

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Profil Perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikana oleh CS SiBakul Jogja terhadap kepuasan mitra yakni UMKM kategori *Craft* di Kota Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini ialah UMKM *Craft* yang sudah tergabung dengan program SiBakul Jogja dan dipastikan sudah menggunakan layanan CS SiBakul yaitu sebanyak 181 mitra. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 responden, yang dihitung menggunakan rumus slovin.



Gambar 4. 1 Logo SiBakul Jogja

Sumber: <https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/>

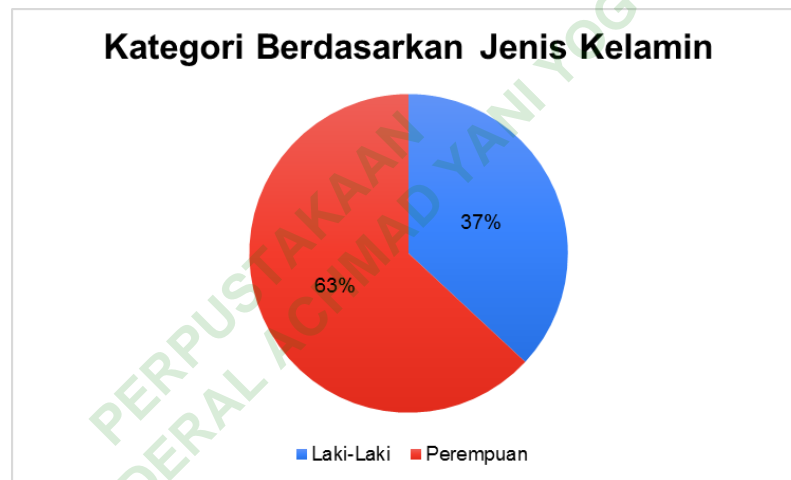
SiBakul Jogja yaitu suatu bentuk model dari digitalisasi Pembinaan Sirkular DISKOP UKM DIY bagi para pelaku UMKM dan Koperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada transformasi digital ini memiliki berbagai kegiatan seperti pendataan dan klastering, penumbuhan koperasi dan ukm, pelatihan, pembinaan, fasilitasi, konsultasi dan pendampingan UKM.

4.1.2 Karakteristik Responden

Data primer yang telah dikumpulkan peneliti kemudian dianalisis. Analisis karakteristik pada responden meliputi jenis kelamin, usia pemilik, lama usaha, alamat usaha dan tahun bergabung.

1. Jenis Kelamin

Hasil dari karakteristik responden mitra SiBakul Jogja berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam gambar dibawah ini :



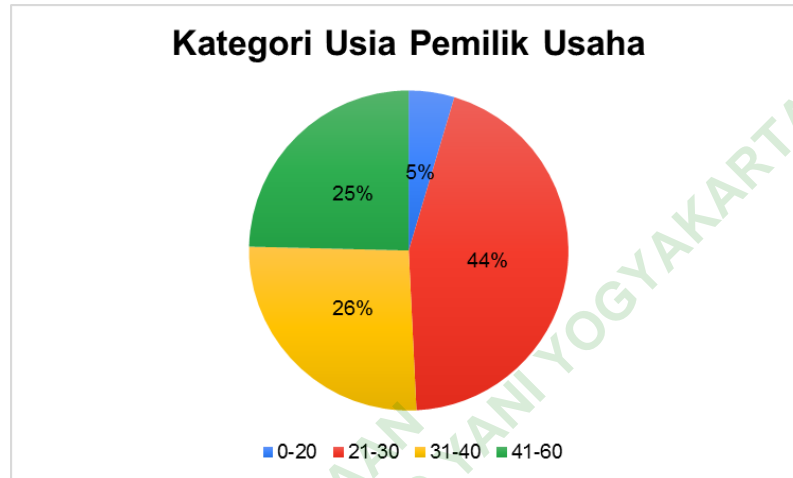
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan gambar 4.2, diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 63% dari 65 responden. Diketahui jumlah responden perempuan terdapat sebanyak 41 pelaku UMKM. Dan responden laki-laki sebanyak 37% atau sebanyak 24 pelaku UMKM.

2. Usia Pemilik UMKM

Hasil karakteristik responden mitra SiBakul Jogja berdasarkan usia pemilik usaha bisa dilihat dalam gambar dibawah ini :



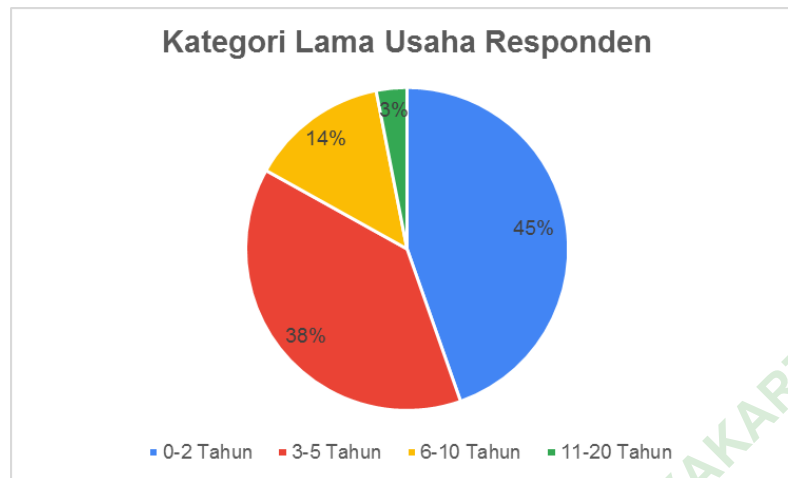
Gambar 4. 3 Usia Pemilik Usaha

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dengan melihat gambar di atas, struktur usia responden diketahui sebagian besar pelaku UMKM memiliki usia antara 21-30 tahun dengan jumlah 29 pelaku UMKM atau 44%. Sedangkan secara berurutan adalah responden dengan usia 0-20 tahun dengan jumlah 3 pelaku UMKM atau 5%, responden dengan usia 31-40 tahun dengan jumlah 17 pelaku UMKM atau 26%, dan responden dengan usia 41-60 tahun dengan jumlah 16 pelaku UMKM atau 25%.

3. Lama Usaha

Hasil karakteristik responden mitra SiBakul Jogja berdasarkan lama usaha bisa dilihat dalam gambar dibawah ini :



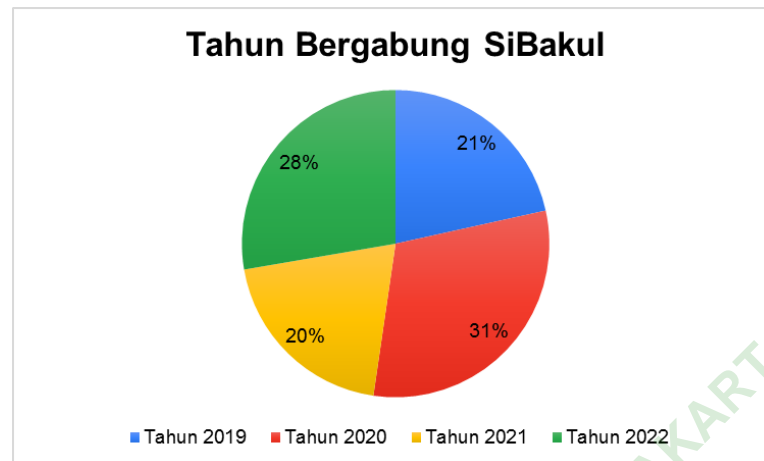
Gambar 4. 4 Lama Usaha Mitra

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dengan melihat gambar diatas diketahui sebagian besar lama usaha responden atau pelaku UMKM yaitu berumur antara 0-2 tahun sebanyak 29 orang atau 45%. Sedangkan secara berturut-turut adalah responden dengan lama usaha 3-5 tahun sebanyak 25 UMKM atau 38%, responden dengan lama usaha 6-10 tahun sebesar 9 orang atau 14%, dan responden dengan lama usaha 11-20 tahun yaitu 2 responden atau 3%.

4. Tahun Bergabung SiBakul

Hasil karakteristik responden mitra SiBakul Jogja berdasarkan tahun bergabung bisa dilihat dalam gambar dibawah ini :



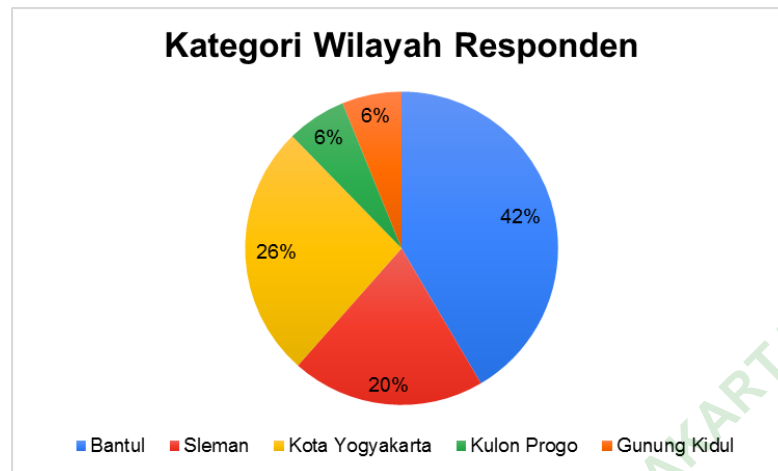
Gambar 4. 5 Tahun Bergabung SiBakul Jogja

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dengan melihat gambar diatas diketahui tahun bergabung responden sebagian besar bergabung pada tahun 2020 yaitu sebanyak 20 pelaku UMKM atau 31%. Sedangkan secara berturut-turut adalah responden bergabung pada tahun 2019 sebanyak 21% atau 14 pelaku UMKM. Pada tahun 2021 sebanyak 20% atau 13 mitra dan pada tahun 2022 sebanyak 28% atau 18 pelaku UMKM.

5. Alamat Usaha (Kabupaten)

Hasil karakteristik responden mitra SiBakul Jogja berdasarkan wilayah usaha bisa dilihat dalam gambar dibawah ini :



Gambar 4. 6 Wilayah Usaha UMKM

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dengan melihat gambar diatas diketahui sebagian besat responden berada di kabupaten Bantul sebanyak 27 pelaku UMKM atau 42%. Sedangkan secara berturut-turut responden di kabupaten Sleman sebanyak 20% atau 13 pelaku UMKM. Pada daerah Kota Yogyakarta sebanyak 26% atau 17 pelaku UMKM, di kabupaten Kulonprogo dan Gunung Kidul masing-masing sebanyak 6% atau 4 pelaku UMKM.

4.2 Pengujian Hipotesis

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Untuk mengkategorikan dan mengklasifikasikan kecenderungan tanggapan responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Lebar Skala = $5 - 1/5 = 0,8$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Skala Penilaian

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat tinggi

Sumber: Husein Umar (2011 : 130)

Berikut adalah hasil uji statistik deskriptif menggunakan SPSS versi 24 kepada seluruh variabel, yaitu:

1. Uji Statistik Deskriptif Variabel X

Tabel 4. 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X

No.	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1.	Kantor CS SiBakul Jogja memiliki ruang tunggu yang nyaman	4.35	Sangat Tinggi
2.	Kantor CS SiBakul Jogjja memiliki kemudahan tempat / lokasi untuk saya cari	4.09	Tinggi
3.	CS SiBakul Jogja mampu menjawab pertanyaan saya dengan tepat	4.23	Sangat Tinggi
4.	CS SiBakul Jogja dapat di andalkan untuk penyelesaian masalah	4.09	Tinggi
5.	CS SiBakul Jogja menanggapi keluhan saya dengan cepat dan tepat	4.28	Sangat Tinggi

6.	CS SiBakul Jogja dapat bekerjasama dengan baik dalam membantu pengembangan usaha saya	4.31	Sangat Tinggi
7.	Saya percaya CS SiBakul Jogja memberikan informasi yang akurat	4.22	Sangat Tinggi
8.	CS SiBakul Jogja perhatian dengan kondisi usaha saya	4.18	Tinggi
9.	CS SiBakul Jogja menggunakan bahasa yang komunikatif dan mudah saya mengerti	4.31	Sangat Tinggi
10.	CS SiBakul Jogja berusaha mengerti keinginan dan kebutuhan saya	4.22	Sangat Tinggi
Total		4.23	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui mean atau nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan kuesioner variabel X adalah 4.23 nilai tersebut berada di interval 4,21 - 5,00 masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Dengan nilai tertinggi sebesar 4.31 pada pertanyaan “CS SiBakul Jogja dapat bekerjasama dengan baik dalam membantu pengembangan usaha saya”. Sedangkan nilai terendah ada pada pertanyaan “Kantor CS SiBakul Jogja memiliki kemudahan tempat / lokasi untuk saya cari” dan “CS SiBakul Jogja dapat di andalkan untuk penyelesaian masalah” dengan mean atau nilai rata-rata 4.09 nilai ini berada pada interval 3,41 – 4,20 dengan kategori tinggi. Sehingga diketahui bahwa sebagian mitra merasa sulit menemukan lokasi Diskop UKM DIY, namun sebagian besar sudah

familiar dengan lokasi.

2. Uji Statistik Deskriptif Variabel Y

Tabel 4. 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y

No.	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1.	Saya merasa mendapatkan manfaat dan pelayanan sesuai harapan dengan kinerja pelayanan CS SiBakul Jogja	4.35	Sangat Tinggi
2.	Saya merasa puas terhadap pelayanan CS Sibakul Jogja	4.15	Tinggi
3.	Pelayanan CS SiBakul Jogja memudahkan saya dalam bertransaksi	4.20	Tinggi
4.	Saya bersedia merekomendasikan Program SiBakul Jogja kepada UMKM lain	4.29	Sangat Tinggi
5.	Saya mengajak saudara yang memiliki usaha untuk bergabung pada program SiBakul Jogja	4.25	Sangat Tinggi
6.	Saya bersedia membantu menginformasikan Program SiBakul Jogja melalui media komunikasi	4.32	Sangat Tinggi
Total		4.26	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa mean atau nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan kuesioner variabel Y adalah 4.26 dimana nilai tersebut masuk dalam interval 4,21 - 5,00 berkategori sangat tinggi. Nilai

tertinggi sebesar 4.32 pada pertanyaan “Saya bersedia membantu menginformasikan Program SiBakul Jogja melalui media komunikasi”. Sedangkan nilai terendah ada pada pertanyaan “Saya merasa puas terhadap pelayanan CS Sibakul Jogja” dengan mean sebesar 4.15 berkategori tinggi. Sehingga diketahui bahwa sebagian mitra merasa mendapatkan manfaat dan pelayanan sesuai harapan dengan kinerja CS SiBakul Jogja dan sebagian mitra belum merasa sesuai dengan harapan.

4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan program software SPSS untuk membandingkan nilai rtabel dengan rhitung (rx-y) dengan nilai signifikansi 5%. Nilai rtabel dengan jumlah 65 responden diperoleh nilai sebesar 0.2404. Nilai sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai rhitung $>$ rtabel. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Item	R hitung	R table	Hasil
	X1	0,680	0,2404	Valid
	X2	0,619	0,2404	Valid
	X3	0,695	0,2404	Valid
	X4	0,628	0,2404	Valid
	X5	0,729	0,2404	Valid
	X6	0,650	0,2404	Valid
	X7	0,640	0,2404	Valid

Kualitas Pelayanan (X)	X8	0,668	0,2404	Valid
	X9	0,750	0,2404	Valid
	X10	0,673	0,2404	Valid
	X11	0,723	0,2404	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa, apabila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.2404$), maka dapat di simpulkan bahwa butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil dari uji validitas tersebut ternyata memiliki koefisien korelasi dari semua butir instrumen pernyataan variabel X lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka penelitian ini dapat dinyatakan valid. Sehingga pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Item	R hitung	R table	Hasil
Kepuasan Mitra (Y)	Y1	0,700	0,2404	Valid
	Y2	0,664	0,2404	Valid
	Y3	0,753	0,2404	Valid
	Y4	0,608	0,2404	Valid
	Y5	0,478	0,2404	Valid
	Y6	0,611	0,2404	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa, apabila nilai koefisien korelasi

sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.2404$), maka dapat disimpulkan butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil dari uji validitas tersebut ternyata memiliki koefisien korelasi semua butir instrumen pernyataan variabel Y lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka penelitian ini dapat dinyatakan valid. Sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur sebuah konsep. Uji reliabilitas merupakan syarat dari tercapainya validitas pada kuesioner dengan tujuan tertentu. Teknik yang di gunakan dalam mengukur reliabilitas adalah Teknik *Alpha Cronbach*. Apabila nilai dari Cronbach's Alpha $>$ dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan reliabel. Namun, jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2005).

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Hasil
X	11	0,666	0,60	Reliabel
Y	6	0,666	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan ringkasan hasil dari uji reliabilitas seperti yang ada dalam

tabel 4.6, diketahui bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reliabel serta dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

4.2.4 Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. 7
hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,127	2,051		5,426	,000
	X	,311	,044	,666	7,092	,000

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,127 + 0,311X$$

Diketahui bahwa a sebesar 11,127 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kualitas pelayanan (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu variabel kepuasan mitra (X). Nilai koefisien regresi X(b) sebesar 0,311 menunjukkan bahwa variabel kepuasan mitra mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mitra. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Y maka akan menambah kepuasan mitra sebesar 0,311.

4.2.5 Uji t

Kriteria yang digunakan dalam pengujian parsial (t) menurut Ghozali (2013:98) adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai pada signifikan $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak, yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mitra.
2. Jika nilai dari signifikan $t < 0,05$ maka hipotesis diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mitra.
3. Jika nilai dari t hitung $> t$ tabel maka diketahui bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y (t tabel $N 65 = 1,99714$).

Tabel 4. 8
Hasil Uji Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,127	2,051		5,426	,000
	X	,311	,044	,666	7,092	,000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data primer diolah, 2022

Nilai signifikansi pada variabel X sebesar $0,000 < 0,05$ dan di ketahui nilai t hitung sebesar $7,092 > 1,99714$ (t tabel), yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan mitra.

4.2.6 Uji Koefisien Determinansi

Tabel 4. 9
Hasil Uji Koefisien Determinansi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,666 ^a	,444	,435	1,971
a. Predictors: (Constant), X				

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R sebesar 0,666 yang berarti X berpengaruh sebesar 66,6% terhadap Y, pada hal ini dapat disimpulkan hubungan antar kedua variabel dikategorikan kuat. Dan *R Square* (R^2) sebesar 0,444 atau sebesar 44,4%. Selanjutnya, pada *Adjusted R Square* diperoleh nilai sebesar 0,435 artinya bahwa model regresi penelitian ini sudah baik karena tidak bernilai negative atau memiliki nilai positif. Sehingga diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mitra.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini mengusung judul Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Sibakul Jogja Terhadap Kepuasan Mitra (UMKM Craft Daerah Istimewa Yogyakarta) memiliki variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan mitra (Y). Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan CS SiBakul Jogja terhadap kepuasan mitra atau UMKM. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kepada 65 responden yang sudah sesuai kriteria yang ditentukan.

4.3.1 Tugas pokok *customer service* yaitu :

1. Membantu mitra SiBakul Jogja dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.
2. Membantu mitra SiBakul Jogja menangani keluhan dan pengaduan kepada instansi, *customer service* harus membantu menyelesaikan pengaduan yang di sampaikan oleh mitra.
3. Memperkenalkan kepada mitra SiBakul Jogja mengenai produk dan jasa apa saja yang dimiliki instansi.
4. Menjelaskan mengenai fitur dan layanan perusahaan yang sekiranya dibutuhkan oleh mitra SiBakul Jogja dalam memenuhi kebutuhan.
5. Mempertahankan mitra SiBakul Jogja agar tetap bersama dengan instansi serta mencari mitra baru.
6. Membantu mitra SiBakul Jogja untuk mencarikan logistik dan kurir ketika ada pesanan dari konsumen.

4.3.2 Tujuh Layanan SiBakul Jogja yaitu:

1. Anggota SiBakul akan mendapatkan prioritas dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY.
2. Anggota SiBakul akan mendapatkan akses bergabung dalam pameran-pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah ataupun swasta melalui Dinas Koperasi dan UKM DIY.
3. Anggota SiBakul dapat tergabung dalam MarketHub, dimana anggota

Sibakul dapat memiliki akses berjualan online di marketplace ini dengan fasilitas free ongkir.

4. Anggota SiBakul dapat memiliki self-assesment atas bisnisnya dengan menginput parameter yang ada di aplikasi.
5. Anggota SiBakul akan mendapatkan layanan konsultasi mengenai pengembangan bisnis dan fasilitas pendaftaran SiBakul, pendaftaran OSS, serta pendaftaran skema lainnya.
6. Anggota SiBakul mendapatkan ruang dalam segi pemasaran dan akses terhadap skema PBJ pemerintah daerah melalui pembelian secara langsung.
7. Anggota SiBakul mendapatkan kartu keanggotaan yang dapat digunakan untuk transaksi non-tunai.

Sumber : www.sibakuljogja.jogjaprovo.go.id

Kualitas yaitu suatu kondisi yang dapat dikatakan dinamis dimana berhubungan langsung dengan suatu produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga pada prinsipnya yaitu kualitas layanan dibentuk atas adanya faktor utama persepsi dari masyarakat dengan layanan yang mereka dapatkan dengan layanan sesungguhnya sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan, maka layanan tersebut dapat dikatakan bermutu. Sedangkan layanan yang tidak seperti yang diinginkan dan diharapkan ialah layanan yang dapat di katakan tidak bermutu (Sulastri, 2017).

Secara umum kepuasan mitra adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Menurut Naslia A (2019) kepuasan yaitu tanggapan konsumen atas terpenuhinya kebutuhan yang memiliki arti bahwa penilaian konsumen atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang didapatkan dengan pemenuhan suatu kebutuhan konsumen, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai dengan harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan konsumen.

Customer adalah orang yang mempercayakan keinginan dan kebutuhannya kepada instansi untuk mencari solusi atau memecahkan suatu masalah, suatu keinginan untuk memperoleh pelayanan yang berkomitmen, cepat, bersifat pribadi, serta berkualitas (Hasibuan, 2005:161). Adapun *customer service* yaitu suatu kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan konsumen melalui sebuah pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. *Customer service* memegang peranan yang cukup penting, selain memberikan pelayanan *customer service* juga sebagai pencipta hubungan dengan masyarakat atau *public relation* (Harun, 2016).

Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh CS SiBakul Jogja terhadap kepuasan mitra atau UMKM. Peneliti fokus kepada UMKM *Craft* di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah pernah menggunakan layanan CS saja. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli tahun 2022, dengan metode penelitian kuantitatif deskriptif.

Mayoritas responden dalam penelitian ini berada di kabupaten Bantul yaitu

sebanyak 27 UMKM atau sebanyak 42%. Sedangkan responden di kabupaten Sleman sebanyak 20% atau 13 UMKM. Pada daerah Kota Yogyakarta sebanyak 26% atau 17 UMKM, di kabupaten Kulonprogo dan Gunung Kidul masing-masing sebanyak 6% atau 4 UMKM.

Peneliti melakukan analisis menggunakan SPSS versi 24 pada uji regresi linier sederhana, uji parsial (t), dan uji koefisien determinansi. Hasil uji parsial (t) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mitra. Sedangkan nilai hasil uji regresi linier sederhana yang bersifat positif dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mitra. Hasil uji koefisien determinansi menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,666 atau 66,6% yang artinya hubungan antar kedua variabel dapat dikategorikan kuat, dimana nilai $R^2 \leq 1$. Semakin nilai R^2 mendekati 1 maka diketahui bahwa pengaruh dikategorikan kuat. Dengan nilai R^2 yang berada diatas 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa nilai X berpengaruh kuat terhadap Y. Dan sebaliknya, jika nilai berada jauh dari 1 atau mendekati nol maka nilai X berpengaruh tetapi tidak begitu kuat.

Dari hasil uji yang sudah dipaparkan maka kesimpulannya yaitu kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* (CS) SiBakul Jogja berpengaruh terhadap kepuasan mitra. Maka dinyatakan bahwa kualitas pelayanan *customer service* SiBakul Jogja berpengaruh terhadap kepuasan mitra.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Leander Hadisaputro, E. (2019) dengan judul “Analisis Terhadap Kepuasan Mitra GO-JEK

Driver Kota Balikpapan Menggunakan Framework PIECES”. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner kepada 85 responden. Selanjutnya data responden diuji secara linier, dengan hasil analisis linier berganda tertera dalam tabel 1, dan uji T, serta uji F.

Berdasarkan hasil dari perhitungan data dan analisa terhadap tingkat kepuasan mitra Go-Jek driver (Go-Ride) disimpulkan bahwa tingkat kepuasan mitra Go-Jek (Go-Ride) dikota Balikpapan memiliki nilai rata-rata 3,82 yang berarti tingkat kepuasan driver tergolong dalam kategori puas.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ichsan R. N (2021) dengan judul penelitian “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Jasa Raharja Medan”. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode analisis regresi sederhana. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 7 responden nasabah Jasa Raharja.

Berdasarkan hasil dari nilai R^2 sebesar 0.542, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis dengan uji t diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($9.295 > 1.966$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan signifikansi $<$ 0,05 H_o ditolak apabila signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_o ditolak, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil uji linear sederhana $Y = 6.775 + 0,681X$, disimpulkan bahwa kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen.