

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gojek Indonesia atau yang memiliki nama lain PT Aplikasi Karya Anak Bangsa satu ini merupakan layanan pemesanan ojek melalui aplikasi. Aplikasi ini dapat di unduh di Apple Store maupun Play Store dan merupakan karya putra bangsa bernama, Nadiem Makarim. Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Gojek bermitra dengan para pengendara ojek, Gojek menjadi solusi utama dalam mengirimkan barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian ditengah kemacetan. Gojek adalah Aplikasi karya anak Bangsa satu ini merupakan layanan pemesanan ojek melalui aplikasi mobile.

Berdasarkan pengalamannya setiap hari menggunakan transportasi ojek, Nadiem Makarim mengambil kesimpulan bahwa mayoritas waktu yang dihabiskan oleh tukang ojek yang alih-alih menjemput penumpang, namun hanya menunggu penumpang di pangkalan. Padahal tukang ojek mungkin bisa mendapatkan pemasukan yang lebih banyak apabila mendapatkan banyak penumpang. Selain itu profesi tukang ojek pada saat itu jarang dan sangat sulit ditemukan.

Ide Gojek muncul saat Nadiem Makarim, bercengkrama dengan tukang ojek langganannya. Ternyata lebih dari 70 % waktu kerjanya hanya untuk menunggu pelanggan. Nadiem makarim pun langsung wawancara tukang ojek lainnya, ternyata semuanya mengeluh susah cari pelanggan, apalagi di Jakarta atau kota-kota lainnya kemacetan makin memburuk. Jika ada layanan tranportasi dan delivery yang cepat dan praktis, pasti akan sangat membantu masyarakat Indonesia. Gojek merupakan sebuah perusahaan transportasi asli Indonesia yang melayani angkutan manusia dan barang melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta. (<https://www.gojek.com/id-id/>)

Dengan adanya layanan Gojek ini untuk membantu para ojek pengkolan yang bisa menggunakan waktu dengan seefektif mungkin dalam menjalankan profesi sebagai driver ojek yang tidak terlalu susah mencari pelanggan, dan juga

memudahkan masyarakat dalam menempuh perjalanan, dengan berbagai kemacetan di kota-kota besar.

Tiga Pilar Gojek:

- 1) Kecepatan Melayani dengan cepat, dan terus belajar berkembang dari pengalaman
- 2) Inovasi Terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup anda
- 3) Dampak sosial Memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia (<https://www.gojek.com/id-id/>)

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

a) Jenis kelamin

Tabel 4.1
Jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Perempuan	5	1,5
2.	Laki-laki	83	95,8
	Total	88	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat terlihat jelas mayoritas responden dalam penelitian ini mayoritas yaitu laki-laki berjumlah 83 orang atau 95,8%, dan sisanya berjenis perempuan berjumlah 5 orang atau 1,5%.

b) Usia

Tabel 4.2
Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	18-25 Tahun	15	2.9
2.	26-30 Tahun	25	15.8
3.	31-45 Tahun	48	79.7
4.	Lainnya	1	1.6
	Total	88	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat terlihat jelas mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia 31-45 tahun sebanyak 48 orang atau 79.7%, sisanya berusia 26-30 tahun sebanyak 25 orang atau 15.8%, usia 18-25 tahun sebanyak 15 orang atau 2,9%, Lainnya 1 orang atau 1.6%.

4.2.2 Pernyataan Variabel X

Tabel 4.3

Mitra merasa diuntungkan adanya program CSR “Swadaya” yang diadakan PT.Gojek Indonesia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	9	10,2	10,2	10,2
Tidak Setuju	9	10,2	10,2	20,5
Ragu-Ragu	4	4,5	4,5	25,0
Setuju	19	21,6	21,6	46,6
Sangat Setuju	47	53,4	53,4	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 19 orang atau 21,6% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 47 orang atau 53,4 % menyatakan sangat setuju, 9 atau 10,2% menjawab sangat tidak setuju, 9 orang atau 10,2% menjawab tidak setuju, 4 orang atau 4,5 menjawab ragu-ragu bahwa mitra merasa diuntungkan adanya program “Swadaya” yang diadakan PT.Gojek Indonesia

Tabel 4.4

Adanya program CSR “Swadaya” mitra merasa lebih diperhatikan oleh PT.Gojek Indonesia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	18	20,5	20,5
	Setuju	44	50,0	70,5
	Sangat Setuju	26	29,5	100,0
	Total	88	100,0	100,0

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 26 orang atau 29,5% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 44 orang atau 50,0 % menyatakan sangat setuju dan 18 orang atau 20,5% menjawab tidak setuju bahwa adanya program CSR “Swadaya” mitra merasa lebih diperhatikan oleh PT.Gojek Indonesia.

Tabel 4.5

Mitra senang ketika diberikan voucher perawatan kendaraan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	10,2	10,2
	Ragu-Ragu	28	31,8	42,0
	Setuju	4	4,5	46,6
	Sangat Setuju	47	53,4	100,0
	Total	88	100,0	100,0

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 4 orang atau 4,5% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 47 orang atau 53,4 % menyatakan sangat setuju dan 28

orang atau 31,8% menjawab ragu-ragu 9 orang atau 10,2% menjawab tidak setuju bahwa Mitra senang ketika diberikan voucher perawatan kendaraan.

Tabel 4.6

Mitra merasa untung diberikan jaminan kesehatan oleh PT.Gojek

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu	19	21,6	21,6	21,6
Valid Setuju	40	45,5	45,5	67,0
Valid Sangat Setuju	29	33,0	33,0	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 29 orang atau 33,0% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 40 orang atau 45,5 % menyatakan setuju dan 19 orang atau 21,6% menjawab ragu-ragu bahwa Mitra merasa untung diberikan jaminan kesehatan oleh PT.Gojek .

Tabel 4.7

Dengan adanya program CSR “Swadaya” customer dan mitra merasa lebih dekat komunikasinya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	10	11,4	11,4	11,4
Valid Ragu-Ragu	9	10,2	10,2	21,6
Valid Setuju	30	34,1	34,1	55,7
Valid Sangat Setuju	39	44,3	44,3	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 10 orang atau 11,4% memilih sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 39 orang atau 44,3% menyatakan sangat setuju dan 10 orang atau 11,4% menjawab sangat tidak setuju dan 9 orang atau 10,2% menjawab

ragu-ragu bahwa Mitra dengan adanya program CSR “Swadaya” customer dan mitra merasa lebih dekat komunikasinya.

Tabel 4.8

Program CSR “Swadaya” melakukan kampanye kepada Mitra

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	11,4	11,4
	Ragu-Ragu	10	11,4	22,7
	Setuju	40	45,5	68,2
	Sangat Setuju	28	31,8	100,0
	Total	88	100,0	100,0

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 28 orang atau 31,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 40 orang atau 45,5% menyatakan sangat setuju dan 10 orang atau 11,4% menjawab ragu-ragu, 10 orang atau 11,4% menjawab tidak setuju bahwa Program CSR “Swadaya” melakukan kampanye kepada mitra.

Tabel 4.9

Gojek selalu memberikan informasi dengan menggunakan media sosial

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	10	11,4	11,4
	Setuju	41	46,6	58,0
	Sangat Setuju	37	42,0	100,0
	Total	88	100,0	100,0

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 37 orang atau 42,0% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 41 orang atau 46,6% menyatakan sangat setujudan 10

orang atau 11,4% menjab ragu-ragu bahwa gojek selalu memberikan informasi dengan menggunakan media sosial.

Tabel 4.10

Mitra diberikan pelayan uji emisi kendaraan dari PT.Gojek

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu	10	11,4	11,4	11,4
Valid Setuju	49	55,7	55,7	67,0
Valid Sangat Setuju	29	33,0	33,0	100,0
Valid Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 29 orang atau 33,0% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 49 orang atau 55,7% menyatakan setujdan 10 orang atau 11,4% menjawab ragu-ragu bahwa Mitra diberikan pelayanan uji emisi kendaraan dari PT.Gojek.

Tabel 4.11

Mitra diberikan pelayanan pengecekan kendaraan secara berkala

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu	27	30,7	30,7	30,7
Valid Setuju	32	36,4	36,4	67,0
Valid Sangat Setuju	29	33,0	33,0	100,0
Valid Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 29 orang atau 33,0% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 32 orang atau 36,4% menyatakan setuju dan 27 orang

atau 30,4% menjawab ragu-ragu bahwa mitra diberikan pelayanan pengecekan kendaraan secara berkala.

Tabel 4.12

Mitra atau masyarakat tidak rugi jika program CSR “Swadaya” dari PT.Gojek Indonesia sedang berjalan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	25	28,4	28,4	28,4
Sangat Setuju	63	71,6	71,6	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 25 orang atau 28,4% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 63 orang atau 71,6% menyatakan sangat setuju bahwa Mitra atau masyarakat tidak rugi jika program CSR “Swadaya” dari PT.Gojek Indonesia sedang berjalan.

Tabel 4.13

Program CSR “Swadaya” dari PT.Gojek Indonesia dapat merugikan mitra

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	55	62,5	62,5	62,5
Sangat Setuju	33	37,5	37,5	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 33 orang atau 37,5% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 55 orang atau 62,5 % menyatakan setuju bahwa Program CSR “Swadaya” dari PT.Gojek Indonesia dapat merugikan mitra.

Tabel 4.14

Mitra selalu diberikan cairan disinfektan untuk kendaraan dari PT.Gojek

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	10	11,4	11,4	11,4
Ragu-Ragu	10	11,4	11,4	22,7
Valid Setuju	40	45,5	45,5	68,2
Sangat Setuju	28	31,8	31,8	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 28 orang atau 31,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 40 orang atau 45,5 % menyatakan setuju dan 10 orang atau 11,4% menjawab ragu-ragu dan 10 orang atau 11,4% menjawab tidak setuju bahwa Mitra selalu diberikan cairan disinfektan untuk kendaraan dari PT.Gojek.

4.2.3 Pernyataan Variabel Y

Tabel 4.15

Saya saat bekerja menaati peraturan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	44	50,0	50,0	50,0
Valid Sangat Setuju	44	50,0	50,0	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 44 orang atau 50,0% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas

mitra PT.Gojek sebanyak 44 orang atau 50,0 % menjawab setuju bahwa saat bekerja menaati peraturan.

Tabel 4.16

Sebelum melakukan pekerjaan lebih dahulu melakukan briefing agar terjadinya kelancaran dalam bekerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	35	39,8	39,8	39,8
Valid Sangat Setuju	53	60,2	60,2	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 35 orang atau 39,8% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 53 orang atau 60,2% menjawab sangat setuju sebelum melakukan pekerjaan lebih dahulu melakukan briefing agar terjadinya kelancaran dalam pekerjaan.

Tabel 4.17

Saya selalu lancar dalam melaksanakan pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	57	64,8	64,8	64,8
Valid Sangat Setuju	31	35,2	35,2	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 31 orang atau 35,2% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 57 orang atau 64,8% menjawab setuju bahwa selalu lancar dalam melaksanakan tugas.

Tabel 4.18

Saya tidak merasa rugi jika saya bekerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	46	52,3	52,3	52,3
Sangat Setuju	42	47,7	47,7	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 42 orang atau 47,6% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 46 orang atau 52,3% menjawab setuju bahwa tidak merasa rugi jika saya bekerja

Tabel 4.19

Saya sanggup untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh perusahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	58	65,9	65,9	65,9
Sangat Setuju	30	34,1	34,1	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 30 orang atau 34,1% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 58 orang atau 65,9% menjawab setuju bahwa sanggup untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh perusahaan.

Tabel 4.20

Ketika saya salah saya siap menerima risiko yang ada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	50	56,8	56,8	56,8
Valid Sangat Setuju	38	43,2	43,2	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 38 orang atau 43,2% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 50 orang atau 56,8% menjawab setuju bahwa ketika saya salah saya siap menerima risiko yang ada.

Tabel 4.21

Saya selalu berani dan bertanggung jawab untuk perusahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	31	35,2	35,2	35,2
Valid Sangat Setuju	57	64,8	64,8	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 31 orang atau 35,2% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 57 orang atau 64,8% menjawab sangat setuju bahwa selalu berani dan bertanggung jawab untuk perusahaan.

Tabel 4.22

Saya siap bekerjasama dengan customer service

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	43	48,9	48,9	48,9
Valid Sangat Setuju	45	51,1	51,1	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 43 orang atau 48,9% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 45 orang atau 51,1% menjawab sangat setuju bahwa siap bekerjasama dengan customer service.

Tabel 4.23

Saya siap bekerjasama dengan team operasional

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	38	43,2	43,2	43,2
Valid Sangat Setuju	50	56,8	56,8	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 38 orang atau 43,2% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 50 orang atau 56,8% menjawab sangat setuju bahwa siap bekerjasama dengan team operasional.

Tabel 4.24

Saya siap bekerjasama dengan customer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	40	45,5	45,5	45,5
Valid Sangat Setuju	48	54,5	54,5	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 40 orang atau 45,5% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 48 orang atau 54,5% menjawab sangat setuju bahwa siap bekerjasama dengan customer.

Tabel 4.25

Saya merupakan bagian dari keluarga besar PT.Gojek

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	47	53,4	53,4	53,4
Valid Sangat Setuju	41	46,6	46,6	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 41 orang atau 46,6% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 47 orang atau 53,4% menjawab setuju bahwa merupakan bagian dari keluarga besar PT.Gojek

Tabel 4.26

Saya siap membantu rekan mitra dari PT.Gojek

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	Setuju	40	45,5	45,5	45,5
Valid	Sangat Setuju	48	54,5	54,5	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 40 orang atau 45,5% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 48 orang atau 54,5% menjawab sangat setuju bahwa siap membantu rekan mitra dari PT.Gojek.

Tabel 4.27

Saya bangga menjadi bagian dari mitra PT.Gojek

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Setuju	45	51,1	51,1
Valid	Sangat Setuju	43	48,9	100,0
	Total	88	100,0	100,0

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 43 orang atau 48,9% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 45 orang atau 51,1% menjawab setuju bahwa bangga menjadi bagian dari mitra PT.Gojek.

Tabel 4.28

Saya menikmati pekerjaan sebagai mitra PT.Gojek

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Setuju	35	39,8	39,8
Valid	Sangat Setuju	53	60,2	100,0
	Total	88	100,0	100,0

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 35 orang atau 39,8% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 53 orang atau 60,2% menjawab sangat setuju bahwa menikmati pekerjaan sebagai mitra PT.Gojek

Tabel 4.29

Saya senang bertemu dengan orang baru yang menjadi customer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	41	46,6	46,6	46,6
Valid Sangat Setuju	47	53,4	53,4	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 41 orang atau 46,6% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 47 orang atau 53,4 % menjawab sangat setuju bahwa senang bertemu dengan orang baru yang menjadi customer.

Tabel 4.30

Saya suka menjadi mitra PT.Gojek karena jam kerja fleksibel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	37	42,0	42,0	42,0
Valid Sangat Setuju	51	58,0	58,0	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Februari 2023

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 37 orang atau 42,0% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mitra PT.Gojek sebanyak 51 orang atau 58,0% menjawab sangat setuju bahwa saat suka menjadi mitra PT.Gojek karena jam kerja fleksibel.

4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni *Customer Responsibility Corporate*, berdasarkan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.31

Rekapitulasi variabel X (*Customer Responsibility Corporate*)

Pernyataan	Mean
Pernyataan 1	3,98
Pernyataan 2	3,89
Pernyataan 3	4,01
Pernyataan 4	4,11
Pernyataan 5	4,00
Pernyataan 6	3,98
Pernyataan 7	4,31
Pernyataan 8	4,22
Pernyataan 9	4,02
Pernyataan 10	4,72
Pernyataan 11	4,38
Pernyataan 12	3,98
Jumlah	49,51
Rata-rata	4,13

Terlihat dari tabel diatas berdasarkan hasil rekapitulasi pada variabel X maka nilai rata-rata variabel X 4,13 yang artinya cukup kuat dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu pada pernyataan ke 2 sebesar 3,89 dengan isi pernyataan “Adanya program CSR “Swadaya” mitra merasa lebih diperhatikan oleh PT.Gojek Indonesia”, sedangkan nilai tertinggi yaitu pada pernyataan ke 10 sebesar 4,72 dengan isi pernyataan “Mitra atau masyarakat tidak rugi jika program CSR “Swadaya” dari PT.Gojek Indonesia sedang berjalan”

Tabel 4.32

Rekapitulasi variabel Y (*Loyalitas Karyawan*)

Pernyataan	Mean
-------------------	-------------

Pernyataan 1	4,50
Pernyataan 2	4,60
Pernyataan 3	4,35
Pernyataan 4	4,48
Pernyataan 5	4,34
Pernyataan 6	4,43
Pernyataan 7	4,65
Pernyataan 8	4,51
Pernyataan 9	4,57
Pernyataan 10	4,55
Pernyataan 11	4,47
Pernyataan 12	4,55
Pernyataan 13	4,49
Pernyataan 14	4,60
Pernyataan 15	4,53
Pernyataan 16	4,58
Jumlah	72,20
Rata-rata	4,51

Terlihat dari tabel diatas berdasarkan hasil rekapitulasi pada variabel Y maka dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu pada pernyataan ke 5 sebesar 4,34 dengan isi pernyataan “Saya sanggup untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh perusahaan”, sedangkan nilai tertinggi yaitu pada pernyataan ke 7 sebesar 4,72 dengan isi pernyataan “Saya selalu berani dan bertanggung jawab untuk perusahaan”

4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi linear sederhana dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel X (*Customer Responsibility Corporate*) dan variabel Y (Loyalitas Karyawan). Berikut perhitungan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 20 *for windows*

Tabel 4.33

Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	,0620 ^a	,745	-,008	17,587
---	--------------------	------	-------	--------

a. Predictors: (Constant), Customer Responsibility Corporate

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel *independent* (X) dengan satu variabel *dependent* (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel *pengaruh Customer Responsibility Corporate* terhadap *Loyalitas Karyawan* sebesar 0,620 yang artinya variabel konten instagram berpengaruh **Cukup kuat** dengan keputusan penggunaan aplikasi. Hal tersebut dapat diketahui dari:

- a. 0,00 - 0,20 = sangat rendah atau sangat lemah
- b. 0,20 – 0,40 = rendah atau lemah
- c. 0,40 – 0,70 = cukup atau sedang
- d. 0,70 – 0,90 = tinggi atau kuat
- e. 0,90 – 1,00 = sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R square sebesar 0,745. Angka tersebut dapat dikatakan bahwa Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility "Swadaya"* Terhadap *Loyalitas Mitra PT Gojek Indonesia* Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility "Swadaya"* Terhadap *Loyalitas Mitra PT Gojek Indonesia*. 74,5% sementara sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Artinya *Corporate Social Responsibility* cukup berpengaruh pada *Loyalitas Karyawan*.

Tabel 4.34
Coefficients

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,271	17,373		3,034	,003
1 Customer Responsibility Corporate	,151	,263	,062	,572	,569

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Keterangan persamaan regresi :

$$Y = a + bX$$

Diketahui :

Y : Loyalitas Karyawan

X : *Corporate Social Responsibility*

a : angka konstan pada penelitian ini sebesar 5,271

b : angka koefisien pada penelitian ini sebesar 151

berdasarkan keterangan persamaan regresi linear sederhana diatas maka persamaan regresinya menjadi $Y = 5,271 + 151 X$. Apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 5,271$ dan jika $X = 1$ maka $Y = 5,422$

4.2.6 Koefisien Regresi (Uji t)

Analisis uji regresi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependent (Y) yaitu Loyalitas Konsumen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,1 dan derajat kebebasan $n-2$ yang dihitung menggunakan rumus uji t.

a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima (ada pengaruh)

b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

Rumus uji t:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y (dalam penelitian 0,620)

n = jumlah sampel (dalam penelitian ini 88)

maka perhitungannya adalah :

$$t = \frac{0,620\sqrt{(88-2)}}{\sqrt{1-0,620^2}}$$

$$t = \frac{0,620\sqrt{(86)}}{\sqrt{1-0,620^2}}$$

$$t = \frac{0,620 \times 9,273}{\sqrt{1-0,384}}$$

$$t = \frac{0,623 \times 9,273}{0,616}$$

$$t = \frac{5,777}{0,616}$$

$$t = 9,378$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 9,378. Sedangkan dengan nilai t tabel dengan taraf kepercayaan 90% atau nilai signifikansi 10% dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 88, maka derajat bebasnya (df) $n - 2 = 88 - 2 = 86$. Dengan derajat kebebasan 50 dan tingkat signifikansi 10% maka didapatkan t -hitung 9,378 dan t -tabel 1,666.

Karena nilai t -hitung $9,378 > t$ -tabel 1,666 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas Karyawan.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian Variabel X dan Y

- A. Tujuan penelitian pertama ini membahas pengaruh dua variabel yaitu *Corporate Social Responsibility* (X) dan Loyalitas konsumen (Y). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki 88 responden adalah mitra PT.Gojek Indonesia. Responden ini merupakan mitra PT.Gojek Indonesia Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan analisis data dapat dijelaskan bahwa responden perempuan sebesar 26,2% dan mayoritas responden laki-laki 73,8% (tabel 4.2). (Suryanto & Gassing 2016:9) *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang

terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khlayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Transportasi online adalah jasa transportasi yang berbasis internet yang dapat diakses melalui aplikasi yang ada di smartphone, hal ini dikarenakan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat. Dalam setiap kegiatan transaksinya, mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa transportasi online ini sendiri. Transportasi online adalah salah satu bentuk dari penyelenggara lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dibidang teknologi, Dengan adanya transportasi online, para penumpang kini tidak perlu lagi menghampiri pangkalan ojek konvensional ataupun tak perlu lagi menunggu di pinggir jalan untuk mendapatkan taksi. *Public Relations* adalah fungsi khusus manajemen yang membantu memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama (Suryanto, 2015:417)

- B. Tujuan penelitian kedua membahas hasil variabel X dengan teori John Elkington pada tahun 1997 dalam (Bahy, 2015:12) melalui bukunya "*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington mengembangkan konsep triple bottom line dalam istilah *economic prosperity, environmental quality dan social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan "3P". Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan yang ideal antara

profit (keuntungan), *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan) adalah seimbang, tidak bisa mementingkan satu elemen saja. Dimensi loyalitas kerja yang terdapat pada individu dikemukakan oleh (Siswanto 2010 : 112 dalam Safitri, 2015:654), yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan karyawan antara lain. Taat pada peraturan, Tanggung jawab pada perusahaan, Kemauan untuk bekerja sama, Rasa memiliki, Kesukaan terhadap pekerjaan.

- C. Tujuan penelitian ketiga membahas Hipotesis berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuktikan maka didapatkan hasil bahwa memang adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Mitra PT.Gojek. Dari hasil analisis statistik regresi linear sederhana diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,620, yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel X *Corporate Social Responsibility* berpengaruh cukup kuat dengan variabel Y (Loyalitas Karyawan). Didapatkan R square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R square sebesar 0,745. Angka tersebut dapat dikatakan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* "Swadaya" Terhadap Loyalitas Mitra PT Gojek Indonesia. 74,5% sementara sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Artinya *Corporate Social Responsibility* cukup berpengaruh pada Loyalitas Karyawan. Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 9,378. Sedangkan dengan nilai t tabel dengan taraf kepercayaan 90% atau nilai signifikansi 10% dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 88, maka derajat bebasnya (df) $n - 2 = 88 - 2 = 86$. Dengan derajat kebebasan 86 dan tingkat signifikansi 10% maka didapatkan t -hitung 9,378 dan t -tabel 1,666. Karena nilai t -hitung $9,378 > t$ -tabel 1,666 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas Karyawan.