

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Data / Gambaran Umum Obyek Penelitian

Gambaran umum obyek penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku usaha seblak yang berada di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung mengenai keberhasilan usaha yang didapatkan dengan menggunakan aplikasi layanan pesan antar online, media sosial dan efikasi diri.

1. Sejarah Obyek Penelitian

Kecamatan Cibeunying kaler merupakan salah satu nama dari 30 kecamatan yang ada di Kota Bandung. Kota Bandung berada di Provinsi Jawa Barat, dengan populasi 2.461.550 orang, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (BPS - Statistics Indonesia, 2022). Kota Bandung tidak hanya dikenal sebagai Kota Kembang karena memiliki banyak taman indah dan bunga-bunga yang indah, tetapi juga dikenal sebagai Kota Kuliner karena memiliki banyak makanan tradisional yang dikenal di seluruh kota dan disukai oleh banyak orang, salah satu nya yaitu makanan seblak.

Seblak adalah makanan khas Jawa Barat yang memiliki sejarah panjang dan menarik. Seblak menjadi populer karena rasa yang lezat, harga yang murah, dan mudah dibuat. Seblak terus berkembang dan berinovasi, menjadikannya salah satu jajanan favorit di Indonesia dan di dunia. Seblak berasal dari kata "nyeblak" dalam bahasa Sunda yang berarti "menggetar" atau "membuat kaget". Hal ini merujuk pada rasa pedas seblak yang dapat membuat orang yang memakannya kaget. Seblak yang awalnya hanya disukai oleh kalangan muda karena rasa pedasnya yang ekstrem. Namun, saat ini seblak sudah dapat dinikmati oleh semua kalangan dengan berbagai pilihan tingkat kepedasan. Saat ini seblak tidak hanya dinikmati sebagai jajanan, tetapi juga sebagai makanan utama. Seblak telah menjadi bagian dari budaya kuliner Indonesia dan

merupakan salah satu contoh kreativitas masyarakat dalam menciptakan makanan baru.

Seblak berkembang menjadi makanan kontemporer yang berhasil menarik perhatian seiring berkembangnya tren jajanan tradisional. Saat ini, seblak tidak hanya disajikan dengan topping biasa. Pelaku usaha jajanan seblak membuat inovasi dengan mengubah berbagai jenis menu, baik dari segi rasa maupun bahan tambahan, agar pelanggan tertarik dengan produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa seblak dapat mempengaruhi pendapatan perekonomian di era milenial karena hasil penjualan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Banyak pelaku usaha yang tertarik dengan keberadaan seblak karena tingginya minat dan antusias dari masyarakat, melihat hal tersebut maka besarnya peluang bagi para pelaku usaha untuk membuka usaha seblak salah satunya dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memasarkan bisnis seblak. Memanfaatkan media sosial dan aplikasi pesan antar makanan online untuk secara efektif memperluas pasar, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan memperkuat posisi mereka di industri kuliner.

Hasil dalam penelitian ini diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden. Sebelum disebarkan kepada responden, kuesioner ini telah dikonsultasikan kepada dosen pembimbing. Kuesioner akhir yang disebarkan kepada responden sebanyak empat puluh sembilan butir pernyataan. Penelitian ini menguraikan mengenai Pengaruh Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Berikut data penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 1 Data Penyebaran Kuesioner

KETERANGAN	TOTAL
Kuesioner yang disebar	96
Kuesioner yang kembali	96
Kuesioner yang valid	96
Tingkat kuesioner yang diolah	100%

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah kuesioner yang disebar dan yang kembali sama. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang diolah sebanyak 100% . Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha dari makanan seblak yang berada di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung.

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Deskripsi tanggapan responden digunakan untuk melihat bagaimana responden menyikapi variabel-variabel seperti aplikasi layanan pesan antar online, media sosial, efikasi diri, dan keberhasilan usaha. Hasil deskriptif tanggapan responden ini akan dibandingkan dengan rentang skala untuk melihat tingkatan respon dari tiap masing-masing kuesioner. Adapun hasil deskripsi jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Data Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Apk Layanan Pesan (X1)	96	22	43	38.87	2.715
Media Sosial (X2)	96	56	72	64.42	3.451
Efikasi Diri (X3)	96	34	45	38.88	2.390
Keberhasilan Usaha (Y)	96	60	78	68.94	4.410
Valid N (listwise)	96				

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa rata-rata responden menjawab pertanyaan variabel aplikasi layanan pesan antar online adalah sebesar 38.87. Dengan rentang skala 22-43 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh aplikasi layanan pesan antar online terhadap keberhasilan usaha cukup tinggi karena diatas batas minimum dan mendekati batas maksimum.

Variabel media sosial sebesar 64.42. Dengan rentang skala 56-72 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha cukup tinggi karena diatas batas minimum mendekati batas maksimum.

Variabel efikasi diri sebesar 38.88. Dengan rentang skala 34-45 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha cukup tinggi karena diatas batas minimum mendekati batas maksimum.

Variabel keberhasilan usaha sebesar 68.94. Dengan rentang skala 60-78 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh keberhasilan terhadap variabel aplikasi layanan pesan antar online, media sosial, efikasi diri cukup tinggi karena diatas batas minimum mendekati batas maksimum.

A. Uji Kelayakan Data

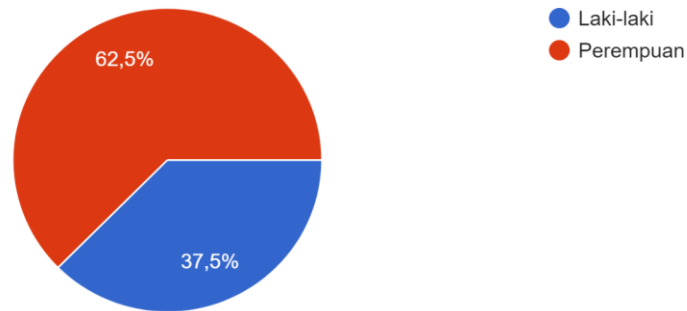
Hasil gambaran jawaban responden adalah sebagai berikut. Uji kelayakan data penelitian ini dilakukan melalui uji karakteristik responden, uji validitas, dan uji reliabilitas. Penulis berharap apa yang disampaikan oleh seluruh responden dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai apa yang mereka harapkan. Sebagai awal proses menganalisis karakteristik responden. Untuk lebih jelasnya, ringkasan masing-masing responden disajikan di bawah ini :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Jenis Kelamin

96 jawaban



Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

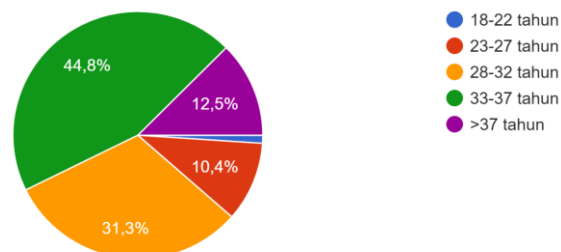
Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 62,5 %, sedangkan laki-laki sebanyak 37,5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan umur sebagai usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung dapat dilihat pada diagram dibawah ini :

Umur

96 jawaban



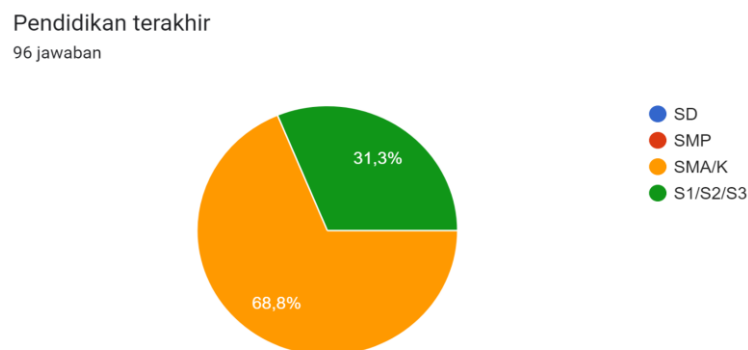
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa distribusi usia responden sebagai pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung dengan umur 18-22 tahun sebanyak 1 responden dengan presentasi sebesar 0,96%, umur 23-27 tahun sebanyak 10 responden dengan presentasi 10,4%, umur 28-32 tahun sebanyak 30 responden dengan presentasi 31,3%, umur 33-37 tahun yaitu sebanyak 43 responden dengan presentasi 44,8 % dan usia >37 tahun sebanyak 12 responden dengan presentasi 12,5%

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung dapat dilihat pada tabel dibawah ini :



Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

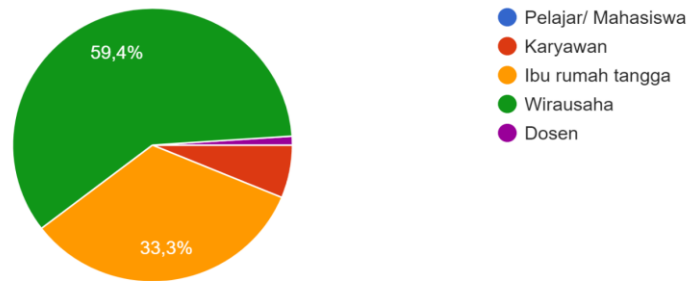
Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa distribusi pendidikan terakhir responden sebagai pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung pendidikan terakhir SD (Sekolah Dasar) yang berjumlah 0 responden dengan presentasi 0%, SMP (Sekolah Menengah Pertama) yang berjumlah 0 responden dengan presentasi 0%, SMA (Sekolah Menengah Atas)

yang berjumlah 66 responden dengan presentasi 68,8%, S1/S2/S3 yang berjumlah 30 responden dengan presentasi 31,3%,

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan pekerjaan sebagai pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Pekerjaan
96 jawaban



Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

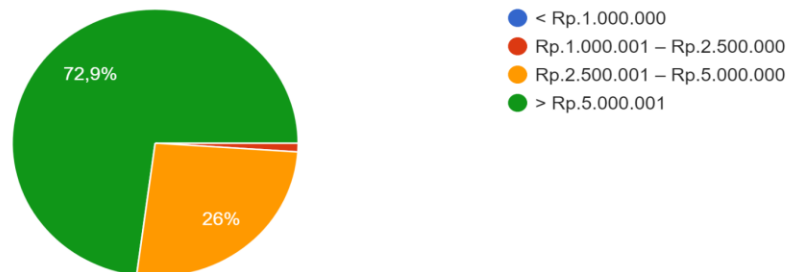
Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan gambar 4.4 dapat diketahui bahwa distribusi pekerjaan responden sebagai pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang berjumlah 0 responden dengan presentasi 0%, karyawan yang berjumlah 6 responden dengan presentasi 6.3%, ibu rumah tangga yang berjumlah 32 responden dengan presentasi 33.3%, wirausaha yang berjumlah 57 responden dengan presentasi 59.4%, dosen yang berjumlah 1 responden dengan presentasi 1%,

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan pendapatan perbulanan sebagai pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Pendapatan per bulan
96 jawaban



Gambar 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan gambar 4.5 dapat diketahui bahwa distribusi pendapatan perbulan responden sebagai pelaku usaha makanan seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung dengan pendapatan <Rp.1.000.000 berjumlah 0 responden dengan presentasi 0%, Rp. 1.000.000-Rp.2.500.000 berjumlah 1 responden dengan presentasi 1.1%, Rp.2.500.000-Rp.5.000.000 berjumlah 25 responden dengan presentasi 26%, >Rp.5.000.0001 berjumlah 70 responden dengan presentasi 72.9%.

4.1.3 Hasil Analisis dan Uji Hipotesis

Pengujian instrumen yang dipakai sebagai alat pengumpulan data primer yang dilakukan dalam penelitian ini. Uji instrumen meliputi pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS versi 26. Pengujian uji validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai Ttabel untuk degree of freedom ($df = n-2$), dimana n adalah sampel. Pada penelitian ini n adalah 96 dan tingkat signifikan (α) 0.05 maka : $df = 96-2 = 94 = 0.1689$, jika T hitung > 0.1689 pernyataan tersebut valid dan jika T hitung < 0.1689 maka pernyataan tersebut tidak valid. Pengujian validitas instrument dari setiap butir pernyataan (item) yang digunakan analisis butir, yang

mengkorelasikan setiap butir pernyataan dengan skor total yang merupakan jumlah skor dari setiap butir pernyataan.

Uji reliabilitas kuisioner penelitian dikatakan handal bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Reliabilitas instrument menunjukkan konsistensi dari suatu instrument. Bila suatu instrument data dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran diperoleh relative konsisten, maka alat tersebut dikatakan reliable (dapat dipercaya)

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson. Keputusan mengetahui atau tidaknya butir instrument. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut valid, maka dalam penelitian ini $n = 96$ dan $\alpha = 0.05$, maka r tabel = 0.1689. Pengujian validitas ini diukur dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada masing-masing item pernyataan dengan skor total dari penjumlahan semua skor.

Hasil Uji Validitas Instrumen Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (9 butir) pertanyaan, 96 responden.

Tabel 4. 3 Validitas Butir Pernyataan Aplikasi Layanan Pesan Antar (X1)

Variabel	Indikator	Kriteria (R Tabel)	Corrected Item Correlation	Keterangan
X1	X1	0.1689	0.543	Valid
	X2	0.1689	0.546	Valid
	X3	0.1689	0.643	Valid
	X4	0.1689	0.569	Valid
	X5	0.1689	0.463	Valid
	X6	0.1689	0.402	Valid
	X7	0.1689	0.414	Valid

	X8	0.1689	0.631	Valid
	X9	0.1689	0.416	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji validitas diatas, item pernyataan 1 sampai 9 diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X1) dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Instrumen Media Sosial (15 butir pernyataan, 96 responden)

Tabel 4. 4 Validitas Butir Pernyataan Media Sosial (X2)

Variabel	Indikator	Kriteria (R Tabel)	Corrected Item Correlation	Keterangan
X2	X1	0.1689	0.379	Valid
	X2	0.1689	0.343	Valid
	X3	0.1689	0.583	Valid
	X4	0.1689	0.498	Valid
	X5	0.1689	0.440	Valid
	X6	0.1689	0.408	Valid
	X7	0.1689	0.444	Valid
	X8	0.1689	0.374	Valid
	X9	0.1689	0.485	Valid
	X10	0.1689	0.521	Valid
	X11	0.1689	0.443	Valid
	X12	0.1689	0.375	Valid
	X13	0.1689	0.260	Valid
	X14	0.1689	0.408	Valid
	X15	0.1689	0.408	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas, item pernyataan 1-15 diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel Media Sosial (X_2) dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Instrumen Efikasi Diri (9 butir pernyataan, 96 responden)

Tabel 4. 5 Validitas Butir Pernyataan Efikasi Diri (X_3)

Variabel	Indikator	Kriteria (R Tabel)	Corrected Item Correlation	Keterangan
X3	X1	0.1689	0.370	Valid
	X2	0.1689	0.555	Valid
	X3	0.1689	0.333	Valid
	X4	0.1689	0.544	Valid
	X5	0.1689	0.467	Valid
	X6	0.1689	0.575	Valid
	X7	0.1689	0.453	Valid
	X8	0.1689	0.609	Valid
	X9	0.1689	0.511	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas, item pernyataan 1-9 diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel Efikasi Diri (X_3) dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Instrumen Keberhasilan Usaha (15 butir pernyataan, 96 responden)

Tabel 4. 6 Validitas Butir Pernyataan Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel	Indikator	Kriteria (R Tabel)	Corrected Item Correlation	Keterangan
Y	Y1	0.1689	0.321	Valid

	Y2	0.1689	0.462	Valid
	Y3	0.1689	0.563	Valid
	Y4	0.1689	0.549	Valid
	Y5	0.1689	0.448	Valid
	Y6	0.1689	0.521	Valid
	Y7	0.1689	0.609	Valid
	Y8	0.1689	0.623	Valid
	Y9	0.1689	0.526	Valid
	Y10	0.1689	0.583	Valid
	Y11	0.1689	0.593	Valid
	Y12	0.1689	0.418	Valid
	Y13	0.1689	0.534	Valid
	Y14	0.1689	0.484	Valid
	Y15	0.1689	0.495	Valid
	Y16	0.1689	0.485	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas, item pernyataan 1-15 diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel Keberhasilan Usaha (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas menggunakan software SPSS 26. Instrumen dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu dan suatu variabel dinyatakan reliabel jika dapat memberi nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60. Teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat reliabel adalah *Cronbach's Alpha* dengan cara membandingkan nilai Alpha dengan standarnya dengan ketentuan :

1. Nilai Cronbach alpha antara 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.

2. Nilai Cronbach's alpha 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai Cronbach's alpha 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai Cronbach's alpha sebesar 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai Cronbach's alpha sebesar 0,81 s.d.1,00 berarti sangat reliabel.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Batas Normal	Reliabilitas
X1	0.660	0.6	Reliabel
X2	0.673	0.6	Reliabel
X3	0.608	0.6	Reliabel
Y	0.813	0.6	Reliabel

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.7 uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) sebesar 0.660, variabel Media Sosial (X₂) sebesar 0.673, variabel Efikasi Diri sebesar 0.608, dan variabel Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0.813. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang sudah diuji lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

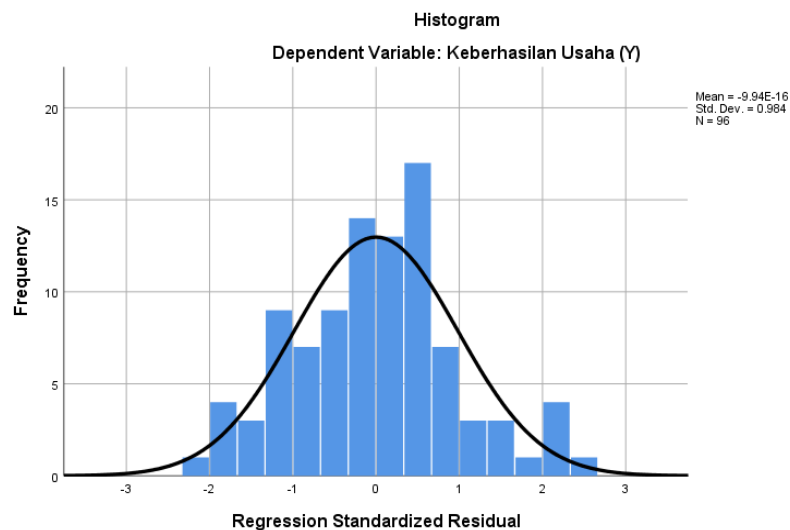
B. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat diterima secara ekonometrik karena memenuhi penaksiran BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) artinya penaksiran tidak bias, linear, dan konsisten. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan linieritas, multikoleniaritas, dan heterokedasitisitas. Hasil pengujian yang digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. Berikut adalah hasil dari uji normalitas :

- a. Analisis grafik dengan melihat apakah histogram yang membandingkan antara dua data observasi dengan distribusi normal. Hasil analisa dapat dilihat dari gambar grafik berikut :

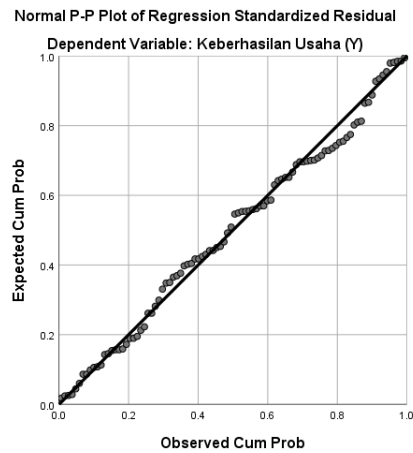


Gambar 4. 6 Grafik Histogram
Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan gambar 4.6 grafik histogram diatas membentuk pola gunung sehingga dapat dikatakan normal dalam distribusinya.

- b. Metode normal probability plot yang membandingkan antara distribusi komulatif dan distribusi normal. Dalam distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan atau beriringan dengan garis diagonal tersebut.

Hasil analisis dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4. 7 Grafik P-Plot
 Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan gambar 4.7 grafik p-p plot normalitas diatas, hasil dari uji normalitas grafik P-P Plot menunjukkan data atau titik plot mengikuti garis diagonal atau sekitar garis diagonal dan dapat dikatakan bahwa data yang digunakan penelitian ini berdistribusi normal.

- c. Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan adalah ketika tingkat sig > 0.05 yang berarti nilai residualnya terdistribusi normal dan memenuhi uji asumsi klasik dan dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Dimana pada uji ini dihitung dengan menggunakan software SPSS 26 Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 8 Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53678986
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.047
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.8 Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui nilai signifikan $0.200 > 0.05$ maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan cara uji yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Masing-masing variabel independen, untuk menentukannya adalah jika nilai *Tolerance* >0.10 dan nilai *VIF* <10.00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-2.662	5.295		-.503	.616		
	Apk Layanan Pesan (X1)	.246	.119	.151	2.071	.041	.673	1.486
	Media Sosial (X2)	.703	.119	.550	5.891	.000	.413	2.424
	Efikasi Diri (X3)	.431	.150	.234	2.877	.005	.546	1.833

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas diatas diketahui bahwa nilai Tolerance variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1) sebesar 0.673, variabel Media Sosial (X_2) sebesar 0.413, variabel Efikasi Diri (X_3) sebesar 0.546, maka ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai *Tolerance* >0.10. Diketahui juga bahwa nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) variable Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1) sebesar 1.486, variabel Media Sosial (X_2) sebesar 2.424, variabel Efikasi Diri (X_3) sebesar 1.833 maka ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai $VIF < 10.00$. Hal ini dapat menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

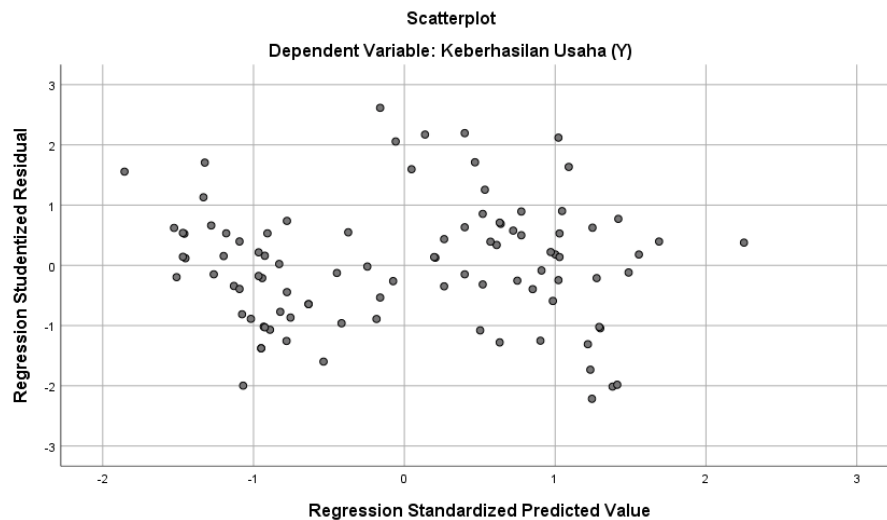
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

- a. Untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas adalah dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi ZPRED atau variabel dependen dengan residual SRESID. Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas manakala tidak ada pola yang

jelas dan titik-titik menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu.

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik berikut ini :



Gambar 4. 8 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan gambar 4.8 grafik scatterplot Uji Heteroskedastisitas di atas menunjukkan bahwa titik-titik tidak memiliki pola yang jelas dan menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data didalam penelitian ini adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Analisis Regresi Linier ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk kinerja pada masing-masing variabel baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linear, metode untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik. Analisis regresi linier berganda untuk

mencari pengaruh antara variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), variabel Media Sosial (X_2), variabel Efikasi Diri (X_3), dan variabel Keberhasilan Usaha (Y). Hasil Uji Regresi Linear Berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.662	5.295		-0.503	0.616
	Apk Layanan Pesan (X_1)	0.246	0.119	0.151	2.071	0.041
	Media Sosial (X_2)	0.703	0.119	0.550	5.891	0.000
	Efikasi Diri (X_3)	0.431	0.150	0.234	2.877	0.005
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)						

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji regresi linear bergnda menunjukkan data dan diperoleh persamaan berikut :

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

$$Y = 2.662 + 0.246 + 0.703 + 0.431$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

a. a = konstanta sebesar 2.662 yang dapat diartikan jika variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), variabel Media Sosial (X_2), variabel Efikasi Diri (X_3), nilainya 0 maka variabel Keberhasilan Usaha (Y) memiliki nilai 2.662.

- b. b_1 = koefisien regresi variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1) sebesar 0.246 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan jika variabel (X_1) mengalami kenaikan 1% maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.246 %. Maka dapat dikatakan variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y)
- c. b_2 = koefisien regresi variable Media Sosial (X_2) sebesar 0.703 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan jika variabel (X_2) mengalami kenaikan 1% maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.703 %. Maka dapat dikatakan variabel Media Sosial (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y)
- d. b_3 = koefisien regresi variable Efikasi Diri (X_3) sebesar 0.431 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan jika variabel (X_3) mengalami kenaikan 1% maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.431%. Maka dapat dikatakan variabel Efikasi Diri (X_3) memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y)

D. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen muat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen-independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Tabel model summary menjelaskan tentang korelasi antara dua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui kekuatan korelasi dari penelitian maka dapat dilihat dari skor korelasi Pearson, yaitu :

0.00-0.20 = Tidak terdapat korelasi

0.21-0.40 = Korelasi lemah

0.41-0.60 = Korelasi Moderat/Medium

0.61-0.80 = Korelasi kuat

0.81-1.00 = Korelasi sempurna

Hasil Uji Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.658	2.578

a. Predictors: (Constant), Efikasi Diri (X3), Apk Layanan Pesan (X1), Media Sosial (X2)

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan tentang kekuatan korelasi dan sumbangan efektif seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) bahwa R sebesar 0.818 yaitu memiliki kekuatan korelasi kuat, dan Adjusted R Square sebesar 0,658 atau 65,8% dengan distribusi variabel independen Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), Media Sosial (X_2), Efikasi Diri (X_3) dalam menjelaskan variabel dependen Keberhasilan Usaha (Y) yaitu sebesar 65,8 % namun untuk 34,2% dapat diperoleh dari model-model yang belum termasuk pada sampel yang telah diteliti.

E. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yaitu pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji $t =$ taraf signifikansi dua arah pada derajat 0.05. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan hipotesis penelitian.

1. Uji T

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen yang ada didalam model secara dependen. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($\text{sig} < 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika pada tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% maka dalam penelitian ini untuk mengetahui nilai t tabel maka digunakan rumus degree of freedom ($\text{df} = n - k - 1$). Maka $\text{df} = 96$ dan $\alpha = 0.05$, maka $t \text{ hitung} = 1.6611$. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Apabila nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- c. Jika nilai $\text{sig.}(2\text{-tailed}) > 0.05 =$ tidak ada pengaruh (H_0 diterima dan H_a ditolak)
- d. Jika nilai $\text{sig.}(2\text{-tailed}) < 0.05 =$ tidak ada pengaruh (H_0 ditolak dan H_a diterima)

Hasil Uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	-2.662	5.295	
	Apk Layanan Pesan (X1)	0.246	0.119	0.151	2.071	0.041
	Media Sosial (X2)	0.703	0.119	0.550	5.891	0.000
	Efikasi Diri (X3)	0.431	0.150	0.234	2.877	0.005

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)		
---	--	--

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) lebih besar dari t tabel yaitu $2.071 > 1.1661$ dengan nilai sig. (2-tailed) < 0.05 yaitu 0.041, variabel Media Sosial (X₂) lebih besar dari t tabel yaitu $5.891 > 1.1661$ dengan nilai nilai sig. (2-tailed) < 0.05 yaitu 0.000, variabel Efikasi Diri (X₃) lebih besar dari t tabel yaitu $2.877 > 1.1661$ dengan nilai nilai sig. (2-tailed) < 0.05 yaitu 0.005.

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis H₁ yang merupakan variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
 2. Hipotesis H₂ yang merupakan variabel Media Sosial (X₂) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
 3. Hipotesis H₃ yang merupakan variabel Efikasi Diri (X₃) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
2. Uji F

Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Pada tabel "ANOVA" skor Sig. menyatakan ada atau tidaknya pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

$$df_1 \text{ (derajat bebas numerator)} = 3-1 = 2$$

$$df_2 \text{ (derajat bebas denominator)} = 96-3 = 93$$

berdasarkan tabel distribusi F pada tingkat signifikansi 0.05 nilai F tabel untuk $df_1 = 2$ dan $df_2 = 93$ adalah 3.15

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka tolak H_0 dan terima H_a .
- b. Jika nilai F hitung \leq nilai F tabel, maka gagal tolak H_0 .
- c. Jika nilai sig.(2-tailed) $>$ 0.05 = tidak ada pengaruh simultan (H_0 diterima dan H_a ditolak)
- d. Jika nilai sig.(2-tailed) $<$ 0.05 = ada pengaruh simultan (H_0 ditolak dan H_a diterima)

Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 13 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1236.271	3	412.090	62.014	.000 ^b
	Residual	611.354	92	6.645		
	Total	1847.625	95			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Efikasi Diri (X3),
Apk Layanan Pesan (X1), Media Sosial (X2)

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

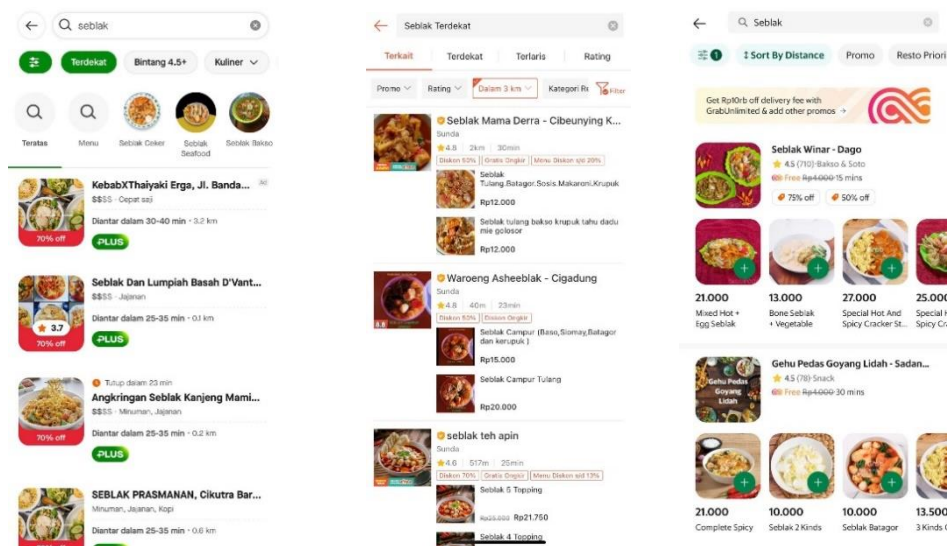
Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai signifikansi sebesar $<0,000 < 0,05$ dan F hitung $62.014 >$ F tabel 3.15. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, artinya secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap Keberhasilan Usaha.

4.2 Pembahasan

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari setiap indikator masing-masing variabel. Pada penelitian

ini hasil uji validitas terhadap masing-masing variabel independen yaitu Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), Media Sosial (X_2), Efikasi Diri (X_3) dan Keberhasilan Usaha (Y) ditemukan bahwa semua item telah valid pada setiap variabelnya. Pada pengujian reliabilitas ditemukan seluruh butir pernyataan dinyatakan valid pada setiap variabel penelitian dan telah dibuktikan reabilitasnya. Karena kuesioner telah valid dan reliabel maka kuesioner merupakan alat untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

Kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku usaha seblak yang memiliki aplikasi layanan pesan antar online seperti Grabfood, Gofood, dan Shopeefood melalui data yang didapat dari platform tersebut yaitu sebanyak 62 pelaku usaha seblak yang telah menjalin kemitraan dengan GrabFood, 28 pelaku usaha seblak yang telah menjalin kemitraan dengan GoFood, dan 110 pelaku usaha seblak yang telah menjalin kemitraan dengan Shopeefood di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung.



Gambar 4. 9 Platform Aplikasi Layanan Pesanan Online
Sumber: Data diolah oleh Peneliti 2024

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian menghasilkan temuan yang relative baik pada semua variabel penelitian yaitu variabel independen Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), Media Sosial (X_2), Efikasi Diri (X_3) dan Keberhasilan Usaha (Y). Responden memberikan persepsi yang baik sehingga dari

hasil uji analisis menunjukkan bahwa pada uji normalitas menunjukkan distribusi normal, pada uji multikolinearitas tidak memiliki kendala atau tidak ditemukannya masalah multikolinearitas, pada uji heteroskedastisitas juga menunjukkan hasil yang baik karena pada penyebaran titik-titik tersebar diatas dan dibawah sumbu Y.

4.2.1 Pengaruh Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Aplikasi layanan pesan antar makanan adalah sistem informasi untuk ponsel berbasis Android/Ios yang memungkinkan pelanggan memesan makanan dari menu restoran. Tujuan dari sistem ini adalah untuk membuat proses pesan antar makanan lebih mudah dan lebih efektif. Menggunakan ponsel berbasis Android sebagai perangkat mobilyanya, pelanggan yang ingin memesan menu makanan dapat mengakses sistem ini. Gambar dan daftar harga untuk setiap jenis makanan disertakan dalam menu makanan. Pelanggan yang menggunakan sistem ini dapat menghemat uang dan melakukan pemesanan dengan lebih mudah (Rizky et al., 2022)

Saat dilakukan penelitian secara parsial berdasarkan perhitungan uji t parsial yang dilakukan dengan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1) lebih besar dari t tabel yaitu $2.071 > 1.1661$ dengan nilai signifikan dibawah 0.05 yaitu 0.041. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Sejalan dengan hasil penelitian (Wahyuni S, 2020) yang berjudul Analisis Dampak Keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Go Food dan Grab Food sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dengan layanan Go Food dan Grab Food.

4.2.2 Pengaruh Media Sosial (X₂) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Media sosial adalah platform di mana pengguna dapat berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain dan bahkan kepada bisnis mereka. (Kotler, P., & Keller, 2016). Media sosial merupakan salah satu jenis media yang memungkinkan pengusaha berkomunikasi dengan konsumen, serta berbagai pihak yang berkepentingan, kapan saja dan di mana saja. Sosial media sangat bermanfaat untuk menghubungkan produsen dan konsumen di mana pun mereka berada. Jadi, media sosial adalah alat yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi dan menerima atau mengirimkan informasi.

Saat dilakukan penelitian secara parsial berdasarkan perhitungan uji t parsial yang dilakukan dengan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel Media Sosial (X₂) lebih besar dari t tabel yaitu $5.891 > 1.1661$ dengan nilai signifikan dibawah 0.05 yaitu 0.000. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis pertama (H₂) yang menyatakan bahwa Media Sosial (X₂) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Sejalan dengan hasil penelitian (Budi Dharma et al., 2022) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan keberhasilan usaha pedagang kuliner di Kecamatan Medan Johor baik secara parsial maupun secara simultan dan penelitian (Husna, 2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan sehingga penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh besar bagi para UMKM atau pengusaha terhadap keberhasilan usaha nya.. Sedangkan berbanding terbalik dengan hasil penelitian (Nur et al., 2023) ini menemukan adanya pengaruh yang negatif dan tidak signifikan media sosial terhadap keberhasilan usaha.

4.2.3 Pengaruh Efikasi Diri (X₃) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Efikasi diri didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang seberapa baik mereka dapat melakukan apa yang mereka butuhkan dalam keadaan tertentu. Keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk mengambil tindakan yang diharapkan disebut efektif diri (Alwisol, 2012) Efikasi diri berbeda dengan cita-cita karena efikasi diri menggambarkan penilaian kemampuan diri sendiri,

sedangkan cita-cita menggambarkan sesuatu yang ideal yang seharusnya dapat dicapai. (Feist dan Feist, 2008) mengatakan efikasi diri adalah keyakinan seseorang dalam kemampuan mereka untuk mengontrol bagaimana mereka bertindak dan apa yang terjadi di sekitar mereka.

Saat dilakukan penelitian secara parsial berdasarkan perhitungan uji t parsial yang dilakukan dengan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel Efikasi Diri (X_3) lebih besar dari t tabel yaitu $2.877 > 1.1661$ dengan nilai signifikan dibawah 0.05 yaitu 0.005. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis pertama (H_3) yang menyatakan bahwa Efikasi Diri (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

Dapat dilihat dari hasil penelitian (Halimah & Laily, 2018) yang berjudul Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, dan Kemandirian terhadap Keberhasilan Usaha yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh efikasi diri, motivasi dan kemandirian terhadap keberhasilan usaha wanita pada kampung kue di Surabaya. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sejalan dengan hasil penelitian dari (Aini & Widyarfendhi, 2019) yang menunjukkan bahwa Efikasi diri berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha pemilik dan pengelola UKM di Desa Gadabung Kalimantan Tengah Efikasi diri berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha pemilik dan pengelola UKM di Desa Gadabung Kalimantan Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi efikasi diri maka semakin tinggi juga keberhasilan usahanya.

4.2.4 Pengaruh Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), Media Sosial (X_2), Dan Efikasi Diri(X_3) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Pada perhitungan uji F simultan diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu F hitung $62.014 > F$ tabel 3.15 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, artinya secara bersama-sama (simultan) dari ketiga variabel independen yaitu Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap variabel dependen yaitu Keberhasilan Usaha.