



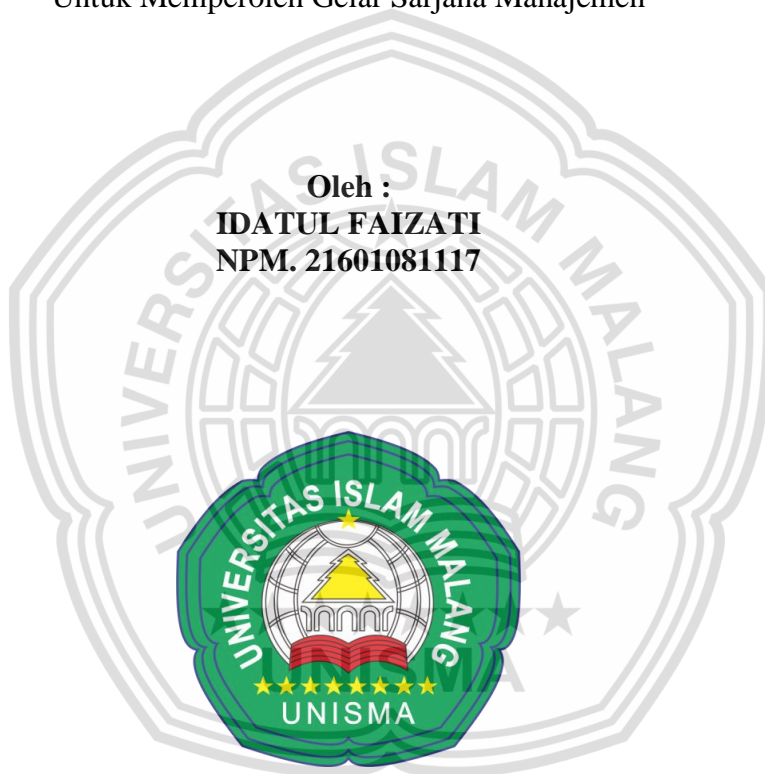
**PENGARUH HARGA, KEMUDAHAN, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN, TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA GOJEK
DI KOTA MALANG**

(Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Gojek Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :
IDATUL FAIZATI
NPM. 21601081117

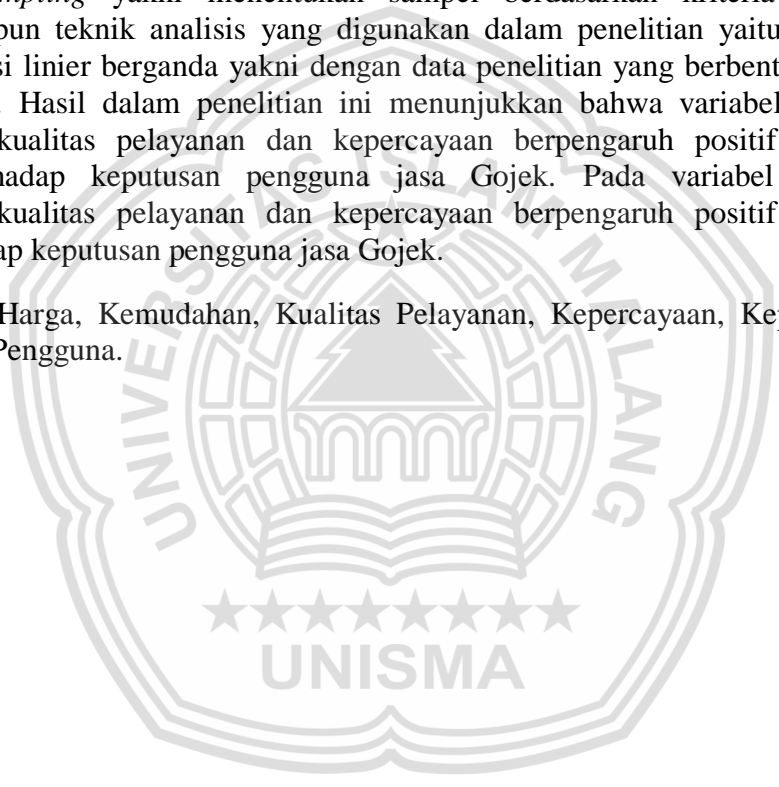


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
MALANG
2020**

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengguna Gojek memutuskan untuk menggunakan jasa Gojek. Dalam penelitian ini, memiliki lima variabel yang digunakan yaitu variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan yang merupakan variabel bebas, adapun keputusan pengguna yang merupakan variabel terikat. Sedangkan dalam penelitian ini jumlah responden yang diperoleh sebanyak 147 responden berdasarkan hasil dari kuesioner yang disebarakan tetapi dari jumlah tersebut ada 47 responden yang tidak memenuhi kriteria sampel, sehingga jumlah sampel yang sudah terpilih hanya sebanyak 100 responden. Dalam menentukan kriteria sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yakni menentukan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu teknik analisis regresi linier berganda yakni dengan data penelitian yang berbentuk data *cross section*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek. Pada variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek.

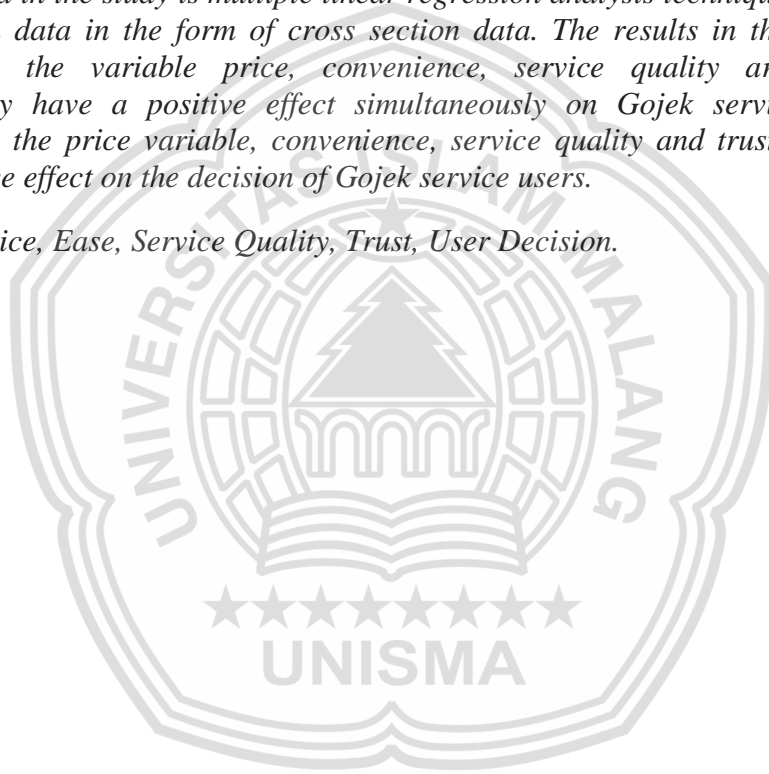
Kata Kunci: Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keputusan Pengguna.



ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how Gojek users decide to use Gojek services. In this research, five variables are used, namely price, convenience, service quality and trust, which are independent variables, while user decisions are dependent variables. Whereas in this study the number of respondents obtained was 147 respondents based on the results of the questionnaire distributed but from that number there were 47 respondents who did not meet the sample criteria, so the number of samples that had been selected was only 100 respondents. In determining the sample criteria in this study using purposive sampling, namely determining the sample based on certain criteria. The analysis technique used in the study is multiple linear regression analysis technique that is with research data in the form of cross section data. The results in this study indicate that the variable price, convenience, service quality and trust simultaneously have a positive effect simultaneously on Gojek service user decisions. On the price variable, convenience, service quality and trust have a partial positive effect on the decision of Gojek service users.

Keywords: Price, Ease, Service Quality, Trust, User Decision.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Era revolusi industri 4.0 merupakan hasil dari pertumbuhan teknologi masa kini dengan kecanggihan yang luar biasa tentunya. Teknologi dibutuhkan dalam segala aspek, baik untuk memenuhi kebutuhan pribadi sampai kebutuhan perusahaan. Perkembangan teknologi sangat erat hubungannya dengan *link* internet. Ada banyak perusahaan yang menginovasi perusahaannya menjadi perusahaan berbasis teknologi dengan sistem internet.

Salah satunya perusahaan yang memanfaatkan teknologi berbasis internet yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dalam menggunakan transportasi. Hanya dengan menggunakan *smartphone* yang dapat digunakan dari mana saja dan kapan saja dengan sangat cepat melalui jaringan yang dinamakan internet. Dengan adanya internet sekarang sektor-sektor bisnis banyak yang dijalankan melalui jaringan internet seperti toko produk *online*, dan jasa transportasi *online*.

Salah satunya perusahaan yang menjalankan bisnisnya melalui jaringan internet yaitu PT. Karya Anak Bangsa (Gojek Indonesia).

PT. Karya Anak Bangsa atau sering disebut dengan Gojek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani jasa transportasi berbasis *online* yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim . Saat ini, Gojek tidak hanya ada di Indonesia saja tetapi Gojek juga melebarkan

layanan perusahaannya ke pasar Internasional di antaranya: Vietnam, Singapura dan Thailand. Sedangkan di Indonesia sendiri Gojek sudah membuka perusahaan cabang di 50 kota di Indonesia. Salah satunya di kota Malang, di mana Kota Malang merupakan salah satu kota yang sangat diminati tahun ini sebagai kota dengan jumlah pendatang terbanyak yang pastinya setiap tahun akan semakin meningkat hal ini di karena kan Kota Malang merupakan salah satu kota pendidikan dengan total ada 61 perguruan tinggi yang ada di kota Malang. Salah satu kecamatan dengan perguruan tinggi terbanyak di kota Malang yaitu ada di kecamatan Lowokwaru dengan total 12 perguruan tinggi. Sehingga kecamatan Lowokwaru kota Malang menjadi tempat yang dituju dalam penelitian ini.

Dalam sektor bisnis salah satunya bidang transportasi *online*, banyak yang menjadi pertimbangan dalam mencapai keputusan pengguna. Beberapa pertimbangan dalam keputusan penggunaan terhadap suatu penggunaan jasa. diantaranya yaitu: harga yang di tawarkan oleh perusahaan, kemudahan dalam menggunakan setiap jasa yang disediakan perusahaan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan kepercayaan yang secara tidak langsung terbangun dalam benak penggunanya karena pengalaman penggunaan jasa perusahaan tersebut.

Dalam menentukan harga, perusahaan akan benar-benar menyesuaikan harga dengan setiap jasa yang di gunakan oleh penggunanya dan harga yang terjangkau sehingga penggunanya dapat membuat keputusan untuk menggunakan jasanya. Menurut machfoedz (2010:69) harga adalah jumlah

uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah uang yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Harga yang murah dan terjangkau selalu membuat penggunanya tertarik sehingga biasanya penggunanya akan membuat perbandingan antar harga dengan harga jasa yang serupa dari perusahaan lain. Selain harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Di mana kemudahan dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan juga membantu penggunanya membuat keputusan mau menggunakan jasa tersebut atau tidak. Kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha, Harlan (2014:39) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan diartikan sebagai seorang akan bebas dari usaha jika menggunakan sistem tertentu.

Menurut Muzakki (2019:57) menyatakan bahwa variabel kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem itu dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem di buat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel kemudahan aplikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemakaian aplikasi Grab dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008.

Kemudian ada kualitas pelayanan di mana kualitas pelayanan juga mempengaruhi keputusan penggunaan, karena semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin menarik perhatian para penggunanya

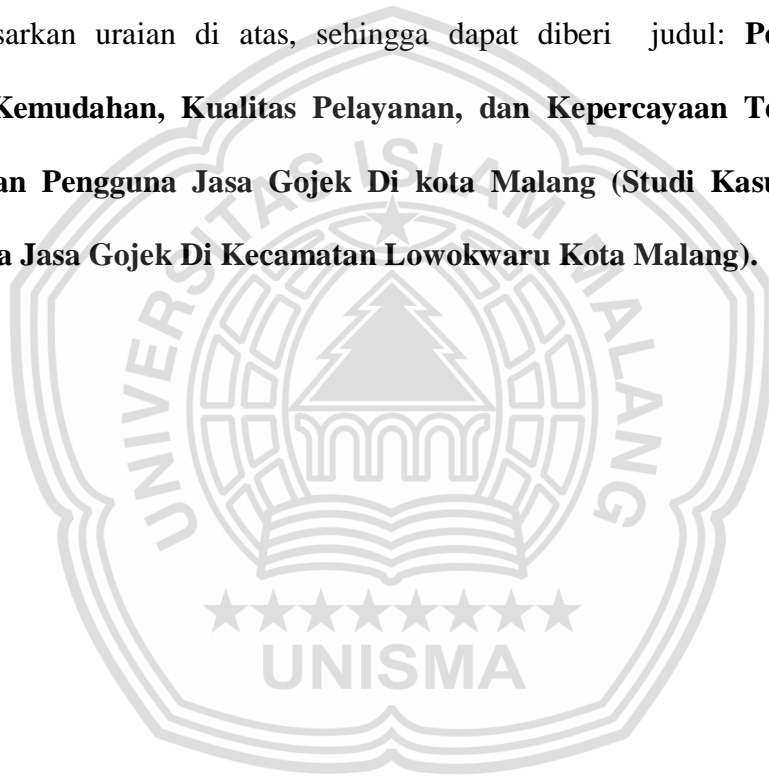
tersebut, hal ini karena penggunaannya merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan padanya. Menurut Buchari (2018:287) kualitas pelayanan merupakan pertaruhan bagi reputasi perusahaan. Di mana jika perusahaan memberikan pelayanan yang kurang baik maka penggunaannya juga akan merasa enggan menggunakan lagi dan itu juga akan berlaku sebaliknya.

Selanjutnya kepercayaan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna, kepercayaan adalah gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu, Menurut Kotler dan Keller (2012:140) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati.

Untuk membangun keberhasilan perusahaan, semua kegiatan pemasaran yang dilakukan harus sesuai dengan strategi yang sudah disusun untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna. Seperti diketahui, kebutuhan dan keinginan pengguna mempunyai keragaman serta mempunyai banyak tingkatan. Oleh karena itu, di dalam melaksanakan konsep pemasaran, perusahaan yang berorientasi kepada penggunaannya langsung tidak hanya memikirkan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan penggunaannya saja agar tidak merugikan perusahaan. Tetapi perusahaan juga harus memberikan beberapa kontribusi seperti memberikan harga yang terjangkau, dan murah, memberikan kemudahan penggunaan jasanya, memberikan pelayanan yang baik dan se nyaman mungkin dan berusaha membangun kepercayaan pada penggunaannya. Sehingga segala keputusan

dalam penggunaan jasa akan diserahkan kepada pengguna itu sendiri. Keputusan tersebut diambil melalui beberapa pertimbangan dalam mengambil tindakan Sudaryono (2016:99) hampir semua peneliti mendefinisikan keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia.

Berdasarkan uraian di atas, sehingga dapat diberi judul: **Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Gojek Di kota Malang (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Gojek Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang).**



1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka di rumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang?
- b. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang?
- c. Apakah kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang?
- e. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang?

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis hasil pengaruh secara simultan harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.
- b. Untuk mengetahui hasil dan menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.

- c. Untuk mengetahui hasil dan menganalisis pengaruh kemudahan secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.
- d. Untuk mengetahui hasil dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.
- e. Untuk mengetahui hasil dan menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian secara teoretis yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian diharapkan akan memberi saran bagi perusahaan Gojek dengan beberapa informasi yang dihasilkan dari penelitian ini.
- b. Penelitian ini merupakan suatu wadah di dalam menerapkan serta mengeksplorasi ilmu pengetahuan yang telah didapat selama duduk di bangku perkuliahan. Peneliti sangat berharap agar nantinya hasil penelitian ini dapat dipelajari.
- c. Hasil penelitian diharapkan menambah wawasan dan bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya untuk mata kuliah ekonomi dan bisnis konsentrasi pemasaran.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek dikota Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna Gojek menyetujui menggunakan Gojek karna sedang membutuhkan, karena sering menggunakan jasa Gojek dan karena memiliki *voucher* diskon.
- 2) Harga berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek dikota Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna Gojek setuju jika harga yang diberikan oleh Gojek sudah cukup murah, terjangkau dan sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Adanya potongan harga juga membuat masyarakat berminat menggunakan Gojek serta metode pembayaran yang mudah juga membuat penggunanya memutuskan untuk menggunakan jasa Gojek.

- 3) Kemudahan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek dikota Malang. Hasil pada penelitian ini membuktikan pengguna Gojek setuju jika kemudahan menggunakan aplikasi Gojek, fitur-fitur yang di sediakan Gojek juga sesuai dengan kebutuhan penggunanya.
- 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek dikota Malang. Hasil penelitian menunjukkan jika pengguna Gojek setuju dengan pelayanan Gojek berupa respon terhadap keluhan penggunanya, pelayanan yang baik, dan adanya asuransi pada setiap penggunanya sehingga membuat responden akan menggunakan jasanya ketika dibutuhkan.
- 5) Kepercayaan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek dikota Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna Gojek setuju jika kepercayaan pengguna Gojek tumbuh secara tidak langsung pada diri penggunanya, menggunakan jasanya secara berulang karena merasa nyaman saat menggunakan jasanya, pengguna juga setuju dengan pernyataan menaati aturan yang diberikan Gojek, hal ini dilakukan karena pengguna Gojek merasa percaya pada jasa Gojek.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dalam penelitian ini adapun yang ingin disampaikan yaitu:

- 1) Hasil penelitian ini menyarankan perusahaan Gojek menambah fitur pada aplikasinya serta memperhatikan keluhan penggunanya melihat dari hasil uji deskriptis banyak responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 2) Menyebarkan kuisioner lebih luas lagi.
- 3) Menambah variabel penelitian serta memperbanyak jumlah sampel penelitian.

5.3 Keterbatasan

Dalam penelitian ini adapun batasan-batasan yang dialami. Berikut adalah batasan-batasan yang ada pada penelitian ini:

- 1) Jawaban yang diberikan oleh responden terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi pada kehidupan nyata sehingga membuat kesulitan saat melakukan perhitungan hasil data.
- 2) Penelitian ini hanya fokus pada satu jasa transportasi *online* yaitu hanya pada perusahaan Gojek saja, mulai dari pengukuran pengaruh harga, kemudahan penggunaannya sampai ke kualitas pelayanan yang di berikan Gojek. Adapun pengukuran pengaruh pada tingkat kepercayaan penggunanya.
- 3) Penelitian ini juga hanya terfokus pada konsumen yang memenuhi kriteria sehingga tidak memiliki jumlah sampel yang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Albertini, J., & Mayer, C. (2010). *Using Miscue Analysis to Assess Comprehension in Deaf College Reader*. *Journal of Deaf Studies and Deaf Education*. 35-46.
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations. Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Batik. 2018. *Pengaruh Harga Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab Pada Mahasiswa FEBI UIN walisono Semarang*. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. No.9, 13-16.
- Buchari Alma. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. 2012. *Dasar-dasar ekonometrika*. Buku Kedua. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Hariadi dan Soebari Martoatmodjo, dan Doni. (2012). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Proyektor Microvision*. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 1. No. 8.
- Harlan, Dwimastia. 2014. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking*.
- Jogiyanto. 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lekosono, dan Erwin. 2017. *Pengaruh Harga dan Promosi Grab Terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen*

- Pengguna Transportasi Berbasis Online*. Jurnal Fakultas Bisni, Institut Teknologi dan Bisnis.348.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan,. Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Muzakki Nur. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Aplikasi, dan Jumlah Armada Terhadap Keputusan Konsumen. (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. No.3.
- Nugroho Rizma. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Taksi Online GO-CAR di Kota Solo*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Priyono, Agus. 2015. *Analisis Data Dengan SPSS*. Cetakan Pertama. Malang: FE UNISMA.
- Raymond. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab di Batam*. Jurnal: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. No.2.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 2*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 th ed. Mc.Graw-Hill*.