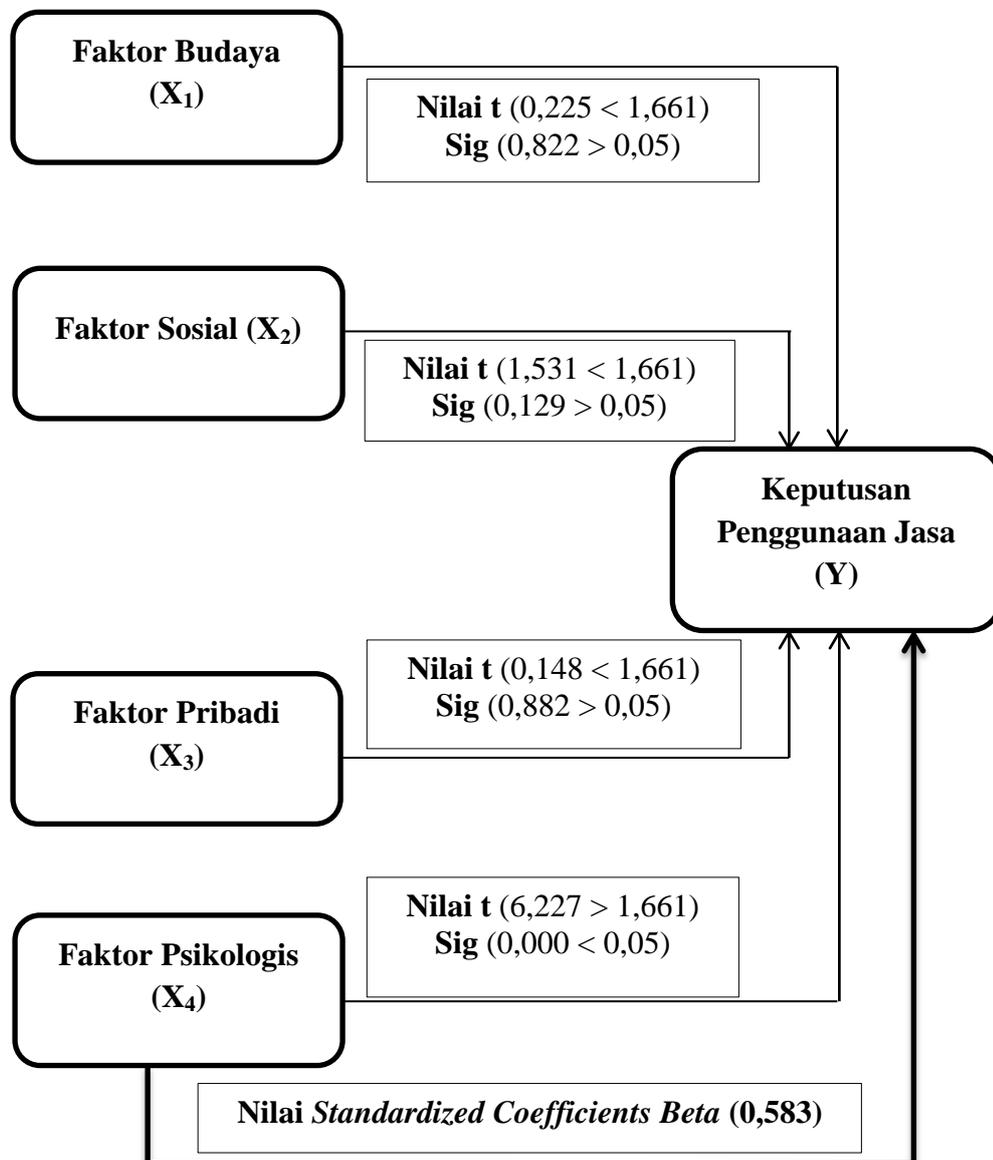
Berdasarkan hasil uji dominan di atas, dibuat kesimpulan bahwa variabel X<sub>4</sub> yaitu faktor psikologis ialah variabel yang memiliki pengaruh dominan dalam memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Mayangan Kota Probolinggo dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,583.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Hasil Kerangka Berpikir

##### 1. Kerangka Berpikir

Hasil kerangka berpikir pada riset yang dilakukan oleh peneliti dapat dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 4 : Hasil Kerangka Berpikir  
 Sumber : Data yang diolah, 2022

Keterangan :  
 — : Pengaruh secara parsial  
 → : Pengaruh secara dominan

Dalam hasil kerangka berpikir pada halaman sebelumnya, dapat dijelaskan bahwasanya:

- a. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan penggunaan jasa menunjukkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,225 < 1,661$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,822 > 0,05$ ). Artinya variabel faktor budaya ( $X_1$ ) tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* (Y) pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.
- b. Pengaruh dari variabel faktor sosial terhadap keputusan penggunaan jasa menunjukkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,531 < 1,661$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,129 > 0,05$ ). Artinya variabel faktor sosial ( $X_2$ ) tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* (Y) pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.
- c. Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan penggunaan jasa menunjukkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,148 < 1,661$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,882 > 0,05$ ). Artinya variabel faktor pribadi ( $X_3$ ) tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* (Y) pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.
- d. Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan penggunaan jasa menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,227 > 1,661$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya variabel faktor psikologis ( $X_4$ )

memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* (Y) pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

- e. Variabel dominan dapat dilihat pada nilai *standardized coefficients beta* yang tertinggi dimana nilai *standardized coefficients beta* faktor psikologis sebesar (0,583) > nilai *standardized coefficients beta* faktor sosial sebesar (0,168) > nilai *standardized coefficients beta* faktor budaya sebesar (0,022) > nilai *standardized coefficients beta* faktor pribadi sebesar (0,017). Dari perbandingan nilai *standardized coefficients beta* diatas, maka faktor psikologis merupakan variabel yang dominan diantara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

#### **4.3.2 Pembahasan**

Secara keseluruhan pada riset ini menyatakan situasi penelitian responden yang sudah baik terhadap seluruh variabel penelitian yang telah ditentukan. Pernyataan ini didukung dari sekian banyak responden yang memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap masing-masing variabel independen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis serta variabel dependen yaitu keputusan penggunaan jasa. Adapun hasil pengujian hipotesis didapat beberapa pembahasan yaitu:

a. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Pada riset yang telah dilakukan peneliti, didapatkan hasil bahwa variabel faktor budaya tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Pernyataan ini didukung dan dibuktikan dengan hasil perhitungan statistik dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor budaya lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu  $0,225 < 1,661$  dengan nilai signifikansi lebih besar daripada nilai *margin of error* yang sudah ditentukan yaitu  $0,822 > 0,05$ .

Pada analisis tersebut dapat ditarik simpulan bahwasanya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya variabel faktor budaya tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Tidak berpengaruhnya faktor budaya ini dikarenakan kultur, sub kultur dan kelas sosial tidak dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa *Go-Food* di kehidupan sehari-hari.

Hasil dari riset ini tidak sejalan dengan pernyataan pada riset terdahulu yang dilaksanakan oleh peneliti lain yaitu Munandar (2017) yang memberikan pernyataan bahwa faktor budaya memberi pengaruh yang signifikan dalam memutuskan membeli kopi espresso di Kecamatan Dewantara, Kabupaten Aceh Utara. Namun hasil dari riset ini berbanding lurus dengan riset yang dilaksanakan oleh Sujani (2017) yang memberikan hasil bahwasanya faktor budaya tidak memengaruhi

secara signifikan positif pada keputusan belanja di Indomaret khususnya pada Indomaret yang terdapat di daerah Surabaya Barat dan wilayah Gresik (perbatasan).

b. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Pada riset yang telah dilaksanakan oleh peneliti didapatkan hasil bahwa variabel faktor sosial tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Pernyataan tersebut didukung dan dibuktikan dari hasil perhitungan statistik dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor sosial yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu  $1,531 < 1,661$  dengan nilai signifikansi lebih besar daripada nilai *margin of error* yang sudah ditentukan yaitu  $0,129 > 0,05$ .

Maka dari penelitian ini didapatkan simpulan bahwasanya  $H_0$  diterima sementara  $H_a$  ditolak yang artinya variabel faktor sosial tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Faktor sosial dalam masyarakat tidak memberikan kontribusi bagi konsumen untuk menggunakan jasa *Go-Food* karena konsumen menggunakan jasa *Go-Food* bukan untuk mendapat pengakuan dari orang lain melainkan karena kemudahan yang ditawarkan oleh *Go-Food* dalam hal pembelian kuliner.

Hasil riset ini tidak berbanding lurus dengan hasil riset terdahulu yang dilakukan oleh Munandar (2017) dan Natanael (2020) dimana

hasil riset keduanya memberikan pernyataan bahwa variabel faktor sosial secara individual dapat memberikan pengaruhnya secara signifikan dalam keputusan pembelian suatu produk.

c. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Riset yang dilakukan peneliti saat ini memberikan hasil bahwasanya variabel faktor pribadi tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Hasil penelitian ini dibuktikan dari perolehan statistik dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor pribadi yang memiliki nilai lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $0,148 < 1,661$  dengan nilai signifikansi yaitu  $0,882 > 0,05$ .

Maka riset ini dapat dibuat simpulan bahwasanya  $H_0$  diterima sementara  $H_a$  ditolak yang artinya variabel faktor pribadi tidak memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Dalam penelitian ini faktor budaya tidak mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* dikarenakan konsumen menggunakan jasa *Go-Food* bukan sebagai bentuk gaya hidup melainkan karena dapat menghemat waktu dan tenaga dalam proses pembelian kuliner melalui *Go-Food*.

Hasil pada riset ini tidak berbanding lurus dengan hasil riset terdahulu yang dilaksanakan oleh Sujani (2017) yang memiliki hasil penelitian yaitu faktor pribadi memengaruhi secara signifikan positif

pada keputusan belanja di Indomaret khususnya pada wilayah Surabaya Barat dan wilayah Gresik (perbatasan). Hasil pada riset yang telah dilaksanakan oleh peneliti ini juga tidak berbanding lurus dengan riset yang dilaksanakan oleh Irwan (2019) dimana dikatakan bahwa variabel faktor pribadi memberi pengaruh signifikan dalam memutuskan membeli produk *fashion* secara *online* di Lazada.

d. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Dalam penelitian ini didapat hasil bahwasanya variabel faktor psikologis memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Pernyataan peneliti ini didukung dan dibuktikan juga dengan hasil perhitungan statistik dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor psikologis lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $6,227 > 1,661$  dengan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *margin of error* yang sudah ditentukan yaitu  $0,000 < 0,05$ .

Sehingga analisis tersebut dapat dibuat simpulan bahwa  $H_a$  diterima sementara  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa variabel faktor psikologis memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Keputusan penggunaan jasa *Go-Food* dipengaruhi oleh faktor psikologis dikarenakan adanya dorongan dan persepsi serta dorongan psikologis lainnya pada diri masing-masing konsumen.

Pernyataan peneliti ini sama dengan pernyataan pada riset terdahulu yang telah dilaksanakan oleh Natanael (2020) dan Irwan (2019) yang menyatakan bahwa faktor psikologis memberi pengaruhnya secara signifikan pada keputusan pembelian pada masing-masing objek penelitian.

e. Pengaruh Variabel Dominan

Variabel independen (X) yang memberikan pengaruhnya secara dominan pada suatu variabel dependen (Y) dapat dilihat pada tabel *Coefficients Beta* dengan membandingkan nilai *Standardized Coefficients Beta* pada masing-masing variabelnya. Dalam riset yang dilaksanakan oleh peneliti didapat hasil bahwasanya faktor psikologis mempunyai nilai *coefficients beta* terbesar diantara nilai *standardized coefficient beta* lainnya yaitu 0,583.

Dengan demikian pada riset ini dapat ditarik simpulan bahwasanya  $H_0$  diterima sementara  $H_a$  ditolak, dikarenakan variabel yang dominan pada penelitian ini yaitu variabel psikologis dengan nilai *coefficients beta* terbesar diantara variabel lainnya yaitu 0,583. Hal ini dapat menjadi alasan pendukung bahwasanya faktor psikologis ialah faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

Dengan diperolehnya hasil variabel faktor psikologis yang merupakan variabel yang dominan maka dapat disimpulkan bahwasanya masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo lebih

mengedepankan motivasi, persepsi, belajar serta kepercayaan dan sikap dalam memutuskan menggunakan jasa *Go-Food*.