

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan Maxim**

##### **1. Sejarah Aplikasi Maxim**

Perusahaan Maxim berasal dari Rusia yang berdiri dari tahun 2003. Perusahaan ini berawal dari sebuah layanan aplikasi taksi dari kota Chardinsk yang berada di Pegunungan Ural, Rusia (Zatalini dan Sari 2023, hlm. 6.416). Berdasarkan dari situs infojek dan laman berita CNN Indonesia, Sejarah aplikasi Maxim dimana berdasarkan situs resminya menyebutkan bahwa pendiri Perusahaan Maxim ialah para insinyur muda dari kota kurgan yang ahli dalam bidang teknologi pembuatan dan proses produkai computer (Wardani, 2019). Sejarah awal dari Maxim berawal dari pelayanan taksi kecil berada pada kota Chardinsk yang terletak di pegunungan Ural. Dimana dengan berjalannya waktu Perusahaan Maxim telah menciptakan teknologi dan inovasi bagi pemesanan dengan menggunakan jasa, oleh karena itu pemesanan akan menjeadi lebih modern, mudah digunakan, serta aman. Maka dengan terobosan-terobosan yang lebih modern Maxim telah hadir untuk membuka cabang hampir pada seluruh kota di Rusia. Maxim telah berkembang menjadi Perusahaan transportasi *online* yang bukan saja fokus ke taksi, melainkan pada jenis layanan angkutan lainnya seperti ojek atau mobil seperti umumnya (Purnama, 2020).

Dimulai dari tahun 2014, Maxim telah memperluas bisnisnya keluar Rusia dengan membuka cabang pada beberapa Negara. Seperti Ukraina, Kazakhstan, Georgia, Bulgaria, Tajikistan, Belarusia, Azerbaijan, Italia, bahkan Indonesia. Perusahaan Maxim mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2018 dengan membuka kantor pusat di Jakarta di Kelola oleh PT Teknologi Perdana Indonesia (Banggoi dkk., 2023, hlm. 243). Adapun direktur pengembangan Maxim di Indonesia oleh Dmirty Radzun. Sampai saat ini, Maxim sudah beroperasi di beberapa kota besar di Indonesia, antara lain di Yogyakarta, pekanbaru, solo, Balikpapan, Bandar Lampung, Denpasar, Pontianak, Banjarmasin, Jambi, Singkawang, Samarinda, Padang, Banda Aceh, Palembang, serta Bengkulu. Perusahaan Maxim baru membuka cabang di Indonesia telah menawarkan Kerjasama untuk Masyarakat Indonesia yang ingin bergabung menjadi mitra Maxim dimana ikut dalam mengelola bisnis layanan.

Pada tahun 2020, Perusahaan Maxim telah memperbaharui aplikasinya dengan *fitur-fitur order* yang awalnya berfokus terhadap layanan jasa orang dan barang, sehingga sekarang Perusahaan Maxim mempunyai *fitur order* tambahan seperti hadirnya layanan jasa antar makanan dalam layanan *food and shop*, jasa layanan kebersihan, *massage and spa* dalam layanan *life*, dan layanan *cargo* dengan jasa antar barang dari dalam kota maupun luar kota. Pembaharuan layanan lainnya, terkait dengan lokasi tujuan maka pelanggan juga dapat menentukan tujuan ganda atau dengan kata lain disebut *multi destination* terkait lokasi yang akan dituju dengan tambahan biaya Rp. 1000. Dengan hadirnya *Fitur order*

tambahan ini maka Maxim akan terus mempertahankan keberadaannya ditengah Masyarakat (Salpitri dkk., 2023, hlm. 420).

Layanan Maxim yang awalnya tumbuh di Rusia, dan berkembang ke beberapa negara tetangga di Indonesia khususnya kota Banjarmasin yang awalnya maxim hadir di kota Banjarmasin dengan tarif minimum Rp 3000 untuk motor roda dua dan 5000 untuk mobil. Perkembangan Maxim di Banjarmasin lumayan pesat, dilihat dari beberapa driver yang beroperasi di sekitaran jalan-jalan kota Banjarmasin. Dimana kehadiran Maxim di Banjarmasin juga bersamaan dengan kota-kota besar lainnya, yaitu sekitaran pada bulan juni 2019. Maxim telah diminati oleh Masyarakat Banjarmasin karena tarifnya yang lumayan murah disbanding dengan aplikasi ojek daring lainnya. Sehingga hal ini yang menjadi salah satunya membuat perkembangan Maxim di Banjarmasin lumayan pesat.

## **2. Misi Aplikasi Maxim**

Misi sebuah aplikasi Maxim adalah meningkatkan interaksi secara terus menerus bagi para pengguna dan membantu banyak orang dalam melakukan perjalanan ketujuan masing-masing.

Perusahaan Maxim telah memberikan kesempatan bagi para penggunanya dalam berinteraksi maupun berkomunikasi secara efektif, dalam hal pemesanan yang menggunakan layanan-layanan yang tersedia pada aplikasi Maxim dengan cara yang mudah. Selain itu, pada saat akan memenuhi order dalam mengoptimalkan proses pencarian lokasi yang telah tersedia dalam aplikasi sehingga semakin mempermudah pengguna dalam proses pemesanan, dan

memantau terkait makanan maupun barang yang pengguna pesan hanya dalam satu genggamannya saja.

### 3. Jenis Layanan Pada Aplikasi Maxim

Dalam website resmi Maxim (<https://id.taximaxim.com>) dikatakan bahwa jenis layanan jasa pada aplikasi Maxim yang membutuhkan atau melibatkan seorang pengemudi (*driver*) dalam melakukan transaksi tertentu, yaitu sebagai berikut:

- a. *Bike*, merupakan sebuah layanan jasa antar atau ojek motor roda dua yang siap mengantar pelanggan menuju lokasi tempat yang diinginkan oleh pelanggan. *Driver* akan menjemput pelanggan di tempat yang telah ditentukan oleh pelanggan atau pengguna tersebut melalui aplikasi Maxim.
- b. *Delivery*, merupakan layanan jasa pesan antar, yang berupa jasa antar makanan dan barang yang akan dipilih oleh pengguna sesuai dengan pilihan menu dari restoran/kedai atau toko barang yang terdapat pilihannya pada aplikasi Maxim. Terdapat beberapa layanan dalam kategori *Delivery* yaitu, *Food and shop, delivery* dan *car delivery*.
- c. *Life*, merupakan layanan penyedia jasa ahli yang akan siap mendatangi lokasi pelanggan yang akan menggunakan jasa ini. Terdapat beberapa layanan yang telah tersedia didalam Maxim *life* yaitu *cleaning, message* dan *spa*, serta *Laundry*.
- d. *Car*, merupakan layanan jasa antar dengan menggunakan kendaraan roda empat atau mobil yang siap untuk mengantar pelanggan menuju

lokasi tempat yang diinginkan pengguna. *Driver* akan menjemput pelanggan di tempat yang telah ditentukan oleh pelanggan yang menggunakan aplikasi Maxim.

- e. *Cargo*, merupakan layanan jasa antar barang yang berkapasitas besa, jika pengguna memerlukan kendaraan untuk angkat barang biasanya pesan Maxim kargo

## **B. Laporan Data Hasil Penelitian**

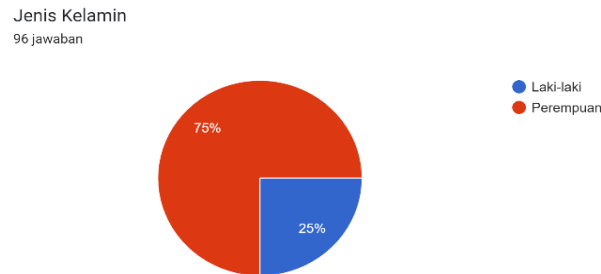
### **1. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada Masyarakat yang pernah menggunakan Maxim di kota Banjarmasin yang telah dijadikan responden. Adapun jumlah kuesioner yang telah diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Hasil dari kuesioner tersebut diketahui dari data pribadi responden yang meliputi jenis kelamin dan usia.

#### **a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

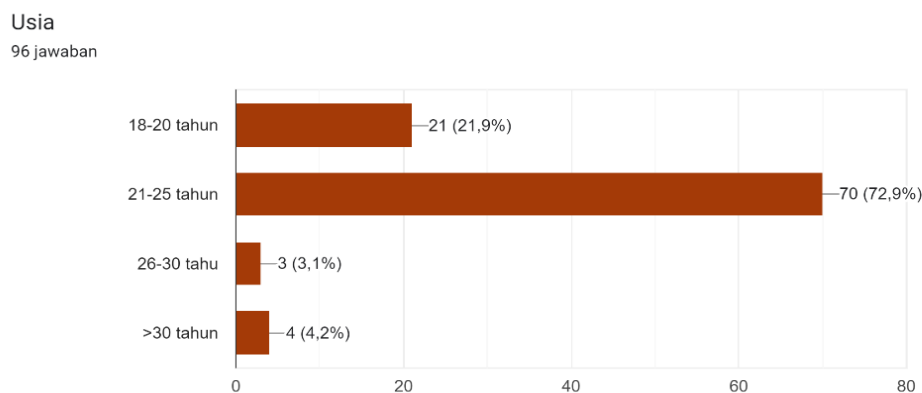
Berdasarkan data yang diperoleh dari 96 responden dilihat dari jenis kelamin responden telah diperoleh laki-laki sebanyak 24 orang (25%) dan responden Perempuan sebanyak 72 Orang (75%). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden Perempuan.

**Gambar 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

*Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2024*

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Berdasarkan data yang telah didapat dari 96 responden yang berdasarkan umur, dapat diketahui bahwa responden berumur 18-20 tahun sebanyak 21 orang (21,9%), responden berumur 21-25 tahun berjumlah 70 orang (72,9%), responden berumur 26-30 tahun berjumlah 3 orang (3,1%), dan responden berumur >30 tahun berjumlah 4 orang (4,2%). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sebagian besar adalah responden yang berumur 21-25 tahun dengan persentase 72,9%.

**Gambar 4.2 karakteristik responden berdasarkan umur**

*Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2024*

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel penelitian yang akan dideskripsikan yang telah dilihat berdasarkan pada hasil kuesioner dari responden untuk variabel dependen/terikat (Y) adalah Minat Penggunaan Ulang, dan untuk variabel independen/bebas (X) yaitu Citra Perusahaan (X1) dan Pengalaman Pelanggan (X2).

### a. Variabel Minat Penggunaan Ulang

#### 1) Indikator Minat Transaksional

- a) Saya akan terus menggunakan jasa transportasi online Maxim

**Tabel 4.1 Tanggapan responden tentang akan terus menggunakan jasa transportasi online Maxim**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 15        | 15,6%      |
| 2   | Setuju (S)               | 26        | 27,1%      |
| 3   | Netral (N)               | 50        | 52,1%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 5         | 5,2%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,6%, yang menjawab setuju sebanyak 26 orang atau 27,1%, netral sebanyak 50 orang atau 52,1%, tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5,2%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 50 orang atau 52,1%.

- b) Saya berminat untuk melakukan pembelian ulang dimasa akan datang

**Tabel 4.2 Tanggapan responden tentang berminat untuk melakukan pembelian ulang dimasa akan datang**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 13        | 13,5%      |
| 2   | Setuju (S)               | 32        | 33,3%      |
| 3   | Netral (N)               | 45        | 46,9%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 5         | 5,2%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 1         | 1%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang atau 13,5%, yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 33,3%, netral sebanyak 45 orang atau 46,9%, tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 45 orang atau 46,9%.

## 2) Indikator Minat Referensial

- a) Saya akan mereferensikan Maxim kepada teman-teman terdekat saya

**Tabel 4.3 Tanggapan responden tentang akan mereferensikan Maxim kepada teman-teman terdekat**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 18        | 18,8%      |
| 2   | Setuju (S)               | 35        | 36,5%      |
| 3   | Netral (N)               | 40        | 41,7%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 3         | 3,1%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |



*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 18,8%, yang menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 36,5%, netral sebanyak 40 orang atau 41,7%, tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 40 orang atau 41,7%.

- b) Saya akan memberitahu keunggulan layanan Maxim kepada orang terdekat saya

**Tabel 4.4 Tanggapan responden tentang akan memberitahu keunggulan layanan Maxim kepada orang terdekat**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 18        | 18,8%      |
| 2   | Setuju (S)               | 39        | 40,6%      |
| 3   | Netral (N)               | 37        | 38,5%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 2         | 2,1%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 18,8%, yang menjawab setuju sebanyak 39 orang atau 40,6%, netral sebanyak 37 orang atau 38,5%, tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 39 orang atau 40,6%.

## 3) Indikator minat preferensial

- a) Saya akan memprioritaskan Maxim sebagai pilihan pertama dalam berkendara

**Tabel 4.5 Tanggapan responden tentang akan memprioritaskan Maxim sebagai pilihan pertama dalam berkendara**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 13        | 13,7%      |
| 2   | Setuju (S)               | 27        | 28,4%      |
| 3   | Netral (N)               | 48        | 49,5%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 8         | 8,4%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang atau 13,7%, yang menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 28,4%, netral sebanyak 47 orang atau 49,5%, tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8,4%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 47 orang atau 49,5%.

- b) Saya akan loyal apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan

**Tabel 4.6 Tanggapan responden tentang akan loyal apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 26        | 27,1%      |
| 2   | Setuju (S)               | 40        | 41,7%      |
| 3   | Netral (N)               | 29        | 30,2%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang atau 27,1%, yang menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 41,7%, netral sebanyak 29 orang atau 30,2%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 40 orang atau 41,7%.

4) Indikator minat eksploratif

- a) Saya akan terus mencari informasi tentang transportasi online Maxim

**Tabel 4.7 Tanggapan responden tentang akan terus mencari informasi tentang transportasi online Maxim**

| <b>No.</b> | <b>Pilihan Jawaban</b>   | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase</b> |
|------------|--------------------------|------------------|-------------------|
| 1          | Sangat Setuju (SS)       | 15               | 15,6%             |
| 2          | Setuju (S)               | 27               | 28,1%             |
| 3          | Netral (N)               | 47               | 49%               |
| 4          | Tidak Setuju (TS)        | 6                | 6,3%              |
| 5          | Sangat Tidak Setuju (TS) | 1                | 1%                |
|            | Total                    | 96               | 100%              |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,6%, yang menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 28,1%, netral sebanyak 47 orang atau 49%, tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6,3%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Berdasarkan pada data

tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 47 orang atau 49%.

- b) Terkadang sebelum melakukan pembelian saya mencari promo yang ada terlebih dahulu

**Tabel 4.8 Tanggapan responden tentang sebelum melakukan pembelian akan mencari promo yang terlebih dahulu**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 36        | 37,5%      |
| 2   | Setuju (S)               | 32        | 33,3%      |
| 3   | Netral (N)               | 25        | 26%        |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 2         | 2,1%       |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang atau 37,5%, yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 33,3%, netral sebanyak 25 orang atau 26%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab sangat setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 36 orang atau 37,5%.

#### **b. Variabel Citra Perusahaan (X1)**

##### 1) Indikator Kepribadian

- a) Perusahaan Maxim sangat baik dalam memberikan layanan kepada pelanggan

**Tabel 4.9 Tanggapan responden tentang Perusahaan Maxim sangat baik dalam memberikan layanan kepada pelanggan**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 16        | 16,7%      |
| 2   | Setuju (S)               | 56        | 58,3%      |
| 3   | Netral (N)               | 23        | 24%        |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang atau 16,7%, yang menjawab setuju sebanyak 56 orang atau 58,3%, netral sebanyak 23 orang atau 24%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 56 orang atau 58,3%.

- b) Perusahaan Maxim memberikan kesan positif terhadap pengalaman menggunakan jasa mereka

**Tabel 4.10 Tanggapan responden tentang Perusahaan Maxim memberikan kesan positif terhadap pengalaman menggunakan jasa mereka**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 20        | 20,8%      |
| 2   | Setuju (S)               | 49        | 51%        |
| 3   | Netral (N)               | 25        | 26%        |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 2         | 2,1%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20,8%,

yang menjawab setuju sebanyak 49 orang atau 51%, netral sebanyak 25 orang atau 26%, tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 49 orang atau 51%.

## 2) Indikator Reputasi

### a) Perusahaan Maxim memiliki reputasi yang baik dikalangan

Masyarakat di kota Banjarmasin

**Tabel 4.11 Tanggapan responden tentang Perusahaan Maxim memiliki reputasi yang baik dikalangan Masyarakat di kota Banjarmasin**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 25        | 26%        |
| 2   | Setuju (S)               | 45        | 46,9%      |
| 3   | Netral (N)               | 25        | 26%        |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang atau 26%, yang menjawab setuju sebanyak 45 orang atau 46,9%, netral sebanyak 25 orang atau 26%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 45 orang atau 46,9%.

### b) Reputasi Maxim sangat mempengaruhi saya untuk kembali menggunakan jasanya

**Tabel 4.12 Tanggapan responden tentang reputasi Maxim sangat mempengaruhi saya untuk kembali menggunakan jasanya**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 19        | 19,8%      |
| 2   | Setuju (S)               | 38        | 39,6%      |
| 3   | Netral (N)               | 34        | 35,4%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 4         | 4,2%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 1         | 1%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang atau 19,8%, yang menjawab setuju sebanyak 38 orang atau 39,6%, netral sebanyak 34 orang atau 35,4%, tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 38 orang atau 39,6%.

### 3) Indikator Nilai

- a) Perusahaan Maxim menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan

**Tabel 4.13 Tanggapan responden tentang perusahaan Maxim menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 28        | 29,2%      |
| 2   | Setuju (S)               | 48        | 50%        |
| 3   | Netral (N)               | 19        | 19,8%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 29,2%, yang menjawab setuju sebanyak 48 orang atau 50%, netral sebanyak 19 orang atau 19,8%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 48 orang atau 50%.

- b) Nilai yang diberikan oleh Maxim mempengaruhi Keputusan saya untuk menggunakan kembali jasanya

**Tabel 4.14 tanggapan responden tentang nilai yang diberikan oleh Maxim mempengaruhi Keputusan untuk menggunakan kembali jasanya**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 29        | 30,2%      |
| 2   | Setuju (S)               | 46        | 47,9%      |
| 3   | Netral (N)               | 20        | 20,8%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau 30,2%, yang menjawab setuju sebanyak 46 orang atau 47,9%, netral sebanyak 20 orang atau 20,8%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 46 orang atau 47,9%.

- 4) Indikator identitas Perusahaan



- a) Perusahaan Maxim memiliki identitas yang kuat dan mudah untuk dikenali

**Tabel 4.15 tanggapan responden tentang Perusahaan Maxim memiliki identitas yang kuat dan mudah untuk dikenali**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 32        | 33,3%      |
| 2   | Setuju (S)               | 38        | 39,6%      |
| 3   | Netral (N)               | 24        | 25%        |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 2         | 2,1%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau 33,3%, yang menjawab setuju sebanyak 38 orang atau 39,6%, netral sebanyak 24 orang atau 25%, tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 38 orang atau 39,6%.

- b) Perusahaan Maxim memiliki logo dan warna yang mudah dikenali

**Tabel 4.16 tanggapan responden tentang Perusahaan Maxim memiliki logo dan warna yang mudah dikenali**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 50        | 52,1%      |
| 2   | Setuju (S)               | 30        | 31,3%      |
| 3   | Netral (N)               | 13        | 13,5%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 3         | 3,1%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang atau 52,1%, yang menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 31,3%, netral sebanyak 13 orang atau 13,5%, tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab sangat setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 50 orang atau 52,1%.

### c. Variabel Pengalaman Pelanggan (X2)

#### 1) Indikator *Cognitive* (kognitif)

- a) Saya merasa informasi yang disediakan oleh Maxim mudah untuk dipahami

**Tabel 4.17 Tanggapan responden tentang informasi yang disediakan oleh Maxim mudah untuk dipahami**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 23        | 24%        |
| 2   | Setuju (S)               | 41        | 42,7%      |
| 3   | Netral (N)               | 31        | 31,3%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 24%, yang menjawab setuju sebanyak 41 orang atau 42,7%, netral sebanyak 31 orang atau 32,3%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan

bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 41 orang atau 42,7%.

- b) Saya percaya dengan keahlian professional yang dimiliki oleh pengemudi Maxim

**Tabel 4.18 Tanggapan responden tentang percaya dengan keahlian professional yang dimiliki oleh pengemudi Maxim**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 21        | 21,9%      |
| 2   | Setuju (S)               | 36        | 37,5%      |
| 3   | Netral (N)               | 39        | 40,6%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 0         | 0%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

Sumber, data diolah 2024

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21,9%, yang menjawab setuju sebanyak 36 orang atau 37,5%, netral sebanyak 39 orang atau 40,6%, tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 39 orang atau 40,6%.

2) Indikator *Emosional* (Perasaan)

- a) Saya merasa senang ketika menggunakan layanan dari Maxim

**Tabel 4.19 Tanggapan responden tentang merasa senang ketika menggunakan layanan dari Maxim**

| No. | Pilihan Jawaban    | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS) | 20        | 21,1%      |
| 2   | Setuju (S)         | 43        | 44,2%      |

|   |                          |    |       |
|---|--------------------------|----|-------|
| 3 | Netral (N)               | 32 | 33,7% |
| 4 | Tidak Setuju (TS)        | 1  | 1%    |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0  | 0%    |
|   | Total                    | 96 | 100%  |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 21,1%, yang menjawab setuju sebanyak 42 orang atau 44,2%, netral sebanyak 32 orang atau 33,7%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 42 orang atau 44,2%.

b) Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan jasa

Maxim

**Tabel 4.20 Tanggapan responden tentang merasa puas dengan pengalaman menggunakan jasa Maxim**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 18        | 18,8%      |
| 2   | Setuju (S)               | 50        | 52,1%      |
| 3   | Netral (N)               | 27        | 28,1%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 1         | 1%         |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 18,8%, yang menjawab setuju sebanyak 50 orang atau 52,1%, netral sebanyak 27 orang atau 28,1%, tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan

bahwa mayoritas yang menjawab setuju pada pernyataan ini yaitu sebanyak 50 orang atau 52,1%.

3) Indikator *Physical* (Tindakan)

- a) Saya akan merekomendasikan layanan Maxim kepada teman dan keluarga

**Tabel 4.21 Tanggapan responden tentang akan merekomendasikan layanan Maxim kepada teman dan keluarga**

| No. | Pilihan Jawaban          | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)       | 22        | 22,9%      |
| 2   | Setuju (S)               | 34        | 35,4%      |
| 3   | Netral (N)               | 38        | 39,6%      |
| 4   | Tidak Setuju (TS)        | 2         | 2,1%       |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0         | 0%         |
|     | Total                    | 96        | 100%       |

*Sumber, data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau 22,9%, yang menjawab setuju sebanyak 34 orang atau 35,4%, netral sebanyak 38 orang atau 39,6%, tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 38 orang atau 39,6%.

- b) Saya akan menggunakan kembali jasa Maxim pada masa mendatang

**Tabel 4.22 Tanggapan responden tentang akan menggunakan kembali jasa Maxim pada masa mendatang**

| No. | Pilihan Jawaban    | Frekuensi | Presentase |
|-----|--------------------|-----------|------------|
| 1   | Sangat Setuju (SS) | 24        | 25%        |
| 2   | Setuju (S)         | 33        | 34,4%      |

|   |                          |    |       |
|---|--------------------------|----|-------|
| 3 | Netral (N)               | 39 | 40,6% |
| 4 | Tidak Setuju (TS)        | 0  | 0%    |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (TS) | 0  | 0%    |
|   | Total                    | 96 | 100%  |

Sumber, data diolah 2024

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang atau 25%, yang menjawab setuju sebanyak 33 orang atau 34,4%, netral sebanyak 39 orang atau 40,6%, tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang menjawab netral pada pernyataan ini yaitu sebanyak 39 orang atau 40,6%.

### 3. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan dengan cara mengukur jumlah skor pada indikator dengan skor total. Valid atau tidaknya bisa dinilai dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dalam pengujian validitas butir kuesioner dalam penelitian menggunakan teknik korelasi *pearson product moment*, teknik ini akan keluar output yang dapat dilihat apakah data tersebut valid. Validnya sebuah butir pernyataan penelitian yaitu dengan cara jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , apabila tidak valid berarti  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Untuk dapat mengetahui  $r_{tabel}$  yaitu menggunakan derajat bebas (*degree of freedom*= df), apabila responden dalam penelitian ini berjumlah 32 responden, maka menggunakan perhitungan (df= N-2), dengan Tingkat signifikansi 5% atau 0,05 maka dihasilkan  $r_{tabel}$  0,349.

Maka berdasarkan dari kriteria tersebut, telah didapatkan hasil dari uji validitas pada penelitian pengaruh citra Perusahaan dan pengalaman terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim di Kota Banjarmasin, dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22 *for windows* sebagai berikut:

**Tabel 4.29 Uji Validitas**

| Variabel                   | Item | Rhitung | Rtabel | Nilai Sig | Keterangan |
|----------------------------|------|---------|--------|-----------|------------|
| Citra Perusahaan (X1)      | X1.1 | 0,843   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X1.2 | 0,845   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X1.3 | 0,847   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X1.4 | 0,810   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X1.5 | 0,874   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X1.6 | 0,775   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X1.7 | 0,899   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X1.8 | 0,730   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
| Pengalaman Pelanggan (X2)  | X2.1 | 0,829   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X2.2 | 0,758   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X2.3 | 0,909   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X2.4 | 0,914   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X2.5 | 0,925   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | X2.6 | 0,915   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
| Minat Penggunaan Ulang (Y) | Y.1  | 0,871   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | Y.2  | 0,743   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | Y.3  | 0,870   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | Y.4  | 0,905   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | Y.5  | 0,694   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | Y.6  | 0,710   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | Y.7  | 0,721   | 0,349  | 0,000     | Valid      |
|                            | Y.8  | 0,700   | 0,349  | 0,000     | Valid      |

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan pada data hasil uji validitas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada kusioner dapat dinyatakan valid karena hasil dari  $r_{hitung}$  pada setiap indikator lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

### b. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator yang akan digunakan sebagai alat pengumpulan data, dimana untuk mengukur jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan-pernyataan yang disajikan pada kuesioner dapat dikatakan konsisten.

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* berkisar dengan nilai 0 sampai dengan 1. Maka data yang dikatakan reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* yang didapat  $> 0,600$ . Untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini hasil perhitungan *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

**Tabel 4.30 Uji Reliabilitas**

| Variabel                   | <i>Alpha Cronbach</i> | Standar Reliabel | Keterangan |
|----------------------------|-----------------------|------------------|------------|
| Citra Perusahaan (X1)      | 0,932                 | 0,600            | Reliabel   |
| Pengalaman Pelanggan (X2)  | 0,938                 | 0,600            | Reliabel   |
| Minat penggunaan ulang (Y) | 0,901                 | 0,600            | Reliabel   |

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan dari hasil tersebut, maka didapatkan kesimpulan dari seluruh butir pernyataan dari setiap variabel, adalah citra perusahaan (X1), pengalaman (X2) dan minat penggunaan ulang (Y) dinyatakan reliabel karena nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,600$ .

## 4. Uji Asumsi Klasik

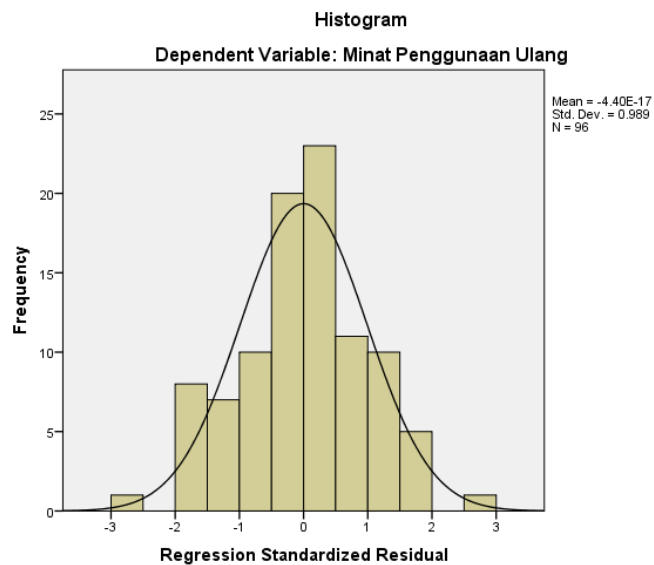
### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat diketahui dari grafik histogram dengan ketentuan apabila mempunyai kemiringan yangimbang dari sisi manapun atau berbentuk lonceng. Pada P-plot diketahui pada titik-titik yang mengikuti garis diagonal dan metode Kolmogrov Smirnov (K-S) dengan bantuan program aplikasi Statistical



Package For Social Sciences (SPSS) Versi 22 yang dilihat dari nilai Asymp. Sig. harus lebih besar dari 0,05, maka bisa dikatakan bahwa residual menyebar normal.

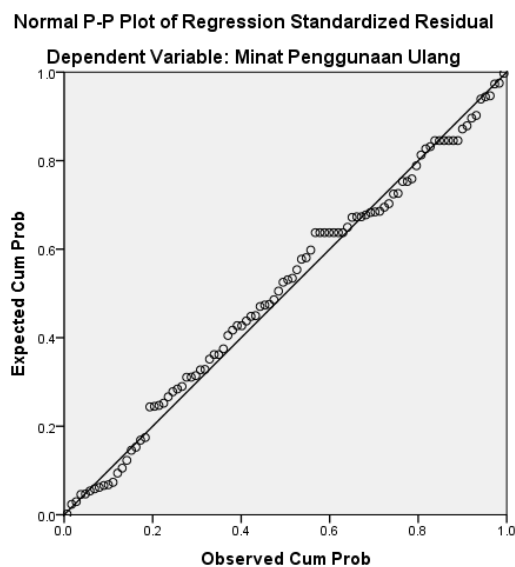
**Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram**



*Sumber: SPSS Versi.22, data diolah 2024*

Dari gambar diatas telah disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena membentuk lonceng sempurna

**Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-plot**



*Sumber: SPSS Versi. 22, data diolah 2024*

Dari P-plot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada menyebar dengan mengikuti garis lurus, artinya data telah berdistribusi normal.

**Tabel 4.31 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| One-Sample Kolmogorov Smirnov Test | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|-------------------------|
| N                                  | 96                      |
| Asymp.Sig.(2-tailed)               | .200 <sup>c,d</sup>     |

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan dari tabel diatas menunjukkan nilai Asymp.Sig. lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar dengan normal. Maka hasil tersebut dapat diketahui hasil metode *Kolmogorov Semirnov* sebesar 0,200

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji statistik yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam satu model regresi linear berganda. Multikolinieritas diketahui dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10,00 dan nilai *toelerance* > 0,100.

**Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinieritas**

| Variabel                  | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|---------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Citra Perusahaan (X1)     | 0.264     | 3.789 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Pengalaman Pelanggan (X2) | 0.264     | 3.789 | Tidak terjadi multikolinieritas |

Sumber: Data diolah 2024

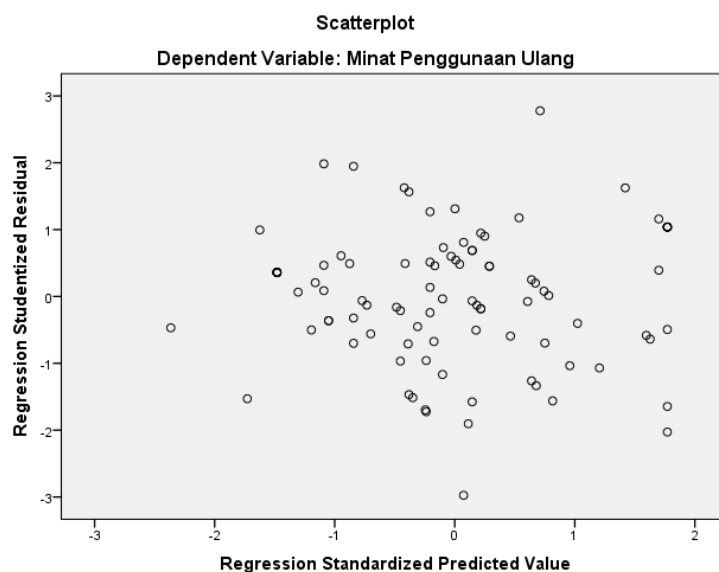
Dari tabel diatas telah diketahui bahwa variabel citra Perusahaan memiliki nilai VIF 3.789 dan nilai *tolerance* 0,264 dan variabel pengalaman pelanggan memiliki nilai VIF 3.789 dan nilai *tolerance* 0.264. Maka dari kedua variabel

memiliki nilai *tolerance* > 0.100 dan nilai VIF < 10,00 maka data tersebut bebas dari gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan dalam menganalisis apakah dalam model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Maka untuk melihat ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi menggunakan gambar scatterplot dilihat dengan penyebaran titik-titik antara angka 0 dan uji Gletjser dengan nilai sig. lebih besar dari 0,05.

**Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot**



*Sumber: SPSS Versi 22, data diolah 2024*

Dapat dilihat dari gambar scatterplot diatas titik menyebar acak diatas dan dibawah angka nol, serta tidak ada pola yang jelas. Maka ini diartikan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan metode glejser.

**Tabel 4.33 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser**

| Variabel                     | Sig   | Keterangan       |
|------------------------------|-------|------------------|
| Citra Perusahaan (X1)        | 0.965 | Tidak ada gejala |
| Pengalaman Pelanggan<br>(X2) | 0.218 | Tidak ada gejala |

*Sumber: Data diolah 2024*

Dari uji glejser diata disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel X pada nilai absolut residual dengan nilai Sig > 0,05, artinya hal ini bebas masalah heteroskedastisitas.

### 5. Persamaan Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan dalam mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen/bebas (X) dengan variabel dependen/terikat (Y). Uji regresi linear berganda untuk melihat dari masing-masing variabel independen apakah memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Variabel                  | Unstandardized Coefficient |
|---------------------------|----------------------------|
|                           | B                          |
| (Constant)                | 1.723                      |
| Citra Perusahaan (X1)     | 0.313                      |
| Pengalaman Pelanggan (X2) | 0.768                      |

*Sumber: Data diolah 2024*

Model persamaan linear berganda yang akan digunakan adalah sebagai berikut.

$$Y = a + BX1 + BX2 + e$$

$$Y = 1.723 + 0.313 X1 + 0.768 X2$$

Model regresi tersebut mengandung arti:

- a. Konstan ( $a$ ) = 1.723, artinya jika variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) dan Pengalaman Pelanggan ( $X_2$ ) bernilai 0 atau tidak ada. Maka, variabel Minat Penggunaan Ulang ( $Y$ ) adalah sebesar (1.723).
- b. Citra Perusahaan ( $BX_1$ ) = 0,313, artinya apabila terjadi peningkatan pada variabel citra Perusahaan ( $X_1$ ) sebesar 1, maka variabel minat penggunaan ulang ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,313. Pada penelitian ini hubungan antara variabel citra perusahaan ( $X_1$ ) dengan minat penggunaan ulang ( $Y$ ) memiliki hubungan yang positif, sehingga apabila variabel citra perusahaan ( $X_1$ ) terjadi peningkatan, maka variabel minat penggunaan ulang ( $Y$ ) juga akan mengalami peningkatan.
- c. Pengalaman Pelanggan ( $BX_2$ ) = 0,768, artinya jika terjadi peningkatan terhadap variabel pengalaman Pelanggan ( $X_2$ ) sebesar 1, maka variabel minat penggunaan ulang ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,768. Pada penelitian ini hubungan antara variabel pengalaman pelanggan ( $X_2$ ) dengan minat penggunaan ulang ( $Y$ ) memiliki hubungan yang positif, sehingga apabila variabel pengalaman ( $X_2$ ) terjadi peningkatan, maka variabel minat penggunaan ulang ( $Y$ ) juga akan mengalami kenaikan.

#### **6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan dalam mengukur seberapa besar peranan variabel independen, citra perusahaan ( $X_1$ ) dan pengalaman pelanggan

(X2) secara simultan dalam mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen, minat penggunaan ulang (Y).

**Tabel 4.35 Hasil Uji Kefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square |
|-------|-------------------|----------|-------------------|
| 1     | .856 <sup>a</sup> | .733     | .728              |

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan dari hasil tersebut, diketahui bahwa besarnya angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,728 atau sama dengan 72,8%. Maka angka tersebut memiliki arti bahwa variabel citra Perusahaan (X1) dan pengalaman pelanggan (X2) terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y) dengan persentase 72,8%. Sedangkan sisanya 27,2% (100% - 72,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji F (Secara Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen/bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen/terikat.

Adapun F-Tabel diperoleh dari:

$$F\text{-Tabel} = k; n-k.$$

$$= 3; 96 - 3 = 3; 93 = 2,70$$

**Tabel 4.36 Hasil Uji F (Simultan)**

| Variabel   | Fhitung | Ftabel | Sig                |
|------------|---------|--------|--------------------|
| Regression | 127.849 | 2,70   | 0.000 <sup>b</sup> |

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 127.849 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel, citra perusahaan (X1) dan pengalaman pelanggan (X2), berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan ulang (Y). hal tersebut dikarenakan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $127.849 > 2,70$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.

b. Uji T (Secara Parsial)

Uji T (Parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel dependen/bebas (X) terhadap variabel independent/terikat (Y).

Adapun T-Tabel didapat dari:

$$T\text{-Tabel} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$$

$$= \frac{0,05}{2}; 96 - 3 - 1$$

$$= 0,025; 92 = 1,986$$

**Tabel 4.37 Hasil Uji T (Parsial)**

|          | X1              | X2              |
|----------|-----------------|-----------------|
| T-Hitung | $2.841 > 1,986$ | $5.647 < 1,986$ |
| Sig.     | $0,006 < 0,05$  | $0,000 > 0,05$  |
| Ket.     | Berpengaruh     | Berpengaruh     |

*Sumber: Data diolah 2024*

Menurut hasil uji T (parsial) yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan:

1) Citra Perusahaan (X1)

Citra perusahaan (X1) memiliki T-Hitung bernilai 2,841 dengan tingkat signifikansi 0,006. Maka dapat diketahui bahwa nilai T-Hitung tersebut melebihi

dari angka T-Tabel ( $2,841 > 1,986$ ) dan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ). Maka variabel citra perusahaan (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y). Sehingga hipotesis H<sub>2</sub> diterima.

## 2) Pengalaman Pelanggan (X2)

Pengalaman pelanggan (X2) memiliki T-Hitung bernilai 5,647 dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka dapat diketahui bahwa nilai T-Hitung tersebut melebihi dari angka T-Tabel ( $5,647 > 1,986$ ) dan Tingkat signifikansi yang kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka variabel pengalaman (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y). Sehingga hipotesis H<sub>3</sub> diterima.

## C. Pembahasan Hasil

### 1) Pengaruh citra perusahaan dan pengalaman pelanggan secara simultan terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim di kota Banjarmasin

Berdasarkan dari hasil output SPSS diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *F hitung* sebesar  $127,849 > 2,70$  dan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak maka dapat diartikan citra perusahaan dan pengalaman pelanggan secara bersama-sama dengan signifikan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim di kota Banjarmasin. Dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R square*) adalah



0,728. Hal ini menjelaskan bahwa variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 72,8% dan sisanya akan dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## **2) Pengaruh citra perusahaan dan pengalaman pelanggan secara parsial terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim di kota Banjarmasin**

### **a. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Maxim di Kota Banjarmasin**

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis pada variabel citra perusahaan (X1) terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim yang telah dilakukan menunjukkan nilai *t hitung* lebih besar  $2,841 >$  dari *t tabel* 1,986 dan nilai signifikansi variabel citra perusahaan (X1) lebih kecil dari 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ) maka hasil perhitungan pengaruh citra perusahaan terhadap minat penggunaan ulang dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara citra perusahaan (X1) dengan minat penggunaan ulang (Y). Sehingga hipotesis H<sub>2</sub> diterima yang berarti secara parsial variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim di Kota Banjarmasin.

Menurut Kotler (2000) dalam (Redjeki dan Ngatno 2019, hlm. 44) menyebutkan bahwa citra perusahaan akan menunjukkan identitas dirinya pada masyarakat yang berupa logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, maupun penampilan fisik Perusahaan yang dapat membedakannya dengan perusahaan pesaing. Maka variabel citra perusahaan sangat berperan penting terhadap minat penggunaan ulang, semakin baik sebuah citra perusahaan yang dimiliki Maxim maka minat penggunaan ulang juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Misbachul Munir dan Saiyidatun Nisa (2021) yang menjelaskan bahwa variabel citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil ini akan memperkuat penelitian dari Khofifah Irma Hafsani & Fryda Fatmayati (2022) menyebutkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif dalam mempengaruhi minat beli ulang. Artinya sebuah citra perusahaan juga memiliki peran yang penting bagi suatu perusahaan, maka sebuah citra perusahaan yang baik dimata pelanggan akan selalu melekat dalam ingatan pelanggan yang mengakibatkan tingginya keinginan dari pelanggan untuk membeli produk atau jasanya kembali, dan dalam meningkatkan minat beli ulang dari pelanggan sebuah manajemen harus meningkatkan citra perusahaan bahkan menunjukkannya kepada masyarakat umum.

b. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang  
Jasa Maxim di Kota Banjarmasin

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis pada variabel pengalaman Pelanggan (X2) terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim yang telah dilakukan menunjukan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil  $5,647 >$  dari  $t_{tabel}$   $1,986$  dan nilai signifikansi variabel pengalaman (X2) yang melebihi dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka hasil perhitungan pengaruh pengalaman terhadap minat penggunaan ulang dapat disimpulkan bahwa variabel pengalaman (X1) berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan ulang (Y). Sehingga hipotesis  $H_3$  diterima, yang berarti variabel pengalaman berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim di kota Banjarmasin.

Pengalaman dari pelanggan sendiri bersifat pribadi dan benar-benar akan mengungkapkan keterlibatan pelanggan, yang mana hasil interaksi nantinya akan menimbulkan kesan pada benak konsumen dan berpengaruh terhadap penilaian konsumen kepada perusahaan (Fitrianingsih dan Nurul 'Aini, 2022).

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bella Sandy Purnomo & Nurhadi (2024) yang menyebutkan bahwa variabel pengalaman memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel minat menggunakan kembali. penelitian ini juga diperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh Nadia Chotimatuz Zuhro (2021) yang menyatakan bahwa customer experience berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ulang.