

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Dalam bab ini, informasi yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner penelitian. Selanjutnya, informasi yang telah dikumpulkan dievaluasi untuk menentukan apakah ada atau tidaknya pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat pengguna jasa transportasi ojek online Maxim di kalangan Mahasiswa Universitas Islam Antasari Banjarmasin.

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Universitas ini sebelumnya dikenal sebagai IAIN Antasari Banjarmasin, didirikan pada 20 Januari 1964 dan dipimpin oleh K.H Zafri Zamzam, sebelum berubah nama menjadi UIN. Fakultasnya masih tersebar di beberapa tempat pada saat itu, seperti Fakultas Syariahada di Kandangan dan Banjarmasin yang terletak Amuntai memiliki Fakultas Ushuluddin dan Fakultas Tarbiyah ada di Banjarmasin, Martapura, Rantau, dan Kandangan. Fakultas Dakwah pertama kali didirikan di Banjarmasin pada tahun 1970.

IAIN Antasari Banjarmasin, 3 April 2017 berganti nama menjadi Universitas Islam Antasari Banjarmasin. Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuluddin dan Ilmu Pengetahuan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah lima fakultas saat ini.

IAIN Antasari Banjarmasin diubah menjadi UIN Antasari Banjarmasin, dengan delapan pemimpin yang berbeda selama prosesnya. Prof. Dr. H. Mujibburahman, MA, adalah pemimpin saat ini. UIN Antasari Banjarmasin memiliki lima fakultas di Banjarmasin dan Banjarbaru, termasuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institusi Syariah, Ushuluddin dan Ilmu Pengetahuan, Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tahun akademik 2022/2023 memiliki 11.328 Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin.

Universitas Islam Negeri Banjarmasin, juga dikenal sebagai UIN Antasari Banjarmasin, memiliki kampus satu di Km 4,5 Jalan Ahmad Yani, Kota Banjarmasin. Namun, kampus dua terletak di Kemuning, Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan..

Studi ini dilakukan pada tahun 2022/2023 kepada Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin dengan memberikan kuesioner harga, promosi, kualitas pelayanan, dan minat beli jasa transportasi ojek online Maxim kepada seratus responden.

Dengan menggunakan platform Google Forms, kuesioner didistribusikan secara acak kepada siswa dan instruktur. Studi ini dilakukan dari 20 Desember 2023 hingga 20 Februari 2024. Dihitung, waktu yang diperlukan untuk menyebarkan kuesioner adalah sekitar dua bulan.

2. Hasil Uji Instrumen

Kuesioner harga, promosi, kualitas pelayana, dan minat beli diuji reliabilitas dan validitasnya.

a. Uji Validitas

Untuk mengetahui validitasnya alat tersebut penelitian ini, *Spss statistics* 22 digunakan. Nilai *r* hitung dengan *r* tabel dibandingkan, dengan nilai *r* tabel 0,361, yang memiliki signifikansi 5%, dan nilai *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel dianggap valid., sedangkan nilai *r* hitung yang lebih rendah dianggap tidak valid.

1) Kuesioner Harga

Kuesioner harga dibuat dengan jumlah item soal sebanyak 5 dengan responden uji coba sebanyak 30 orang, sehingga Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item adalah valid berdasarkan besarnya nilai *r* hitung jika dibandingkan dengan nilai *r* tabel, atau $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dan nilai perbandingan *r* hitung dengan *r* tabel untuk masing-masing item ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel. 4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Harga

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.393	0,361	Valid
2	0,801	0,361	Valid
3	0,393	0,361	Valid
4	0,432	0,361	Valid
5	0,567	0,361	Valid

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Keterangan :

$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (jika item soal Valid)

$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (jika item soal tidak Valid)

Setelah Test validitas dilakukan dengan menggunakan *SPSS* 22, seperti yang disebutkan sebelumnya, seluruh item soal menunjukkan hasil bahwa nilai *r* tabel lebih kecil dari *r* hitung ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$).

2) Kuesioner Promosi

Kuesioner promosi dibuat dengan jumlah item soal sebanyak 6 dengan responden uji coba sebanyak 30 orang, sehingga Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item adalah valid berdasarkan Tabel 4.2 di bawah ini menyajikan nilai perbandingan r hitung dan r tabel untuk masing-masing item. Nilai r tabel atau r hitung $>$ r tabel juga disajikan.:

Tabel. 4.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,790	0,361	Valid
2	0,765	0,361	Valid
3	0,703	0,361	Valid
4	0,682	0,361	Valid
5	0,748	0,361	Valid
6	0,863	0,361	Valid

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Keterangan :

r hitung $>$ r tabel (item soal Valid)

r hitung $<$ r tabel (item soal tidak Valid)

Karena setiap item tes menunjukkan hasil bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, uji validitas yang dilakukan dengan *SPSS 22* di atas menunjukkan bahwa semua tes hasilnya valid. (r hitung lebih besar dari t tabel).

3) Kuesioner Kualitas Layanan

Kuesioner kualitas layanan dibuat dengan jumlah item soal sebanyak 11 dengan responden uji coba sebanyak 30 orang, sehingga Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item adalah valid berdasarkan besarnya nilai r hitung jika dibandingkan dengan nilai r tabel, atau r hitung lebih besar daripada r tabel,

dan nilai perbandingannya dengan r tabel untuk masing-masing item ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel. 4.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Layanan

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,570	0,361	Valid
2	0,510	0,361	Valid
3	0,649	0,361	Valid
4	0,570	0,361	Valid
5	0,835	0,361	Valid
6	0,544	0,361	Valid
7	0,692	0,361	Valid
8	0,835	0,361	Valid
9	0,806	0,361	Valid
10	0,730	0,361	Valid
11	0,876	0,361	Valid

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Keterangan :

$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (item soal Valid)

$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (item soal tidak Valid)

Karena setiap item tes menunjukkan hasil bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, uji validitas yang dilakukan dengan SPSS 22 di atas menunjukkan bahwa semua tes hasilnya valid (r hitung lebih besar dari t tabel).

4) Kuesioner Minat Beli

Kuesioner minat beli dibuat dengan jumlah item soal sebanyak 4 dengan responden uji coba sebanyak 30 orang, sehingga Hasil validitas uji menunjukkan setiap item valid dapat dilihat dengan membandingkan besarnya nilai r hitung dengan nilai r tabel atau $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Nilai perbandingan r hitung dengan r tabel dapat ditemukan dalam tabel 4.4. di bawah ini.:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Minat Beli

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,908	0,361	Valid
2	0,854	0,361	Valid
3	0,929	0,361	Valid
4	0,935	0,361	Valid

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Keterangan :

$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (item soal Valid)

$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (item soal tidak Valid)

Semua item tes menunjukkan hasil bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, seperti yang ditunjukkan oleh uji validitas yang dilakukan dengan SPSS 23 di atas.

b. Uji Reabilitas

Setelah pemeriksaan validitas, pemeriksaan reliabilitas untuk masing-masing item kuesioner dilakukan dengan menggunakan SPSS 23 pada PC dengan taraf $\alpha = 0,05$. Jika α lebih besar dari r tabel, instrumen dianggap reliabel. Agar hasil uji dapat diandalkan dapat dibaca dengan mudah, penulis menambahkan informasi ini ke dalam tabel berikut:

Tabel. 4.5 Hasil Uji Reabilitas Kuesioer Variabel X dan Variabel Y

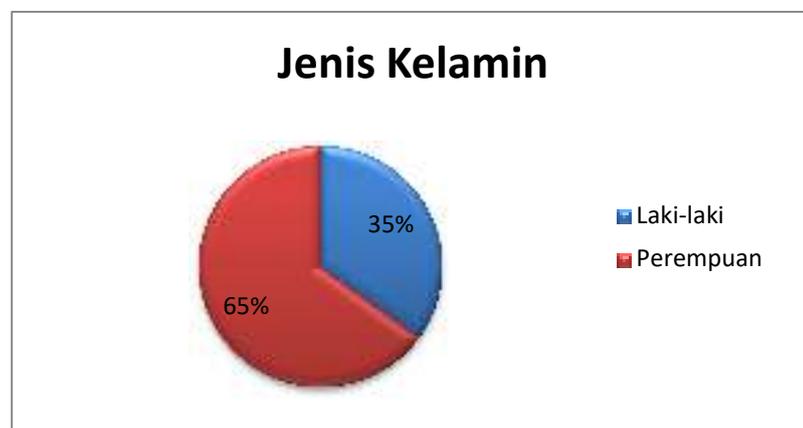
No	Variabel	r hitung	Cronbac'sh Alfa	Keterangan
1	X1 (Harga)	0,684	0,6	Reliabel
2	X2 (Promosi)	0,850	0,6	Reliabel
3	X3 (Kualitas Layanan)	0,900	0,6	Reliabel
4	Y (Minat Beli)	0,920	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Berdasarkan tabel uji reliabilitas di atas diperoleh koefisien reliabilitas kuesioner variabel X1, X2, X3 dan Y lebih besar dari $\alpha = 0,6$. Karena nilai alpha lebih besar dari nilai r tabel, dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, berdasarkan nilai koefisien reliabilitas tersebut. Oleh karena itu, kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi penelitian dan didistribusikan ke sampel sampel.

3. Karakteristik Responden

Studi ini melibatkan mahasiswa, dosen, karyawan dan pramubakti UIN Antasari Banjarmasin yang telah ditetapkan 100 responden. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini dilihat dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaannya. Adapun data untuk jenis kelamin responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

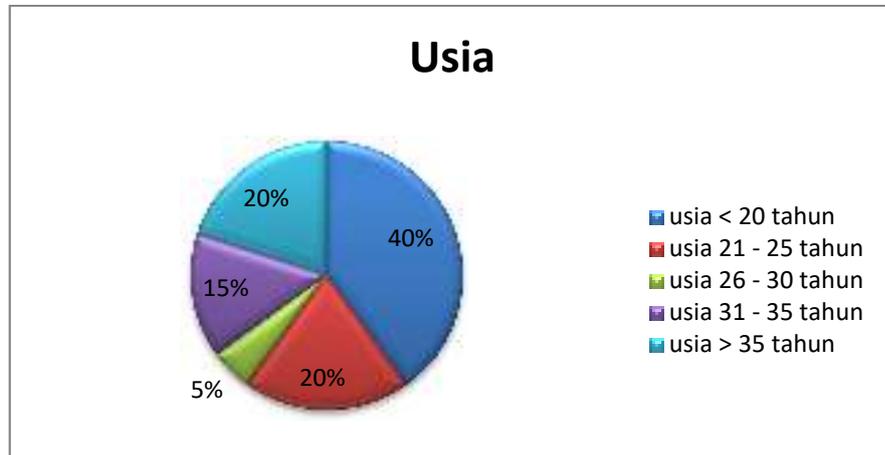


Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada diagram tersebut, data pengelompokan jenis kelamin menunjukkan bahwa laki-laki menjadi 35 persen dari responden, atau 35%, dan perempuan menjadi 65 persen, atau 65%. Ini menunjukkan bahwa lebih banyak perempuan di

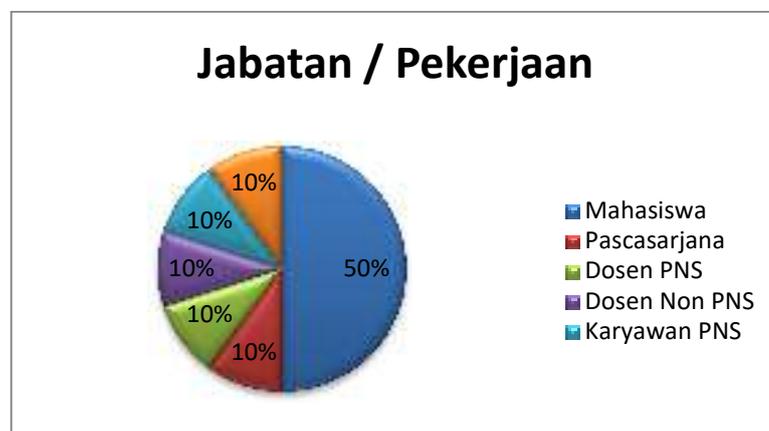
antara responden penelitian ini daripada laki-laki. Kemudian untuk usia responden dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data pengelompokan usia responden pada diagram tersebut, diketahui bahwa usia > 20 tahun hanya ada 40%, usia 21 – 25 tahun sebanyak 20%, usia 26 - 30 tahun sebanyak 5%, usia 31 – 35 tahun sebanyak 15% dan usia < 35 tahun sebanyak 20%, untuk menunjukkan bahwa responden penelitian ini pada usia > 20 tahun. Kemudian untuk pekerjaan dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jabatan atau Pekerjaan

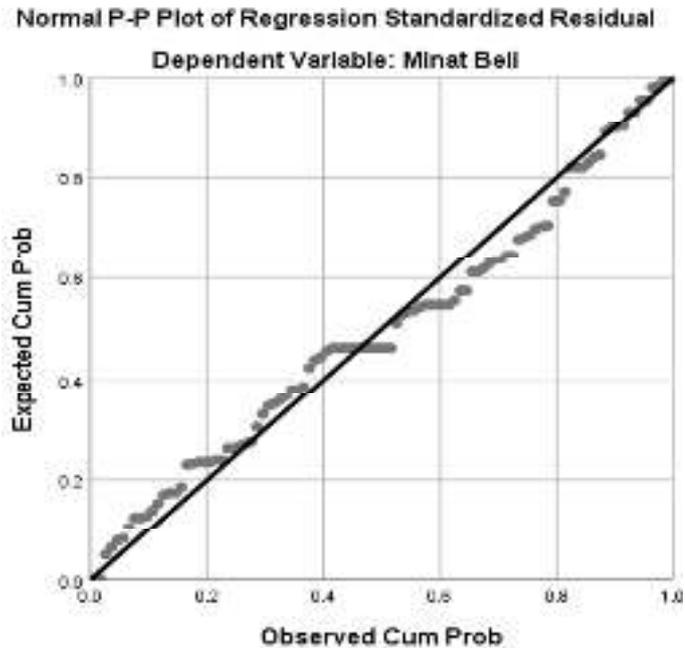
Berdasarkan data pengelompokan responden yang ditunjukkan pada diagram tersebut, telah diketahui bahwa mahasiswa S1 sebanyak 50%, mahasiswa pascasarjan sebanyak 10%, dosen PNS sebanyak 10%, dosen Non PNS sebanyak 10%, Karyawan PNS sebanyak 10% dan Pramubakti sebanyak 10%, untuk menunjukkan bahwa responden penelitian ini adalah mahasiswa S1.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah informasi yang dikumpulkan memiliki distribusi biasa jika hasilnya menunjukkan distribusi normal, lalu Anda dapat melanjutkan proses, dan sebaliknya. Variabel harga dan promosi diuji normalitas dalam penelitian ini dengan teori dari Imam Ghozali (2011: 161) mengatakan Jika plot data (titik-titik) yang menunjukkan data secara teratur mengikuti garis diagonal, dan model regresi dianggap berdistribusi normal, seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.4 di bawah ini.:

Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut ini:



Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Gambar. 4.4 Hasil Uji Normalitas Kuesioner

Berdasarkan gambar 4.4. terlihat bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal tidak menumpuk pada satu tempat atau menyebar secara tidak beraturan, sehingga dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner distribusi yang normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam regresi linier berganda. Jika ada, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat terganggu.

Dengan melihat nilai tolerabilitas, dasar pengambilan keputusan dapat digunakan:

- a) Nilai toleransi lebih dari 0.10 menunjukkan bahwa data yang diuji tidak memiliki multikolinearitas
- b) Nilai toleransi kurang dari 0.10 menunjukkan bahwa data yang diuji memiliki multikolinearitas berdasarkan nilai VIF
- c) Nilai VIF kurang dari 10.00 menunjukkan bahwa data yang diuji memiliki multikolinearitas
- d) Nilai VIF lebih dari 10.00 menunjukkan bahwa data tes menunjukkan multikolinearitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8.222	2.340		-3.513	.001		
	Harga	-.125	.133	-.071	-.941	.349	.615	1.625
	Promosi	.634	.101	.565	6.254	.000	.424	2.361
	Kualitas Layanan	.264	.066	.355	3.991	.000	.437	2.291

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Berdasarkan hasil spss versi 23 di atas terlihat nilai tolerance untuk harga adalah $0,615 < 0,10$ hal ini menunjukkan bahwa terjadi multikolinearitas di antara variabel, begitu juga dengan nilai tolerance Promosi $0,424 < 0,10$, untuk tolerance kualitas layanan $0,437 < 0,10$,

sehingga semua variabel penelitian dinyatakan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi yang baik menunjukkan homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, itu disebut homokedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat kepercayaan 5%, maka heteroskedastisitas tidak ada.

Tabel. 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.061	2	.030	4.552	.071 ^b
	Residual	.267	40	.007		
	Total	.328	42			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Berdasarkan hasil spss versi 23 di atas terlihat bahwa nilai sig 0,071>0,05 maka semua variabel tidak memiliki kesamaan varian.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pada periode t-1 dalam model regresi linear. Masalah autokorelasi terjadi ketika ada korelasi.

Autokorelasi sering ditemukan pada data runtut waktu (time series). Nilai uji coba dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya autokorelasi. Jika nilai asymp sig Z uji coba lebih besar dari alfa (a) yang ditetapkan (5%), maka autokorelasi tidak ada masalah.

Tabel. 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.668	.658	1.25628	1.742
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Promosi					
b. Dependent Variable: Minat Beli					

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Berdasarkan uji autokorelasi di atas didapat bahwa nilai Durbin-Watson 1,742 yaitu lebih besar dari alfa 5% (0,05) dalam hal ini artinya semua variabel tidak terjadi kesalahan antara periode sebelumnya.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel. 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8.222	2.340		-3.513	.001		
	Harga	-.125	.133	-.071	-.941	.349	.615	1.625
	Promosi	.634	.101	.565	6.254	.000	.424	2.361
	Kualitas Layanan	.264	.066	.355	3.991	.000	.437	2.291
a. Dependent Variable: Minat Beli								

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Minat Beli)

X₁ = Variabel bebas (Harga)

X₂ = Variabel bebas (Promosi)

X₃ = Variabel bebas (Kualitas Layanan)

a = Konstanta (-8,222)

b₁ = Koefisien Regresi Harga (-0,125)

b₂ = Koefisien Regresi Promosi (0,634)

b₃ = Koefisien Regresi Kualitas Layanan (0,264)

berdasarkan hasil tersebut maka persamaan regresinya adalah;

$$Y = -8,222 + -0,125X_1 + 0,634X_2 + 0,264X_3$$

Berdasarkan hasil tersebut untuk koefisien harga memiliki nilai negatif artinya tidak terjadi pengaruh di antara harga dengan minat beli. Selanjutnya untuk koefisien promosi memiliki nilai positif artinya terjadi pengaruh antara promosi dengan minat beli begitu juga dengan koefisien kualitas layanan bernilai positif yang dapat dikatakan terjadi pengaruh antara kualitas layanan dengan minat beli Jasa Transportasi Ojek Online Maxim di Kalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin.

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel. 4.10 Persentase Pengaruh untuk Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Ojek Online Maxim di Kalangan Civitas Akademika Uin Antasari Banjarmasin

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
B1	.817 ^a	.668	.658	1.25628	1.742
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Promosi					
b. Dependent Variable: Minat Beli					

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Berdasarkan hasil model summary di atas diketahui bahwa nilai R Square adalah 0,668, untuk mengetahui berapa persen pengaruhnya bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KP \text{ (Koefisien Determinasi)} = R^2 \times 100\% = (0,668)^2 \times 100\% = 44,62\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan menyumbang 44,62% dari Minat beli jasa transportasi ojek online maxim di kalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin dan sebanyak 55,38% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

7. Uji Hipotesis

Hasil uji regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

- 1) Uji F (Uji Simultan)

Tabel. 4.11 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	304.129	3	101.710	64.445	.000 ^b
	Residual	151.511	96	1.578		
	Total	456.640	99			
a. Dependent Variable: Minat Beli						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Promosi						

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Untuk pengambilan keputusan uji F maka cara pengambilan keputusannya sebagai berikut:

$$F \text{ tabel} = F (k ; n-k) = F (3 ; 100 - 3)$$

$$= F (3 ; 97) = 2,698$$

Dengan hasil tersebut di dapat bahwa F tabel adalah 2,698, untuk penghitungan uji F sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji F di atas diketahui bahwa nilai sig 0,000 < 0,05 dan F hitung 64.445 > F tabel 2,698. Hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak artinya terjadi pengaruh secara simultan di antara ketiga variabel yang ada baik variabel harga, promosi maupun kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli jasa transportasi ojek online maxim di kalangan Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

2) Uji T (Uji Parsial)

Tabel. 4.12 hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.222	2.340		-3.513	.001
	Harga	-.125	.133	-.071	-.941	.349

Promosi	.634	.101	.565	6.254	.000
Kualitas Layanan	.264	.066	.355	3.991	.000
a. Dependent Variable: Minat Beli					

Sumber : Data diolah (Hasil Penelitian Tahun 2024)

Untuk pengambilan keputusan uji T maka cara pengambilan keputusannya sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2; n-k-1) = t (0,5/2; 100-3-1)$$

$$= t (0,025; 96) = 1,985$$

Dengan hasil tersebut di dapat bahwa t tabel adalah 1,985, untuk penghitungan uji T sebagai berikut:

a) Hipotesis Pertama (H1)

Nilai Sig untuk pengaruh variabel harga terhadap minat beli ditemukan sebesar 0,349 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung -0,941 kurang dari t tabel 1,985, sehingga H1 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh variabel harga terhadap minat beli jasa transportasi ojek online maxim di kalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin.

b) Hipotesis Kedua (H2)

Dengan nilai Sig variabel promosi terhadap minat beli adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung 3.991 lebih besar dari t tabel 1,985, dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel promosi terhadap minat beli jasa transportasi ojek online maxim di kalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin.

c) Hipotesis Ketiga (H3)

Nilai Sig variabel kualitas layanan terhadap minat beli adalah 0,00–0,05, dan nilai t hitung 6.254 lebih besar dari t tabel 1,985, sehingga H3 diterima jasa transportasi ojek online maxim di kalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin.

B. Analisis Data

Berdasarkan pembahasan dan analisis data diatas, bahwa hasil dari penelitian ini dapat penulis jabarkan sebagai berikut:

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka berdasarkan analisis sebelumnya, dan berdasarkan hasil uji yang dibantu dengan menggunakan aplikasi *spss* bahwa peneliti menemukan nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari nilai alfa, yang dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan di antara ketiga variabel yang ada baik variabel harga, promosi maupun kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli jasa transportasi ojek online maxim di kalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin

2. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Pengujian T digunakan untuk menguji antar variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Maka jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ (maka H_1 ditolak dan H_0 diterima). Artinya masing masing variabel X_1 ,

X2, dan X3 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (maka H1 diterima dan H0 ditolak). Artinya masing – masing variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh signifikan terhadap Y. Maka berdasarkan analisis sebelumnya, dapat ditarik hasil penelitian sebagai berikut:

- 1). Variabel Harga, tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli jasa transportasi dialangan Civitas Akademika Uin Antasari Banjarmasin
- 2). Variabel Promosi, berpengaruh secara parsial terhadap minat beli jasa transportasi dialangan Civitas Akademika Uin Antasari Banjarmasin
- 3). Variabel Kualitas Pelayanan, berpengaruh secara parsial terhadap minat beli jasa transportasi dialangan Civitas Akademika Uin Antasari Banjarmasin