

## **BAB III**

### **PENGARUH TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GO-RIDE**

#### **(Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan)**

Pada bab ini, penulis akan menyajikan hasil penelitian dari data yang telah diolah terlebih dahulu. Data tersebut diperoleh melalui kuesioner online kepada 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Go-Ride yang berdomisili di Kota Tangerang Selatan. Jawaban responden akan diolah menggunakan berbagai uji, diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi, uji t dan uji F serta koefisien determinasi menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for Windows versi 20.0 untuk menganalisis jawaban dari responden apakah tarif yang ditawarkan oleh Go-Ride murah atau mahal, serta kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride baik atau buruk dan apakah keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan tinggi atau rendah.

#### **3.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan tidak valid apabila  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel. Nilai  $r$  tabel dapat diketahui dengan melihat tabel  $r$  yang disesuaikan dengan nilai *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah responden penelitian. Pada penelitian ini, jumlah

responden ( $n$ ) = 100 dan besarnya  $df = 100 - 2 = 98$  dan  $\alpha (\alpha) = 0,05$  didapat  $r\text{-tabel} = 0,165$ .

Rekapitulasi hasil uji validitas untuk variabel Tarif (X1) dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

**Tabel 3. 1**  
**Hasil Uji Validitas Tarif (X1)**

No	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Bagaimana tingkat kesesuaian tarif Go-Ride dengan manfaat yang diberikan?	0,613	0,165	Valid
2	Tarif yang ditawarkan Go-Ride dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan layanan pesaing yang sejenis.	0,685	0,165	Valid
3	Bagaimanakah tingkat kesesuaian tarif Go-Ride dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan?	0,680	0,165	Valid

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, dapat diketahui bahwa nilai  $r$  hitung pada semua butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Tarif (X1) lebih besar dari nilai  $r$  tabel yaitu 0,165. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Tarif (X1) adalah valid.

Rekapitulasi hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (K2) dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut.

**Tabel 3. 2**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)**

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	Bagaimana kualitas sepeda motor yang digunakan pengemudi Go-Ride?	0,605	0,165	Valid
2	Apakah penampilan pengemudi Go-Ride sudah sesuai dengan standar perusahaan (berpakaian rapi dan menggunakan atribut perusahaan berupa helm dan jaket berlogo Go-Jek)?	0,856	0,165	Valid
3	Apakah pengemudi Go-Ride selalu memberikan fasilitas berupa helm?	0,534	0,165	Valid
4	Apakah pengemudi Go-Ride selalu memberikan fasilitas berupa masker?	1,047	0,165	Valid
5	Apakah pengemudi Go-Ride selalu memberikan fasilitas berupa penutup kepala (shower cap)?	1,076	0,165	Valid
6	Bagaimana kemudahan prosedur dalam melakukan pemesanan Go-Ride?	0,674	0,165	Valid
7	Bagaimana ketepatan informasi (identitas pengemudi, lokasi, jarak, dan tarif) yang tertera pada aplikasi?	0,676	0,165	Valid
8	Berapa lama waktu tunggu yang diperlukan mulai dari pemesanan hingga pengemudi tiba di lokasi penjemputan?	0,643	0,165	Valid
9	Bagaimana kemampuan pengemudi dalam mengemudikan sepeda motor?	0,569	0,165	Valid

10	Pilihan sistem pembayaran (tunai dan Go-pay) memudahkan konsumen dalam pembayaran.	0,664	0,165	Valid
11	Bagaimana kecepatan pelayanan yang diberikan oleh pengemudi Go-Ride?	0,618	0,165	Valid
12	Bagaimana kemampuan pengemudi Go-Ride dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen?	0,62	0,165	Valid
13	Bagaimana kecakapan pengemudi Go-Ride dalam menangani masalah yang timbul?	0,667	0,165	Valid
14	Bagaimana kesopanan pengemudi Go-Ride dalam melayani konsumen?	0,595	0,165	Valid
15	Bagaimana kejujuran pengemudi Go-Ride dalam melayani konsumen?	0,604	0,165	Valid
16	Bagaimana penguasaan lokasi pengemudi Go-Ride?	0,692	0,165	Valid
17	Bagaimana ketaatan pengemudi Go-Ride terhadap peraturan dan rambu-rambu lalu lintas?	0,809	0,165	Valid
18	Bagaimana kemampuan berkomunikasi pengemudi Go-Ride kepada konsumen?	0,667	0,165	Valid
19	Bagaimana perhatian yang diberikan pengemudi Go-Ride secara individu kepada konsumen?	0,628	0,165	Valid

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, dapat diketahui bahwa  $r$  hitung pada semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) lebih besar dari nilai  $r$  tabel yaitu 0,165. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah valid.

Rekapitulasi hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Penggunaan (Y) dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini.

**Tabel 3. 3**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y)**

No	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Apakah layanan Go-Ride dapat memenuhi kebutuhan Anda?	0,76	0,165	Valid
2	Bagaimana pertimbangan Anda sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan Go-Ride?	0,697	0,165	Valid
3	Berapa lama waktu yang Anda butuhkan dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan Go-Ride?	0,777	0,165	Valid
4	Layanan Go-Ride merupakan prioritas utama Anda dibandingkan penyedia layanan sejenis lainnya.	1,067	0,165	Valid
5	Bagaimana perasaan Anda setelah menggunakan layanan Go-Ride?	0,731	0,165	Valid

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas, dapat diketahui bahwa nilai r hitung pada semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Penggunaan (Y) lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,165. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Penggunaan (Y) adalah valid.

### 3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data atau kuesioner menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu. Dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitasnya menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Alpha ( $\alpha$ ) > 0,6.

Rekapitulasi hasil uji reliabilitas untuk variabel Tarif (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Penggunaan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Tarif (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Penggunaan (Y)**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Tarif (X1)	0,713	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,898	Reliabel
3	Keputusan Penggunaan (Y)	0,808	Reliabel

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 pada semua variabel penelitian. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

### 3.3 Analisis Deskripsi Variabel

Pada sub bab ini akan disajikan deskriptif jawaban dari responden serta dilanjutkan dengan analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian dengan menggunakan hipotesis yang telah diajukan pada bab satu. Data

yang akan dijelaskan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner online yang telah diisi oleh 100 responden. Responden penelitian merupakan pengguna layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan yang berusia 15 tahun ke atas dan pernah menggunakan layanan Go-Ride minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir di Kota Tangerang Selatan. Data hasil kuesioner dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi. Adapun data yang disajikan, berkaitan dengan tanggapan responden tentang variabel penelitian yaitu Tarif, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Penggunaan.

### **3.3.1 Persepsi Responden Mengenai Variabel Tarif**

Tarif merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat yang didapat karena menggunakan layanan Go-Ride. Tarif atau biaya sebuah jasa akan mencakup tarif yang bersifat moneter dan tarif yang bersifat non-moneter. Dalam hal ini tarif yang bersifat moneter adalah tarif yang ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan jarak tempuh. Sedangkan biaya non-moneter yang dimaksud adalah waktu penggunaan layanan Go-Ride dan upaya-upaya fisik yang diperlukan konsumen untuk bisa menggunakan layanan Go-Ride. Variabel Tarif memiliki 3 indikator dan masing-masing indikator memiliki 1 pertanyaan. Berikut adalah penjelasan indikator yang berkaitan dengan Tarif.

#### **3.3.1.1 Kesesuaian Tarif dengan Manfaat yang Diberikan**

Tarif sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana tarif tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Tarif

Go-Ride yang telah ditetapkan bila dibandingkan dengan manfaat yang diterima oleh konsumen dapat mengukur baik tidaknya harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam hal ini manfaat yang dimaksud adalah pemenuhan kebutuhan konsumen dengan menggunakan layanan Go-Ride dan kualitas pelayanan yang diterima konsumen Go-Ride. Adapun persepsi pengguna layanan Go-Ride terhadap kesesuaian tarif dengan manfaat yang diberikan adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 5**  
**Persepsi Responden Terhadap Kesesuaian Tarif dengan Manfaat yang Diberikan**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat sesuai	32	32%
2	Sesuai	58	58%
3	Cukup sesuai	10	10%
4	Tidak sesuai	0	0%
5	Sangat tidak sesuai	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.5 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 58% responden menyatakan bawa tarif Go-Ride sudah sesuai dengan manfaat yang diberikannya, didukung dengan 32% responden yang menyatakan sangat sesuai. Namun, sebanyak 10% responden menyatakan cukup sesuai. Hal tersebut dikarenakan tarif yang ditawarkan Go-Ride untuk perjalanan dengan jarak yang cukup jauh dinilai lebih mahal dibandingkan dengan tarif yang ditawarkan jasa ojek online yang lain.

### **3.3.1.2 Daya Saing Tarif Go-Ride dengan Jasa yang Sejenis**

Tarif merupakan faktor yang sensitif bagi konsumen, sehingga penetapan tarif pada perusahaan jasa sebaiknya tidak terlalu jauh selisihnya dengan tarif yang



ditawarkan oleh pesaing. Begitu pula pada layanan Go-Ride yang memiliki pesaing seperti Grab Bike dan Uber Motor. Tarif yang ditawarkan oleh Go-Ride sebaiknya tidak terlalu jauh selisihnya dengan tarif yang ditawarkan oleh Grab Bike dan Uber Motor. Adapun persepsi pengguna layanan Go-Ride terhadap daya saing tarif Go-Ride dengan jasa yang sejenis.

**Tabel 3. 6**  
**Persepsi Responden Terhadap Tarif Go-Ride Dapat Bersaing dengan Jasa yang Sejenis**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	46	46%
2	Setuju	42	42%
3	Cukup setuju	12	12%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persentase tertinggi adalah 46% responden merasa sangat setuju jika Go-Ride memiliki daya saing dengan jasa lain yang sejenis, didukung dengan 42% responden yang merasa setuju. Namun, sebanyak 12% responden menyatakan cukup setuju. Hal tersebut dikarenakan tarif Go-Ride dinilai lebih mahal dibanding tarif yang ditawarkan jasa ojek online lainnya.

### **3.3.1.3 Kesesuaian Tarif dengan Kualitas dan Fasilitas yang Diterima oleh Konsumen**

Tarif Go-Ride yang telah ditetapkan bila dibandingkan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diterima oleh konsumen dapat mengukur baik tidaknya harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan meliputi kecepatan

pelayanan dan jaminan keamanan yang diberikan. Sedangkan fasilitas yang diberikan meliputi helm, masker dan *showercap* yang diberikan kepada konsumen. Tarif Go-Ride dapat dikatakan sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diterima oleh konsumen apabila tarif Go-Ride mampu memenuhi harapan konsumen mengenai kualitas pelayanan dan fasilitas yang diterima oleh konsumen. Adapun persepsi pengguna layanan Go-Ride terhadap kesesuaian tarif dengan kualitas dan fasilitas yang didapat pelanggan adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 7**  
**Persepsi Responden Terhadap Kesesuaian Tarif dengan Kualitas dan Fasilitas yang Didapatkan Pelanggan**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat sesuai	50	50%
2	Sesuai	39	39%
3	Cukup sesuai	11	11%
4	Tidak sesuai	0	0%
5	Sangat tidak sesuai	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari tabel di atas diketahui persentase terbanyak yaitu 50% menyatakan bahwa indikator kesesuaian tarif dengan kualitas dan fasilitas yang didapatkan pelanggan dinilai sudah sangat sesuai, didukung dengan 39% responden yang merasa sesuai. Namun, sebanyak 11% menyatakan cukup sesuai. Hal tersebut dikarenakan terkadang fasilitas helm kurang diperhatikan kebersihannya serta masker dan *showercap* sering kali tidak diberikan.

### 3.3.1.4 Rekapitulas Jawaban Responden Mengenai Variabel Tarif

Setelah data digali melalui indikator variabel tarif diketahui, berikut akan disajikan tabel rekapitulasi jawaban responden tentang variabel tarif. Rekapitulasi jawaban dilakukan untuk mengetahui secara jelas indikator mana yang diatas rata-rata dan indikator yang rata-rata. Hasil rekapitulasi jawaban dapat dijadikan dasar untuk memberikan saran sesuai aspek-aspek yang perlu diperhatikan. Berikut adalah tabel rekapitulasi jawaban responden.

**Tabel 3. 8**  
**Rekapitulasi Jawaan Responden Mengenai Variabel Tarif**

No	Item Pert	Total Resp	Skor										Skor Total	Mean
			5		4		3		2		1			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X <sub>1.1</sub>	100	3	32	58	58	10	10	0	0	0	0	422	4,22
2	X <sub>1.2</sub>	100	4	46	42	42	12	12	0	0	0	0	434	4,34
3	X <sub>1.3</sub>	100	5	50	39	39	11	11	0	0	0	0	439	4,39
<b>Mean Skor Variabel</b>												1295	4,32	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

**Keterangan:**

X<sub>1.1</sub> = Kesesuaian tarif dengan manfaat yang diterima

X<sub>1.2</sub> = Daya saing tarif dengan jasa yang sejenis

X<sub>1.3</sub> = kesesuaian tarif dengan kualitas dan fasilitas yang didapat oleh konsumen

Berdasarkan Tabel 3.8 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor variabel tarif adalah 4,32, artinya variael tarif termasuk dalam kategori baik. Dari tiga indikator terdapat dua indikator yang berada diatas rata-rata skor variabel, yaitu indikator mengenai daya saing tarif dengan jasa yang sejenis dan indikator mengenai kesesuaian tarif dengan kualitas dan fasilitas yang didapat oleh

pelanggan. Sedangkan indikator mengenai kesesuaian tarif dengan manfaat yang diterima pelanggan memiliki skor dibawah rata-rata skor variabel, yaitu hanya sebesar 4,22. Dimana artinya menurut responden tarif yang ditawarkan Go-Ride sudah baik, namun responden berpendapat bahwa tarif Go-Ride perlu disesuaikan dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen.

### 3.3.1.5 Kategorisasi Variabel Tarif

Kategorisasi yang digunakan dalam variabel ini adalah sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik dan sangat tidak baik. Pemberian penilaian terhadap variabel tarif menggunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengkategorisasikan tingkatan persepsi responden terhadap variabel tarif. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel tarif, digunakan pengukuran interval dengan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana : I = Interval Kelas

R = Rentang (Skor Tertinggi – Skor Terendah)

K = Jumlah Kelas

Seluruh indikator pada variabel Kualitas Pelayanan terdiri dari 3 indikator, berikut merupakan perhitungan interval kelas untuk variabel ini:

$$I = \frac{(3 \times 5) - (3 \times 1)}{5} = \frac{15 - 3}{5} = 2,4$$

$$I = 2,4$$

Dengan demikian kategorisasinya adalah sebagai berikut:

- a. Tarif Sangat Tidak Baik : 3 – 5,4
- b. Tarif Tidak Baik : >5,4 – 7,8
- c. Tarif Cukup Baik : >7,8 – 10,2
- d. Tarif Baik : >10,2 – 12,6
- e. Tarif Sangat Baik : >12,6 – 15

Berdasarkan kategorisasi dari variabel Tarif tersebut, maka Tarif dapat dikatakan baik jika tanggapan responden mengenai 3 indikator variabel Tarif yang digunakan untuk mengukur dapat menunjukkan hasil yang baik. Sesuai kategori tersebut dan setelah dilakukan inventarisasi skor pada tabel induk, maka diperoleh tabel akumulasi untuk variabel Tarif yaitu :

**Tabel 3. 9**  
**Distribusi Frekuensi Tarif**

No	Persepsi	Frekuensi	Presentase (%)
1	Tarif Sangat Baik	56	56%
2	Tarif Baik	38	38%
3	Tarif Cukup Baik	6	6%
4	Tarif Tidak Baik	0	0%
5	Tarif Sangat Tidak Baik	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui penilaian responden mengenai variabel tarif berada pada kategorisasi cukup baik sebesar 6%. Dimana artinya sebagian kecil responden menilai tarif yang ditawarkan Go-Ride masih belum baik. Namun, sebesar 38% berada pada kategorisasi baik. Lalu sebesar 56% berada pada kategorisasi sangat baik. Hal ini mengartikan bahwa sebagian responden yang lain merasa tarif yang ditawarkan Go-Ride sudah baik.

### **3.3.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen memberikan penilaian positif kepada perusahaan tersebut, kemudian konsumen akan lebih memilih menggunakan jasa dengan layanan yang baik. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki 19 indikator. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator kualitas pelayanan.

#### **3.3.2.1 Bukti Fisik (*Tangible*)**

Bukti fisik adalah kemampuan dalam menunjukkan eksistensinya yang mencakup penampilan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya. Dimensi pelayanan mengenai bukti fisik terdiri dari 5 indikator yang akan dijelaskan sebagai berikut.

##### **1. Kualitas Sepeda Motor yang Digunakan Pengemudi Go-Ride**

Sepeda motor yang digunakan pengemudi Go-Ride yang layak untuk beroperasi tertulis dalam persyaratan saat mendaftar sebagai pengemudi Go-Ride. Adapun persyaratan sepeda motor yang digunakan yaitu sepeda motor yang diproduksi di atas tahun 2011 dan memiliki Surat Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (STNK) yang aktif. Selain itu untuk meningkatkan kenyamanan konsumen sebaiknya sepeda motor yang digunakan dalam kondisi prima dan tidak dimodifikasi. Persepsi responden terhadap kualitas sepeda motor yang digunakan pengemudi Go-Ride adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 10**  
**Persepsi Responden Terhadap Kualitas Sepeda Motor yang Digunakan**  
**Pengemudi Go-Ride**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat baik	14	14%
2	Baik	63	63%
3	Cukup baik	23	23%
4	Tidak baik	0	0%
5	Sangat tidak baik	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.10 di atas, diketahui bahwa persentase tertinggi adalah 63% responden berpendapat bahwa kualitas sepeda motor yang digunakan oleh pengemudi Go-Ride adalah baik, didukung dengan 14% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, sebanyak 23% responden menilai jika kualitas sepeda motor pengemudi Go-Ride adalah cukup baik. Hal tersebut dikarenakan masih ada beberapa pengemudi Go-Ride yang menggunakan sepeda motor yang kurang layak jalan sehingga mengurangi kenyamanan pengguna layanan saat berkendara.

## **2. Penampilan Pengemudi**

Penampilan pengemudi Go-Ride yang baik dapat dilihat dari penampilan pengemudi yang berpakaian rapi, wangi dan menggunakan atribut perusahaan berupa helm dan jaket dengan tulisan dan lambang Go-Jek. Persepsi responden

terhadap penampilan pengemudi sesuai dengan standar perusahaan akan dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 3. 11**  
**Persepsi Responden Terhadap Penampilan Pengemudi**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat baik	18	18%
2	Baik	42	42%
3	Cukup baik	34	34%
4	Tidak baik	5	5%
5	Sangat tidak baik	1	1%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.11 di atas diketahui bahwa persentase tertinggi adalah 42% responden berpendapat penampilan pengemudi sudah baik, didukung dengan 18% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, sebanyak 1% responden berpendapat penampilan pengemudi dinilai sangat tidak baik, didukung dengan 5% responden yang berpendapat tidak baik dan 34% responden yang berpendapat cukup baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih ada pengemudi yang tidak berpenampilan dengan baik dan menggunakan atribut perusahaan seperti jaket dan helm berlogo Go-Jek.

### **3. Fasilitas yang Diberikan Berupa Helm, Masker dan Showercap**

Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan fasilitas seperti helm, masker dan *showercap* atau penutup kepala. Fasilitas yang diberikan Go-Ride kepada konsumen secara lengkap dan dalam kondisi baik dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara dengan layanan Go-Ride. Persepsi



responden terhadap fasilitas yang diberikan berupa helm untuk konsumen saat menggunakan layanan Go-Ride akan dipaparkan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 12**  
**Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Helm Selalu Diberikan Dalam Kondisi Baik**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	81	81%
2	Setuju	14	14%
3	Cukup setuju	5	5%
4	Kurang setuju	0	0%
5	Sangat Tidak setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Pada Tabel 3.12 diketahui bahwa persentase tertinggi adalah 81% responden merasa sangat setuju pengemudi Go-Ride selalu memberikan fasilitas helm dalam keadaan yang baik, didukung dengan 14% responden yang merasa setuju. Namun, sebanyak 5% responden berpendapat cukup setuju. Hal tersebut dikarenakan helm yang diberikan kepada konsumen terkadang berbau tidak sedap sehingga konsumen merasa kurang nyaman.

Selain helm, konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan fasilitas berupa masker. Fasilitas masker yang diberikan diharapkan dalam kondisi baik. Persepsi responden mengenai fasilitas yang diberikan pengemudi Go-Ride berupa masker akan dijelaskan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3. 13**  
**Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Masker Selalu Diberikan Dalam Kondisi Baik**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	7	7%
2	Setuju	11	11%
3	Cukup setuju	34	34%
4	Tidak setuju	37	37%
5	Sangat tidak setuju	11	11%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.13 di atas diketahui 11% responden setuju penemudi selalu memberikan fasilitas masker dalam keadaan yang baik, didukung dengan 7% responden yang merasa sangat setuju. Namun, sebanyak 11% responden merasa sangat tidak setuju, didukung dengan 37% responden yang merasa tidak setuju dan 34% responden yang merasa cukup setuju. Hal tersebut dikarenakan banyak pengemudi yang tidak memberikan fasilitas berupa masker kepada pengguna layanan ketika berkendara dengan Go-Ride.

Selain helm dan masker, pengguna layanan Go-Ride juga memiliki hak mendapatkan fasilitas berupa *showercap* atau penutup kepala. Fasilitas *showercap* yang diberikan diharapkan dalam kondisi yang baik. Persepsi responden mengenai fasilitas yang diberikan pengemudi Go-Ride berupa *showercap* akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 14**  
**Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Showercap Selalu Diberikan Dalam Kondisi Baik**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	6	6%
2	Setuju	3	3%
3	Cukup setuju	19	19%
4	Tidak setuju	41	41%
5	Sangat tidak setuju	31	31%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.14 di atas diketahui 6% responden sangat setuju pengemudi Go-Ride selalu memberikan fasilitas *showercap* dalam keadaan yang baik, didukung dengan 3% responden yang merasa setuju. Namun, 31% responden merasa sangat tidak setuju, didukung dengan 41% responden yang merasa tidak setuju dan 19% responden yang merasa cukup setuju. Hal tersebut dikarenakan banyak pengemudi Go-Ride yang tidak memberikan fasilitas berupa *showercap*.

### **3.3.2.2 Keandalan (*Reliability*)**

Keandalan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat dan terpercaya. Dimensi pelayanan mengenai keandalan terdiri dari 5 indikator yang akan dijelaskan sebagai berikut.

#### **1. Kemudahan prosedur pemesanan Go-Ride**

Kemudahan prosedur pemesanan Go-Ride dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan Go-Ride. Prosedur pemesanan layanan

Go-Ride mudah dilakukan hanya dengan melakukan pemesanan menggunakan aplikasi Go-Jek pada *smartphone*. Tampilan aplikasi Go-Jek yang *simple* memudahkan konsumen dalam mengakses aplikasi Go-Jek. Persepsi responden terhadap kemudahan prosedur pemesanan Go-Ride akan dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 3. 15**  
**Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Prosedur Pemesanan Go-Ride**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat mudah	59	59%
2	Mudah	31	31%
3	Cukup mudah	10	10%
4	Sulit	0	0%
5	Sangat sulit	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.15 di atas diketahui persentase terbesar adalah 59% responden berpendapat prosedur pemesanan Go-Ride sangat mudah dilakukan, didukung dengan 31% responden yang merasa mudah. Namun, 10% responden berpendapat cukup mudah dilakukan. Hal tersebut dikarenakan untuk mengakses aplikasi Go-Jek membutuhkan koneksi internet, sehingga apabila tidak ada koneksi internet aplikasi Go-Jek tidak dapat diakses.

## **2. Ketepatan Informasi pada Aplikasi**

Salah satu pelayanan yang bermutu bagi sebuah perusahaan penyedia layanan transportasi online dilihat dari ketepatan informasi yang tertera pada aplikasi. Ketepatan informasi pada aplikasi meliputi ketepatan informasi mengenai identitas pengemudi dan kendaraan yang digunakan, lokasi penjemputan dan

tujuan pada maps yang tertera di aplikasi, serta informasi mengenai tarif yang sesuai dengan jarak tempuh dan waktu operasi layanan (reguler time atau rush hour). Persepsi responden terhadap ketepatan informasi pada aplikasi akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 16**  
**Persepsi Responden Terhadap Ketepatan Informasi pada Aplikasi**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat tepat	12	12%
2	Tepat	51	51%
3	Cukup tepat	36	36%
4	Tidak tepat	1	1%
5	Sangat tidak tepat	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.16 di atas diketahui persentase terbesar adalah 51% responden berpendapat informasi yang tertera pada aplikasi sudah tepat, didukung dengan 12% responden yang merasa sangat tepat. Namun, 1% responden berpendapat tidak tepat, didukung dengan 36% responden yang berpendapat cukup tepat. Hal tersebut dikarenakan terkadang informasi seperti kendaraan yang digunakan dan tarif berdasarkan jarak tempuh pada aplikasi tidak sesuai dengan kenyataannya.

### **3. Waktu Tunggu Penjemputan**

Kecepatan pengemudi Go-Ride dalam menjemput konsumen dapat menimbulkan kepercayaan konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Selain itu waktu tunggu penjemputan yang tidak terlalu lama juga dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen, terutama bagi konsumen yang sedang

terburu-buru untuk pergi ke suatu tempat. Persepsi responden terhadap waktu tunggu penjemputan yang tidak terlalu lama akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 17**  
**Persepsi Responden Terhadap Waktu Tunggu Penjemputan**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat cepat	5	5%
2	Cepat	45	45%
3	Cukup cepat	47	47%
4	Lama	3	3%
5	Sangat Lama	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.17 di atas diketahui 45% responden berpendapat waktu tunggu penjemputan cepat, didukung dengan 5% responden yang berpendapat sangat cepat. Namun, 3% responden berpendapat waktu tunggu penjemputan lama, didukung dengan 47% responden yang berpendapat cukup cepat. Hal tersebut bisa dikarenakan kondisi jalanan yang macet, pengemudi kurang menguasai lokasi penjemputan ataupun karena kesalahan penulisan alamat oleh pengguna layanan.

#### **4. Kemampuan Pengemudi dalam Mengemudikan Sepeda Motor**

Seorang pengemudi Go-Ride diharuskan untuk memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM) C yang masih aktif. Dengan memiliki SIM C, pengemudi dianggap memiliki kemampuan mengemudikan sepeda motor dengan baik. Pengemudi yang ahli dalam mengemudikan sepeda motor akan membuat konsumen merasa aman dan nyaman. Adapun persepsi responden terhadap kemampuan pengemudi dalam mengemudikan sepeda motor adalah berikut.

**Tabel 3. 18**  
**Persepsi Responden Mengenai Kemampuan Pengemudi dalam Mengemudikan Sepeda Motor**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat baik	10	10%
2	Baik	66	66%
3	Cukup baik	24	24%
4	Buruk	0	0%
5	Sangat buruk	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari tabel 3.18 di atas diketahui persentase tertinggi adalah 66% responden berpendapat bahwa kemampuan pengemudi dalam mengemudikan sepeda motor adalah baik, didukung dengan 10% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, 24% responden berpendapat cukup baik. Hal tersebut dikarenakan pengemudi Go-Ride terburu-buru ingin menyelesaikan ordernya dan mengambil orderan lainnya.

## **5. Kemudahan Transaksi dengan Adanya Beragam Pilihan Sistem**

### **Pembayaran**

Banyaknya pilihan sistem pembayaran secara tunai dan Go-Pay dapat mempermudah konsumen dalam bertransaksi. Hal tersebut dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan Go-Ride. Persepsi responden terhadap kemudahan transaksi dengan adanya beragam pilihan sistem pembayaran adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 19**  
**Persepsi Responden Mengenai Transaksi Go-Ride Lebih Mudah dengan**  
**Adanya Beragam Pilihan Sistem Pembayaran**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	37	37%
2	Setuju	55	55%
3	Cukup setuju	6	6%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.19 di atas diketahui persentase tertinggi adalah 55% responden merasa setuju dengan kemudahan transaksi dengan adanya beragam pilihan sistem pembayaran, didukung dengan 37% responden merasa sangat setuju. Namun, 2% responden merasa tidak setuju, didukung dengan 6% responden yang merasa cukup setuju. Hal tersebut dikarenakan masih ada konsumen yang merasa kesulitan dalam mengisi saldo Go-Pay.

### **3.3.2.3 Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Daya tanggap adalah kemampuan pengemudi untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat pada pengguna layanan dengan penyampaian informasi yang jelas. Dimensi pelayanan mengenai daya tanggap terdiri dari 3 indikator yang akan dijelaskan sebagai berikut.

#### **1. Kecepatan Pelayanan yang Diberikan Pengemudi**

Daya tanggap yang menjadi penilaian konsumen adalah mengenai bagaimana pengemudi Go-Ride melayani konsumen, apakah dapat melayani dengan cepat



ketika konsumen membutuhkan sesuatu. Kecepatan pelayanan yang diberikan pengemudi kepada konsumen dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan Go-Ride. Adapun persepsi konsumen terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan pengemudi Go-Ride adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 20**  
**Persepsi Responden Terhadap Kecepatan Pelayanan yang Diberikan Pengemudi**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat cepat	8	8%
2	Cepat	52	52%
3	Cukup cepat	40	40%
4	Lama	0	0%
5	Sangat Lama	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.20 di atas diketahui persentase tertinggi adalah 52% responden berpendapat pelayanan yang diberikan oleh pengemudi adalah cepat, didukung dengan 8% responden yang berpendapat sangat cepat. Namun, 40% responden berpendapat cukup cepat. Hal tersebut dikarenakan masih ada sebagian pengemudi Go-Ride yang lambat dalam melayani konsumen.

## **2. Kemampuan Pengemudi dalam Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan**

### **Konsumen**

Daya tanggap berikutnya yang dinilai konsumen adalah mengenai kemampuan pengemudi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sering kali konsumen membutuhkan bantuan ataupun kebutuhan dan keinginan lainnya, misalnya seorang konsumen sedang terburu-buru dan butuh cepat sampai

tempat tujuan, atau ketika seorang konsumen ingin mampir sebentar ke suatu tempat seperti ATM, dalam situasi demikian pengemudi harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Apabila pengemudi mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik maka akan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan Go-Ride. Adapun persepsi responden terhadap kemampuan pengemudi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 21**  
**Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Pengemudi dalam Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat baik	13	13%
2	Baik	60	60%
3	Cukup baik	27	27%
4	Buruk	0	0%
5	Sangat buruk	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.21 di atas diketahui persentase tertinggi adalah 60% responden berpendapat kemampuan pengemudi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen adalah baik, didukung dengan 13% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, 27% responden berpendapat cukup baik. Hal tersebut dikarenakan masih ada pengemudi yang belum dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.

### **3. Kecakapan Pengemudi dalam Menangani Masalah yang Timbul**

Saat mengalami kesulitan, pengguna layanan Go-Ride tentunya menginginkan pengemudi yang dapat membantu konsumen. Terkadang konsumen

mengalami kesulitan dalam bertransaksi menggunakan Go-Pay, dalam situasi demikian pengemudi dituntut untuk dapat membantu menangani permasalahan tersebut. Pengemudi yang cakap dalam menangani permasalahan konsumen akan meningkatkan keamanan konsumen dalam berkendara. Adapun persepsi responden terhadap kecakapan pengemudi dalam menangani masalah yang timbul adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 22**  
**Persepsi Responden Terhadap Kecakapan Pengemudi dalam Menangani Masalah yang Timbul**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat baik	11	11%
2	Baik	45	45%
3	Cukup baik	44	44%
4	Tidak baik	0	0%
5	Sangat tidak baik	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.22 di atas diketahui persentase terbesar adalah 45% responden berpendapat kecakapan pengemudi dalam menangani masalah yang timbul adalah baik, didukung dengan 11% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, 44% responden berpendapat cukup baik. Hal tersebut dikarenakan masih ada pengemudi Go-Ride yang tidak dapat membantu konsumennya saat mengalami kesulitan.

#### **3.3.2.4 Jaminan (*Assurance*)**

Jaminan adalah pengetahuan dan kemampuan serta kesopanan para pengemudi Go-Ride untuk menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan kepada pengguna

layanan Go-Ride. Dimensi pelayanan mengenai jaminan terdiri dari 4 indikator yang akan dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Kesopanan Pengemudi dalam Melayani Konsumen

Kesopanan pengemudi Go-Ride dalam melayani konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena dengan kesopanan maka akan membuat konsumen merasa dihargai dan membuat konsumen merasa nyaman dalam menggunakan layanan. Adapun persepsi responden terhadap kesopanan pengemudi dalam melayani konsumen dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 3. 23**  
**Persepsi Responden Terhadap Kesopanan Pengemudi dalam Melayani Konsumen**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat sopan	13	13%
2	Sopan	64	64%
3	Cukup sopan	23	23%
4	Tidak sopan	0	0%
5	Sangat tidak sopan	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari tabel 3.23 di atas diketahui persentase tertinggi adalah 64% responden berpendapat pengemudi sopan dalam melayani konsumen, didukung dengan 13% responden yang berpendapat pengemudi sangat sopan. Namun, 23% responden berpendapat cukup sopan. Hal tersebut dikarenakan ada sebagian pengemudi yang suka bercerita mengenai permasalahan pribadinya ataupun bertanya mengenai hal-hal yang membuat konsumen merasa kurang nyaman.

### 2. Kejujuran Pengemudi dalam Melayani Konsumen

Kejujuran pengemudi Go-Ride dalam menjalankan tugas membuat konsumen merasa terjamin selama menggunakan layanan Go-Ride. Kejujuran yang dimaksud dalam hal ini misalnya kejujuran mengenai tarif ataupun promo yang sedang berlaku. Adapun persepsi responden terhadap kejujuran pengemudi dalam melayani konsumen akan dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 3. 24**  
**Persepsi Responden Terhadap Kejujuran Pengemudi dalam Melayani Konsumen**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat jujur	11	11%
2	Jujur	61	61%
3	Cukup jujur	28	28%
4	Tidak jujur	0	0%
5	Sangat tidak jujur	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.24 di atas diketahui persentase terbesar adalah 61% responden berpendapat bahwa pengemudi Go-Ride melayani konsumen dengan jujur, didukung dengan 11% responden yang berpendapat pengemudi sangat jujur. Namun, 28% responden berpendapat cukup jujur. Hal tersebut dikarenakan masih ada pengemudi yang tidak jujur dalam memberitahukan tarif yang harus dibayarkan.

### **3. Penguasaan Lokasi Pengemudi**

Pengemudi Go-Ride perlu menguasai lokasi atau area tempat ia beroperasi. Penguasaan lokasi seorang pengemudi Go-Ride merupakan suatu hal yang penting, karena dengan menguasai lokasi pengemudi dapat merekomendasikan

jalan dengan jarak lebih dekat, menghindari daerah yang rawan terjadi kemacetan, dan untuk menghindari tersesat dalam perjalanan sehingga konsumen lebih nyaman dalam menggunakan layanan Go-Ride. Adapun persepsi responden terhadap penguasaan lokasi pengemudi Go-Ride akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 25**  
**Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Lokasi Pengemudi**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat baik	16	16%
2	Baik	49	49%
3	Cukup baik	35	35%
4	Tidak baik	0	0%
5	Sangat tidak baik	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.25 di atas dapat diketahui persentase terbesar adalah 49% responden berpendapat penguasaan lokasi pengemudi Go-Ride baik, didukung dengan 16% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, 35% responden berpendapat cukup baik. Hal tersebut dikarenakan masih ada pengemudi yang kesulitan mencari lokasi penjemputan maupun tujuan.

#### **4. Ketaatan Pengemudi Terhadap Peraturan dan Rambu-rambu Lalu Lintas**

Sebagai pengendara yang baik, pengemudi Go-Ride tentu harus menaati peraturan dan rambu-rambu lalu lintas. Dengan menaati peraturan dan rambu-rambu lalu lintas akan menghindari terjadinya kecelakaan, dengan demikian pengemudi tidak akan membahayakan konsumen, pengguna jalan lainnya maupun dirinya sendiri. Selain itu dengan menaati peraturan dan rambu-rambu lalu lintas

akan menimbulkan rasa aman bagi konsumen selama berkendara dengan Go-Ride. Adapun persepsi konsumen mengenai ketaatan pengemudi terhadap peraturan dan rambu-rambu lalu lintas akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 26**  
**Persepsi Responden Mengenai Ketaatan Pengemudi Terhadap Peraturan dan Rambu-rambu Lalu Lintas**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat taat	24	24%
2	Taat	39	39%
3	Cukup taat	35	35%
4	Tidak taat	2	2%
5	Sangat tidak taat	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.26 di atas diketahui persentase tertinggi adalah 39% responden berpendapat pengemudi Go-Ride taat terhadap peraturan dan rambu-rambu lalu lintas, didukung dengan 24% responden yang berpendapat pengemudi sangat taat terhadap peraturan dan rambu-rambu lalu lintas. Namun, 2% responden berpendapat tidak taat, didukung dengan 35% responden yang merasa cukup taat. Hal tersebut dikarenakan masih ada pengemudi Go-Ride yang melanggar peraturan ataupun rambu-rambu lalu lintas misalnya melanggar lampu merah ataupun berjalan melawan arah.

### 3.3.2.5 Empati (*Empathy*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan pada pengguna jasa dengan berupaya memahami keinginannya. Empati yang dimiliki oleh seorang pengemudi Go-Ride terhadap konsumen akan

membuat konsumen merasa diperhatikan sepenuhnya. Dimensi pelayanan mengenai empati terdiri dari 2 indikator yang akan dijelaskan sebagai berikut.

### **1. Kemampuan Pengemudi Go-Ride Untuk Berkomunikasi dengan Baik dan Efektif Kepada Konsumen**

Komunikasi antara pengemudi Go-Ride dengan konsumen diperlukan dalam memberikan pelayanan untuk menambah kedekatan dan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan Go-Ride. Kemampuan berkomunikasi yang baik penting untuk memberikan informasi kepada pengemudi tentang apa yang dibutuhkan konsumen dan membuat konsumen menyadari keberadaan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pengemudi dikatakan dapat berkomunikasi dengan baik apabila pengemudi dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada konsumen. Adapun persepsi responden terhadap kemampuan pengemudi Go-Ride untuk berkomunikasi dengan baik dan efektif kepada konsumen adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 27**  
**Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Pengemudi Go-Ride Untuk Berkomunikasi dengan Baik dan Efektif Kepada Konsumen**

<b>No</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Sangat baik	15	15%
2	Baik	57	57%
3	Cukup baik	27	27%
4	Tidak baik	1	1%
5	Sangat tidak baik	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.27 di atas diketahui persentase tertinggi adalah 57% responden berpendapat kemampuan pengemudi Go-Ride untuk berkomunikasi kepada



konsumen adalah baik, didukung dengan 15% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, 1% responden berpendapat tidak baik, didukung dengan 27% responden yang berpendapat cukup baik. Hal tersebut dikarenakan masih ada pengemudi Go-Ride yang lebih banyak diam selama melayani konsumen.

## **2. Perhatian yang Diberikan Pengemudi Go-Ride Secara Individu Kepada**

### **Konsumen**

Salah satu cara untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen adalah dengan memberikan perhatian secara individu. Yang dimaksud dengan perhatian secara individu adalah pengemudi Go-Ride secara inisiatif memberikan perhatian kepada konsumen secara langsung. Dengan perhatian secara individu, konsumen akan lebih merasa nyaman dan merasa dihargai. Pengemudi dikatakan perhatian apabila pengemudi dengan kesadaran sendiri membantu konsumen yang membutuhkan tanpa harus diminta dan pengemudi dikatakan tidak perhatian apabila pengemudi bersikap cuek dan tidak mau membantu konsumen sebelum diminta. Dalam hal ini perhatian yang dimaksud misalnya ketika terdapat konsumen yang membawa banyak barang maka pengemudi seharusnya secara inisiatif membantu konsumen tersebut. Adapun persepsi responden terhadap perhatian yang diberikan pengemudi Go-Ride secara individu kepada konsumen akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 28**  
**Persepsi Responden Terhadap Perhatian yang Diberikan Pengemudi Go-Ride Secara Individu Kepada Konsumen**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat baik	9	9%
2	Baik	52	52%
3	Cukup baik	39	39%
4	Tidak baik	0	0%
5	Sangat tidak baik	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari Tabel 3.28 diketahui persentase tertinggi 52% responden berpendapat perhatian yang diberikan pengemudi Go-Ride secara individu kepada konsumen adalah baik, didukung dengan 9% responden yang berpendapat sangat baik. Namun, 39% responden berpendapat cukup baik. Hal tersebut dikarenakan masih ada pengemudi Go-Ride yang cuek dan tidak mau membantu konsumen sebelum diminta.

### **3.3.2.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan**

Setelah data digali melalui indikator variabel kualitas pelayanan diketahui, berikut akan disajikan tabel rekapitulasi jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan. Rekapitulasi jawaban dilakukan untuk mengetahui secara jelas indikator mana yang memiliki skor diatas rata-rata dan indikator yang memiliki skor dibawah rata-rata. Hasil rekapitulasi jawaban dapat dijadikan dasar untuk memberikan saran sesuai aspek-aspek yang perlu diperhatikan. Berikut adalah tabel rekapitulasi jawaban responden.

**Tabel 3. 29**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Item Pert.	Total Resp.	Skor										Skor Total	Mean
			5		4		3		2		1			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X <sub>2.1</sub>	100	14	14%	63	63%	23	23%	0	0%	0	0%	391	3,91
2	X <sub>2.2</sub>	100	18	18%	42	42%	34	34%	5	5%	1	1%	371	3,71
3	X <sub>2.3</sub>	100	81	81%	14	14%	5	5%	0	0%	0	0%	476	4,76
4	X <sub>2.4</sub>	100	7	7%	11	11%	34	34%	37	37%	11	11%	266	2,66
5	X <sub>2.5</sub>	100	6	6%	3	3%	19	19%	41	41%	31	31%	212	2,12
6	X <sub>2.6</sub>	100	59	59%	31	31%	10	10%	0	0%	0	0%	449	4,49
7	X <sub>2.7</sub>	100	12	12%	51	51%	36	36%	1	1%	0	0%	374	3,74
8	X <sub>2.8</sub>	100	5	5%	45	45%	47	47%	3	3%	0	0%	352	3,52
9	X <sub>2.9</sub>	100	10	10%	66	66%	24	24%	0	0%	0	0%	386	3,86
10	X <sub>2.10</sub>	100	37	37%	55	55%	6	6%	2	2%	0	0%	427	4,27
11	X <sub>2.11</sub>	100	8	8%	52	52%	40	40%	0	0%	0	0%	368	3,68
12	X <sub>2.12</sub>	100	13	13%	60	60%	27	27%	0	0%	0	0%	386	3,86
13	X <sub>2.13</sub>	100	11	11%	45	45%	44	44%	0	0%	0	0%	367	3,67
14	X <sub>2.14</sub>	100	13	13%	64	64%	23	23%	0	0%	0	0%	390	3,90
15	X <sub>2.15</sub>	100	11	11%	61	61%	28	28%	0	0%	0	0%	383	3,83
16	X <sub>2.16</sub>	100	16	16%	49	49%	35	35%	0	0%	0	0%	381	3,81
17	X <sub>2.17</sub>	100	24	24%	39	39%	35	35%	2	2%	0	0%	385	3,85
18	X <sub>2.18</sub>	100	15	15%	57	57%	27	27%	1	1%	0	0%	386	3,86
19	X <sub>2.19</sub>	100	9	9%	52	52%	39	39%	0	0%	0	0%	370	3,70
<b>Mean Skor Variabel</b>												7120	3,75	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

**Keterangan:**

X<sub>2.1</sub> = Kualitas sepeda motor yang digunakan pengemudi Go-Ride

X<sub>2.2</sub> = Penampilan pengemudi

X<sub>2.3</sub> = Fasilitas yang diberikan berupa helm

X<sub>2.4</sub> = Fasilitas yang diberikan berupa masker

X<sub>2.5</sub> = Fasilitas yang diberikan berupa showercap

- X<sub>2.6</sub> = Kemudahan prosedur pemesanan Go-Ride
- X<sub>2.7</sub> = Ketepatan informasi pada aplikasi
- X<sub>2.8</sub> = Waktu tunggu
- X<sub>2.9</sub> = Kemampuan pengemudi dalam mengemudikan sepeda motor
- X<sub>2.10</sub> = Kemudahan transaksi dengan adanya beragam pilihan sistem pembayaran
- X<sub>2.11</sub> = Kecepatan pelayanan yang diberikan pengemudi
- X<sub>2.12</sub> = Kemampuan pengemudi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen
- X<sub>2.13</sub> = Kecakapan pengemudi dalam menangani masalah yang timbul
- X<sub>2.14</sub> = Kesopanan pengemudi dalam melayani konsumen
- X<sub>2.15</sub> = Kejujuran pengemudi dalam melayani konsumen
- X<sub>2.16</sub> = Penguasaan lokasi pengemudi
- X<sub>2.17</sub> = Ketaatan pengemudi terhadap peraturan dan rambu-rambu lalu lintas
- X<sub>2.18</sub> = Kemampuan pengemudi Go-Ride untuk berkomunikasi dengan baik dan efektif kepada konsumen
- X<sub>2.19</sub> = Perhatian yang diberikan pengemudi Go-Ride secara individu kepada konsumen

Dari data pada Tabel 3.28 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel kualitas pelayanan adalah 3,75, artinya variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik. Dari 19 indikator, terdapat 11 indikator yang memiliki skor di atas rata-rata skor variabel, sedangkan 9 indikator lainnya memiliki skor di bawah rata-rata skor variabel. Dapat dilihat bahwa indikator dengan rata-rata terendah adalah indikator mengenai fasilitas yang diberikan berupa *showercap* yang memiliki rata-rata 2,12. Dimana artinya menurut responden kualitas pelayanan Go-Ride sudah baik, namun responden berpendapat bahwa kualitas pelayanan Go-Ride perlu ditingkatkan dalam hal pemberian fasilitas berupa masker dan *showercap*, serta memberikan pelayanan yang lebih cepat lagi.

### 3.3.2.7 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan

Kategorisasi yang digunakan dalam variabel ini adalah sangat baik, baik, cukup baik, buruk dan sangat buruk. Pemberian penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan menggunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengkategorisasikan tingkatan persepsi responden terhadap variabel kualitas pelayanan. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan, digunakan pengukuran interval dengan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana : I = Interval Kelas

R = Rentang (Skor Tertinggi – Skor Terendah)

K = Jumlah Kelas

Seluruh indikator pada variabel Kuslitas Pelayanan terdiri dari 19 indikator, berikut merupakan perhitungan interval kelas untuk variabel ini:

$$I = \frac{(19 \times 5) - (19 \times 1)}{5} = \frac{95 - 19}{5} = 15,2$$

$$I = 15,2$$

Dengan demikian kategorisasinya adalah sebagai berikut:

- |                                    |                |
|------------------------------------|----------------|
| a. Kualitas Pelayanan Sangat Buruk | : 19 – 34,2    |
| b. Kualitas Pelayanan Buruk        | : >34,2 – 49,4 |
| c. Kualitas Pelayanan Cukup Baik   | : >49,4 – 64,6 |
| d. Kualitas Pelayanan Baik         | : >64,6 – 79,8 |
| e. Kualitas Pelayanan Sangat Baik  | : >79,8 – 95   |

Berdasarkan kategorisasi dari variabel Kualitas Pelayanan tersebut, maka Kualitas Pelayanan dapat dikatakan baik jika tanggapan responden mengenai 19 indikator variabel Kualitas Pelayanan yang digunakan untuk mengukur dapat menunjukkan hasil yang baik. Sesuai kategori tersebut dan setelah dilakukan inventarisasi skor pada tabel induk, maka diperoleh tabel akumulasi untuk variabel Kualitas Pelayanan yaitu :

**Tabel 3. 30**  
**Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan**

No	Persepsi	Frekuensi	Presentase (%)
1	Kualitas Pelayanan Sangat Baik	12	12%
2	Kualitas Pelayanan Baik	69	69%
3	Kualitas Pelayanan Cukup Baik	19	19%
4	Kualitas Pelayanan Buruk	0	0%
5	Kualitas Pelayanan Sangat Buruk	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui penilaian responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan berada pada kategori cukup baik sebesar 19%. Dimana artinya sebagian responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Go-Ride dinilai belum baik. Namun, sebesar 69% berada pada kategori baik. Lalu sebesar 12% berada pada kategori sangat baik. Hal ini berarti sebagian responden lainnya merasa kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan dinilai sudah baik.

### 3.3.3 Persepsi Responden Mengenai Variabel Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan tindakan nyata seorang konsumen yang meliputi keputusan tentang jenis jasa, merk, harga/tarif, kualitas, waktu pembelian

dan cara pembayaran yang diberikan oleh layanan Go-Ride. Dari hal tersebut konsumen dapat mengevaluasi layanan Go-Ride yang kemudian akan berpengaruh terhadap kuat atau tidaknya keputusan penggunaan layanan Go-Ride setelah konsumen menggunakan layanan tersebut.

Keputusan penggunaan dipengaruhi banyak faktor karena kaitannya dengan perilaku konsumen, sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang membuat konsumen menggunakan produk/jasa perusahaan tersebut. Variabel Keputusan Penggunaan terdiri dari 5 indikator dengan masing-masing indikator berisi 1 indikator. Berikut adalah persepsi responden mengenai variabel Keputusan Penggunaan.

#### **3.3.3.1 Pemenuhan Kebutuhan**

Kebutuhan akan jasa transportasi dapat dipenuhi melalui berbagai jasa yang ditawarkan melalui jasa transportasi darat, laut, maupun udara. Konsumen akan menilai bagaimana ia merasa kebutuhan transportasinya dapat terpenuhi dengan menggunakan layanan Go-Ride. Dalam hal ini kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan konsumen akan sarana mobilitas yang sesuai dengan kebutuhannya. Adapun persepsi responden terhadap pemenuhan kebutuhan akan dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 3. 31**  
**Persepsi Responden Terhadap Pemenuhan Kebutuhan**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat memenuhi	43	43%
2	Memenuhi	42	42%
3	Cukup memenuhi	13	13%
4	Tidak memenuhi	2	2%
5	Sangat tidak memenuhi	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Tabel 3.31 menunjukkan bahwa persentase tertinggi adalah 43% responden merasa layanan Go-Ride sangat memenuhi keutuhan konsumen, didukung dengan 42% responden yang merasa layanan Go-Ride memenuhi kebutuhannya. Namun, 2% responden merasa layanan Go-Ride tidak memenuhi kebutuhannya, didukung dengan 13% responden yang merasa cukup memenuhi. Hal tersebut dikarenakan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen merasa kebutuhannya tidak terpenuhi.

### **3.3.3.2 Pertimbangan Sebelum Memutuskan untuk Menggunakan Layanan Go-Ride**

Sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan, biasanya konsumen akan mencari informasi mengenai produk/jasa yang akan digunakan kemudian mempertimbangkannya. Pertimbangan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan di sini diukur seberapa mudah konsumen dalam memutuskan apakah konsumen mau menggunakan layanan Go-Ride atau tidak. Berikut akan dijelaskan persepsi responden mengenai pertimbangan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan Go-Ride.



**Tabel 3. 32**  
**Persepsi Responden Terhadap Pertimbangan Sebelum Memutuskan untuk Menggunakan Layanan Go-Ride**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat mudah	32	32%
2	Mudah	50	50%
3	Cukup mudah	18	18%
4	Sulit	0	0%
5	Sangat sulit	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Tabel 3.32 menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah 50% responden merasa mudah dalam mempertimbangkan untuk menggunakan layanan Go-Ride, didukung dengan 32% responden yang merasa sangat mudah. Namun, 18% responden merasa cukup mudah. Hal tersebut dikarenakan sebelum melakukan pemesanan, konsumen seringkali membandingkan layanan Go-Ride dengan layanan lain seperti Grab Bike dan Uber Motor yang sering memberikan promo tarif.

### 3.3.3.3 Waktu Pengambilan Keputusan

Dalam proses pengambilan keputusan sebelum menggunakan jasa, konsumen memerlukan waktu untuk memutuskan apakah konsumen akan menggunakan jasa tersebut atau tidak. Dalam hal ini, waktu pengambilan keputusan diukur dengan seberapa lama waktu yang dibutuhkan konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan suatu jasa, apakah konsumen membutuhkan waktu yang cepat atau lama dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa tersebut. Berikut akan dijelaskan persepsi responden terhadap waktu pengambilan keputusan menggunakan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.

**Tabel 3. 33**  
**Persepsi Responden Terhadap Waktu Pengambilan Keputusan**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat cepat	27	27%
2	Cepat	43	43%
3	Cukup cepat	29	29%
4	Lama	1	1%
5	Sangat Lama	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Tabel 3.33 menunjukkan bahwa sebanyak 43% responden membutuhkan waktu yang cepat dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan Go-Ride, didukung dengan 27% responden yang membutuhkan waktu sangat cepat. Namun, sebanyak 1% responden membutuhkan waktu yang lama, didukung dengan 29% responden yang membutuhkan waktu cukup cepat. Hal tersebut dikarenakan konsumen memiliki kebutuhan khusus sehingga konsumen membutuhkan waktu lebih lama dalam mempertimbangkan untuk menggunakan layanan Go-Ride.

#### **3.3.3.4 Prioritas Pilihan**

Meskipun Go-Ride hadir sebagai pionir layanan ojek online di Indonesia, namun kini mulai bermunculan pesaing yang menyediakan jasa serupa seperti Grab Bike dan Uber Motor dengan keunggulannya masing-masing. Adanya berbagai alternatif pilihan dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan Go-Ride. Dengan banyaknya alternatif pilihan yang ada, apakah Go-Ride menjadi prioritas pilihan layanan ojek online atau tidak di

mata konsumen. Berikut akan dijelaskan persepsi responden terhadap prioritas pilihan transportasi ojek online.

**Tabel 3. 34**  
**Persepsi Responden Mengenai Layanan Go-Ride yang Menjadi Prioritas Pilihan Transportasi Ojek Online.**

<b>No</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Sangat setuju	29	29%
2	Setuju	34	34%
3	Cukup setuju	21	21%
4	Tidak setuju	15	15%
5	Sangat tidak setuju	1	1%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Tabel 3.34 menunjukkan bahwa sebanyak 34% responden merasa setuju untuk menjadikan Go-Ride sebagai prioritas pilihan dalam menggunakan transportasi ojek online, didukung dengan 29% responden yang merasa sangat setuju. Namun, 1% responden merasa sangat tidak setuju, didukung dengan 15% responden yang merasa tidak setuju dan 21% responden yang merasa cukup setuju. Hal tersebut dapat dikarenakan banyaknya alternatif pilihan membuat konsumen dapat memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhannya, karena setiap alternatif pilihan layanan ojek online memiliki keunggulannya masing-masing.

### **3.3.3.5 Perasaan Setelah Menggunakan Layanan Go-Ride**

Setelah menggunakan suatu produk/jasa, umumnya konsumen akan melakukan evaluasi terhadap produk/jasa tersebut. Evaluasi tersebut adalah apakah konsumen merasa puas atau tidak setelah menggunakan produk/jasa tersebut. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan penggunaan ulang. Adapun persepsi

responden terhadap perasaan setelah menggunakan layanan Go-Ride akan dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 3. 35**  
**Persepsi Responden Terhadap Perasaan Setelah Menggunakan Layanan Go-Ride**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat puas	27	27%
2	Puas	50	50%
3	Cukup puas	22	22%
4	Tidak puas	1	1%
5	Sangat tidak puas	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Tabel 3.35 menunjukkan bahwa sebanyak 50% responden merasa puas setelah menggunakan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan, didukung oleh 27% responden yang merasa sangat puas. Namun, sebanyak 1% responden merasa tidak puas, didukung dengan 22% responden yang merasa cukup puas. Hal tersebut dapat dikarenakan tidak semua pengemudi Go-Ride mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

### **3.3.3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Penggunaan**

Setelah data digali melalui indikator variabel keputusan penggunaan diketahui, berikut akan disajikan tabel rekapitulasi jawaban responden tentang variabel keputusan penggunaan. Rekapitulasi jawaban dilakukan untuk mengetahui secara jelas indikator mana yang memiliki skor diatas rata-rata dan indikator yang memiliki skor dibawah rata-rata. Hasil rekapitulasi jawaban dapat dijadikan dasar

untuk memberikan saran sesuai aspek-aspek yang perlu diperhatikan. Berikut adalah tabel rekapitulasi jawaban responden.

**Tabel 3. 36**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian**

No	Item Pert.	Total Resp.	Skor										Skor Total	Mean
			5		4		3		2		1			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Y <sub>1.1</sub>	100	43	43%	42	42%	13	13%	2	2%	0	0%	426	4,26
2	Y <sub>1.2</sub>	100	32	32%	50	50%	18	18%	0	0%	0	0%	414	4,14
3	Y <sub>1.3</sub>	100	27	27%	43	43%	29	29%	1	1%	0	0%	396	3,96
4	Y <sub>1.4</sub>	100	29	29%	34	34%	21	21%	15	15%	1	1%	375	3,75
5	Y <sub>1.5</sub>	100	27	27%	50	50%	22	22%	1	1%	0	0%	403	4,03
<b>Mean Skor Variabel</b>												2014	4,03	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

**Keterangan:**

Y<sub>1.1</sub> = Pemenuhan Kebutuhan

Y<sub>1.2</sub> = Pertimbangan Sebelum Memutuskan Untuk Menggunakan Layanan Go-Ride

Y<sub>1.3</sub> = Waktu Pengambilan Keputusan

Y<sub>1.4</sub> = Prioritas Pilihan

Y<sub>1.5</sub> = Perasaan Setelah Menggunakan Layanan Go-Ride

Dari Tabel 3.36 di atas diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel keputusan penggunaan adalah 4,03, yang artinya termasuk dalam kategori tinggi. Dari 5 indikator variabel keputusan penggunaan, sebanyak 3 indikator memiliki skor di atas rata-rata skor variabel dan 2 indikator lainnya memiliki skor dibawah rata-rata skor variabel. Indikator dengan skor terendah adalah indikator mengenai prioritas pilihan dengan skor sebesar 3,75. Dimana artinya keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan sudah baik, namun responden

berpendapat keputusan penggunaan perlu ditingkatkan lagi dengan menambah keunggulan layanan Go-Ride.

### 3.3.3.7 Kategorisasi Variabel Keputusan Penggunaan

Kategorisasi yang digunakan dalam variabel ini adalah sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah dan sangat rendah. Pemberian penilaian terhadap variabel keputusan penggunaan menggunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengkategorisasikan tingkatan persepsi responden terhadap variabel keputusan penggunaan. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel keputusan penggunaan, digunakan pengukuran interval dengan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana : I = Interval Kelas

$R$  = Rentang (Skor Tertinggi – Skor Terendah)

$K$  = Jumlah Kelas

Seluruh indikator pada variabel Keputusan Penggunaan terdiri dari 5 indikator, berikut merupakan perhitungan interval kelas untuk variabel ini:

$$I = \frac{(5 \times 5) - (5 \times 1)}{5} = \frac{25 - 5}{5} = 4$$

$$I = 4$$

Dengan demikian kategorisasinya adalah sebagai berikut:

- a. Keputusan Penggunaan Sangat Rendah : 5 – 9
- b. Keputusan Penggunaan Rendah : >9 – 13
- c. Keputusan Penggunaan Cukup Tinggi : >13 – 17

- d. Keputusan Penggunaan Tinggi : >17 – 21
- e. Keputusan Penggunaan Sangat Tinggi : >21 – 25

Berdasarkan kategorisasi dari variabel Keputusan Penggunaan tersebut, maka Keputusan Penggunaan dapat dikatakan baik jika tanggapan responden mengenai 5 indikator variabel Keputusan Penggunaan yang digunakan untuk mengukur dapat menunjukkan hasil yang baik. Sesuai kategori tersebut dan setelah dilakukan inventarisasi skor pada tabel induk, maka diperoleh tabel akumulasi untuk variabel Keputusan Penggunaan yaitu :

**Tabel 3. 37**  
**Kategorisasi Variabel Keputusan Penggunaan**

No	Persepsi	Frekuensi	Presentase (%)
1	Keputusan Penggunaan Sangat Tinggi	39	39%
2	Keputusan Penggunaan Tinggi	39	39%
3	Keputusan Penggunaan Cukup Tinggi	22	22%
4	Keputusan Penggunaan Rendah	0	0%
5	Keputusan Penggunaan Sangat Rendah	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari tabel 3.37 di atas diketahui penilaian responden mengenai variabel keputusan penggunaan sebesar 22% berada pada kategori cukup tinggi. Dimana artinya sebagian konsumen merasa keputusan konsumen untuk menggunakan layanan Go-Ride rendah. Namun, sebesar 39% berada pada kategori tinggi. Lalu sebesar 22% berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini berarti sebagian konsumen lainnya merasa keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan tinggi.

### **3.4 Analisis Data**

Analisis data dilakukan untuk mengetahui jawaban dari hipotesis penelitian, menggunakan metode kuantitatif dimana kesimpulan yang diambil berdasarkan perhitungan dengan bantuan *software* SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for Windows versi 20.0

#### **3.4.1 Analisis Pengaruh Tarif (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) Layanan Go-Ride**

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel tarif (X1) terhadap variabel keputusan penggunaan (Y), maka digunakan analisis meliputi: koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana dan uji t (uji signifikansi) untuk mengetahui pengaruh secara parsial.

##### **3.4.1.1 Analisis Koefisien Korelasi Variabel Tarif Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan**

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila data diolah dengan menggunakan SPSS maka akan dapat diketahui tabel *summary* pada kolom R dapat diketahui besarnya Koefisien Korelasi (R). Koefisien korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel Tarif (X1) dengan variabel Keputusan Penggunaan (Y). Berikut adalah tabel yang menerangkan koefisien korelasi antara tarif terhadap keputusan penggunaan.



**Tabel 3. 38**  
**Koefisien Korelasi Variabel Tarif (X1) Terhadap Variabel Keputusan**  
**Penggunaan (Y)**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,185 <sup>a</sup>	,034	,024	3,037

a. Predictors: (Constant), X1

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Dari tabel perhitungan di atas diperoleh nilai koefisien korelasi antara tarif (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride sebesar 0,185 dimana nilai tersebut terletak pada interval 0,00 – 0,199 (Tabel 1.5). berdasarkan perolehan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tarif memiliki tingkat hubungan sangat rendah dengan keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.

#### **3.4.1.2 Koefisien Determinasi Variabel Tarif Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan Tabel 3.38 diperoleh perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,034. Untuk memperoleh nilai koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) dalam bentuk persentase, maka digunakan persamaan berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{KD} &= (R^2) \times 100\% \\
 &= 0,034 \times 100\% \\
 &= 3,4\%
 \end{aligned}$$

Hasil tersebut berarti, sumbangan yang diberikan Tarif terhadap Keputusan Penggunaan layanan Go-Ride sebesar 3,4%, sedangkan sisanya sebesar 96,6% diperoleh dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

### 3.4.1.3 Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel Tarif Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel Tarif (X1) terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y) layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan dengan alat bantu hitung SPSS. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 39**  
**Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Tarif (X1) Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan (Y)**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,485	2,522		6,139	,000
	X1	,359	,193	,185	1,859	,066

a. Dependent Variable: Y

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.39 diperoleh nilai regresi variabel tarif adalah 0,359 dan nilai konstantanya adalah 15,485. Dari keterangan tersebut maka persamaan regresi untuk variabel tarif adalah sebagai berikut :

$$Y = 15,485 + 0,359X_1$$

Keterangan :

Y = Keputusan Penggunaan

$X_1$  = Tarif

Dari persamaan di atas dapat diartikan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 15,485 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel tarif, maka nilai keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan sebesar 15,485. Artinya jika koefisien tarif bernilai 0 dan keputusan penggunaan bernilai positif yaitu 15,485.
2. Koefisien regresi untuk variabel Tarif ( $X_1$ ) sebesar 0,359 menunjukkan bahwa variabel tarif memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,359. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel tarif sebesar 1 satuan maka keputusan penggunaan juga akan meningkat sebesar koefisien pengalinya yaitu 0,359. Sehingga dapat diartikan semakin murah tarif yang ditawarkan Go-Ride kepada konsumennya, maka semakin tinggi pula keputusan untuk menggunakan layanan Go-Ride atau sebaliknya.

#### **3.4.1.4 Uji T (Uji Signifikansi) Variabel Tarif Terhadap Keputusan Penggunaan**

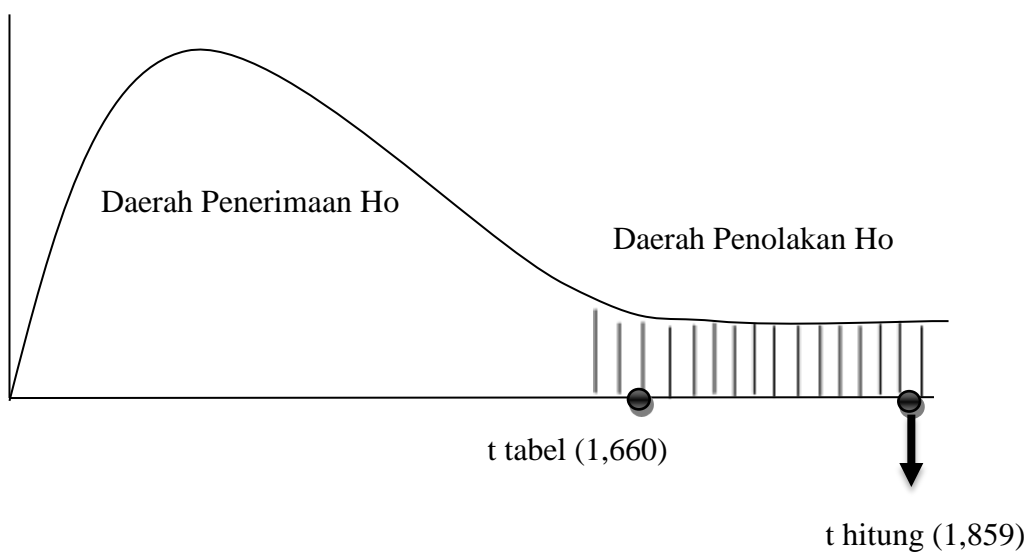
Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen (Y). Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel tarif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Untuk membuktikan hipotesis pertama dalam penelitian ini, maka penulis akan melakukan uji T dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menentukan kriteria hipotesis penelitian :  
Ha : Terdapat pengaruh antara variabel Tarif (X1) terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y) layanan Go-Ride.  
Ho : Tidak terdapat pengaruh antara variabel Tarif (X1) terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y) layanan Go-Ride.
2. Menentukan tingkat keyakinan interval signifikan  $\alpha = 0.05$  atau sangat signifikan 5%.
3. Membandingkan nilai statistik t (t hitung) dengan titik kritis menurut t tabel. Nilai t tabel diketahui dengan melihat t yang disesuaikan dengan *degree of freedom* (df) dengan signifikansi sebesar 5%. Untuk memperoleh df digunakan perhitungan  $df = n - 2$  sehingga  $df = 100 - 2 = 98$ . Sehingga nilai t tabel sebesar 1,660.
4. Ho ditolak apabila t hitung  $>$  t tabel, berarti ada pengaruh antara tarif (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y).
5. Ho diterima apabila t hitung  $<$  t tabel, berarti tidak ada pengaruh antara tarif (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y).

Berdasarkan hasil tersebut dan melihat pada Tabel 3.39 diperoleh hasil t hitung sebesar 1,859 dan nilai t tabel sebesar 1,660 sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung  $>$  t tabel yaitu  $1,859 > 1,660$  yang berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel tarif terhadap variabel keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Bentuk hubungan tarif terhadap keputusan penggunaan adalah positif, ditunjukkan oleh tanda positif pada koefisien regresi.

Hubungan yang positif ini menunjukkan bahwa semakin baik tarif maka akan berdampak pada keputusan penggunaan yang semakin tinggi pula.

**Gambar 3. 1**  
**Uji t (One Tail) Tarif Terhadap Keputusan Penggunaan**



*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

### **3.4.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Layanan Go-Ride**

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel keputusan penggunaan (Y), maka digunakan analisis meliputi: koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana dan uji t (uji signifikansi) untuk mengetahui pengaruh secara parsial.

### 3.4.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila data diolah dengan menggunakan SPSS maka akan dapat diketahui tabel *summary* pada kolom R dapat diketahui besarnya Koefisien Korelasi (R). Koefisien korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan variabel Keputusan Penggunaan (Y). Berikut adalah tabel yang menerangkan koefisien korelasi antara tarif terhadap keputusan penggunaan.

**Tabel 3. 40**  
**Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,588 <sup>a</sup>	,345	,339	2,500

a. Predictors: (Constant), X2

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel perhitungan di atas diperoleh nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride sebesar 0,588 dimana nilai tersebut terletak pada interval 0,40 – 0,599 (Tabel 1.5). berdasarkan perolehan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki tingkat hubungan sedang dengan keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.

### **3.4.2.2 Analisis Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan Tabel 3.40 diperoleh perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,345. Untuk memperoleh nilai koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) dalam bentuk persentase, maka digunakan persamaan berikut :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= (R^2) \times 100\% \\ &= 0,345 \times 100\% \\ &= 34,5\% \end{aligned}$$

Hasil tersebut berarti, sumbangan yang diberikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan layanan Go-Ride sebesar 34,5%, sedangkan sisanya sebesar 65,5% diperoleh dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

### **3.4.2.3 Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan**

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel Keputusan Penggunaan ( $Y$ ) layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan dengan alat bantu hitung SPSS. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 41**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**  
**Terhadap Keputusan penggunaan (Y)**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,112	2,243		1,833	,070
	X2	,225	,031	,588	7,191	,000

a. Dependent Variable: Y

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.41 diperoleh nilai regresi variabel kualitas pelayanan adalah 0,225 dan nilai konstantanya adalah 4,112. Dari keterangan tersebut maka persamaan regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

$$Y = 4,112 + 0,225X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Penggunaan

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan di atas dapat diartikan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 4,112 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, maka nilai keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan sebesar 4,112. Artinya jika koefisien kualitas pelayanan bernilai 0 dan keputusan penggunaan bernilai positif yaitu 4,112.
2. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,225 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,225. Berdasarkan hal tersebut



dapat diartikan bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka keputusan penggunaan juga akan meningkat sebesar koefisien pengalinya yaitu 0,225. Sehingga dapat diartikan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride kepada konsumennya, maka semakin tinggi pula keputusan untuk menggunakan layanan Go-Ride atau sebaliknya.

#### **3.4.2.4 Uji T (Uji Signifikansi) Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen (Y). Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Untuk membuktikan hipotesis kedua dalam penelitian ini, maka penulis akan melakukan uji T dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menentukan kriteria hipotesis penelitian :

Ha : Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y) layanan Go-Ride.

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel Keputusan Penggunaan (X<sub>2</sub>) layanan Go-Ride.

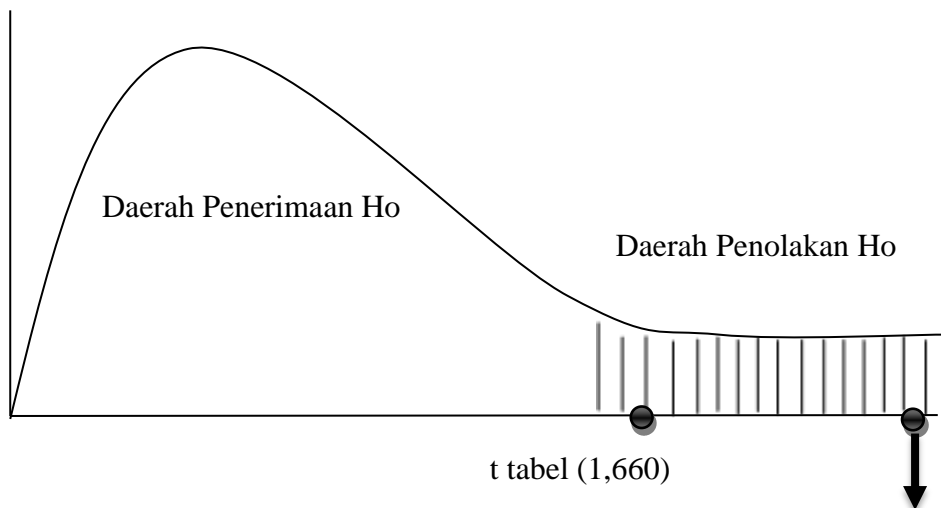
2. Menentukan tingkat keyakinan interval signifikan  $\alpha = 0.05$  atau sangat signifikan 5%.
3. Membandingkan nilai statistik t (t hitung) dengan titik kritis menurut t tabel. Nilai t tabel diketahui dengan melihat t yang disesuaikan dengan *degree of*

*freedom* (df) dengan signifikansi sebesar 5%. Untuk memperoleh df digunakan perhitungan  $df = n - 2$  sehingga  $df = 100 - 2 = 98$ . Sehingga nilai t tabel sebesar 1,660.

4.  $H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y).
5.  $H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y).

Berdasarkan hasil tersebut dan melihat pada Tabel 3.41 diperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebesar 7,191 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $7,191 > 1,660$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Bentuk hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan adalah positif, ditunjukkan oleh tanda positif pada koefisien regresi. Hubungan yang positif ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan berdampak pada keputusan penggunaan yang semakin tinggi pula.

**Gambar 3. 2**  
**Uji t (One Tail) Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan**



*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

t hitung (7,191)

### **3.4.3 Analisis Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan**

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan secara simultan atau bersama-sama maka digunakan analisis meliputi : koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi berganda, analisis regresi linier berganda dan uji F. Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan software SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for Windows versi 20.0.

#### **3.4.3.1 Koefisien Korelasi Berganda**

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan atau kuat tidaknya suatu hubungan antara variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan. Berikut ini adalah tabel yang menerangkan koefisien korelasi berganda tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.

**Tabel 3. 42**  
**Koefisien Korelasi Berganda**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,591 <sup>a</sup>	,349	,336	2,507

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.42 di atas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) antara variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan adalah 0,591 dimana nilai tersebut terletak pada nterval 0,40 – 0,599 (Tabel 1.5). berdasarkan perolehan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tarif dan kualitas pelayanan memiliki tingkat hubungan sedang dengan keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.

#### **3.4.3.2 Koefisien Determinasi Berganda**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel Tarif (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Berdasarkan Tabel 3.42 diperoleh perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,349. Untuk memperoleh nilai koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) dalam bentuk persentase, maka digunakan persamaan berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{KD} &= (R^2) \times 100\% \\
 &= 0,349 \times 100\% \\
 &= 34,9\%
 \end{aligned}$$

Hasil tersebut berarti, sumbangan yang diberikan Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang

Selatan sebesar 34,9%, sedangkan sisanya sebesar 65,1% diperoleh dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

### 3.4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (tarif dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan penggunaan) secara simultan atau bersama-sama. Berikut ini adalah tabel yang menerangkan koefisien linier berganda antara variabel bebas (tarif dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan penggunaan).

**Tabel 3. 43**  
**Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,933	2,773		1,058	,293
	X1	,119	,163	,061	,726	,470
	X2	,220	,032	,575	6,849	,000

a. Dependent Variable: Y

*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.43 diperoleh nilai regresi linier berganda untuk variabel tarif (X1) adalah sebesar 0,119, variabel kualitas pelayanan (X2) adalah sebesar 0,220 dan untuk nilai konstantanya adalah sebesar 2,933. Dari keterangan tersebut maka persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,933 + 0,119X_1 + 0,220X_2$$

Keterangan :

$Y$  = Keputusan Penggunaan

$X_1$  = Tarif

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 2,933 mempunyai arti bahwa tanpa pengaruh dari tarif dan kualitas pelayanan maka besarnya penilaian terhadap variabel keputusan penggunaan adalah sebesar 2,933. Artinya jika variabel tarif dan kualitas pelayanan bernilai 0, maka keputusan penggunaan akan bernilai positif sebesar 2,933.
2. Koefisien regresi variabel tarif adalah sebesar 0,119 yang artinya bahwa variabel tarif memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan adalah sebesar 0,119. Sehingga dapat diartikan jika variabel tarif naik maka akan menyebabkan meningkatnya penilaian terhadap variabel keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah 0,220 yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan adalah sebesar 0,220. Sehingga dapat diartikan jika variabel kualitas pelayanan naik maka akan menyebabkan meningkatnya penilaian terhadap variabel keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.

### 3.4.3.4 Uji F (Uji Signifikansi) Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Untuk mengetahui pengaruh variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan secara simultan atau bersama-sama maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F. Pengujian dilakukan dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for Windows versi 20.0 dimana nilai F pada output SPSS dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3. 44**  
**Hasil Perhitungan Uji F**

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326,615	2	163,308	25,993	,000 <sup>b</sup>
	Residual	609,425	97	6,283		
	Total	936,040	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber : *Data primer yang diolah, 2018*

Untuk membuktikan hipotesis ketiga dalam penelitian ini, maka penulis akan menguji pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menentukan kriteria hipotesis penelitian :

Ha : Terdapat pengaruh antara variabel Tarif (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y) layanan Go-Ride.

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara variabel Tarif (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Keputusan Penggunaan (X2) layanan Go-Ride.

2. Menentukan tingkat keyakinan interval signifikan  $\alpha = 0.05$  atau sangat signifikan 5%.
3. Membandingkan nilai F dengan titik kritis menurut F tabel. Nilai F tabel dapat diketahui dengan mencari df (*Degree of freedom*) terlebih dahulu.

$$df_1 = k - 1$$

$$= 3 - 1$$

$$= 2$$

$$Df_2 = n - k$$

$$= 100 - 3$$

$$= 97$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

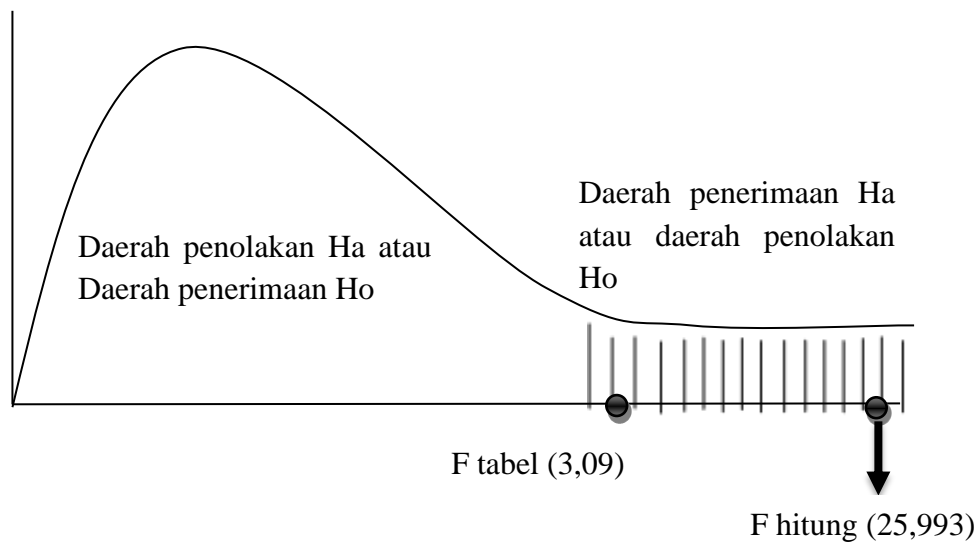
berdasarkan tabel F two tailed dengan signifikansi 0,05 atau 5%, nilai F tabel untuk  $df_1$  dan  $df_2$  adalah 3,09.

4. Pemenuhan kriteria adalah sebagai berikut :
  - Ho diterima apabila  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ , artinya variabel bebas (X) secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel terikat (Y).
  - Ha ditolak apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , artinya variabel bebas (X) secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel (Y).



Berdasarkan hasil tersebut dan melihat pada tabel 3.44 dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $25,93 > 3,09$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sehingga hipotesis ketiga “Terdapat pengaruh positif antara tarif ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan penggunaan ( $Y$ ) layanan Go-Ride.” diterima.

**Gambar 3.3**  
**Kurva Hasil Uji F**



*Sumber : Data primer yang diolah, 2018*

### 3.5 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab seluruh pertanyaan pada rumusan masalah yang tertera di bab 1 yaitu untuk mengetahui pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.

Tarif ( $X_1$ ) merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler dan Armstrong, 2001:439). Tarif Go-Ride diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu kesesuaian tarif dengan manfaat yang diterima, daya saing tarif dengan jasa yang sejenis, kesesuaian tarif dengan kualitas dan fasilitas yang didapat oleh konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, variabel tarif termasuk dalam kategori baik. Dari ketiga indikator terdapat 1 indikator yang memiliki skor dibawah rata-rata skor variabel, yaitu indikator mengenai kesesuaian tarif dengan manfaat yang diterima pelanggan dengan skor sebesar 4,22. Artinya menurut konsumen tarif yang ditawarkan Go-Ride sudah baik, namun responden berpendapat bahwa tarif Go-Ride perlu disesuaikan dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen.

Variabel tarif dapat mempengaruhi keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS nilai koefisien determinasi variabel tarif sebesar 3,4% dan koefisien regresi variabel tarif sebesar 0,359. Hal ini menunjukkan bahwa semakin murah tarif yang ditawarkan Go-Ride maka akan semakin tinggi pula keputusan penggunaan konsumen Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Hasil perhitungan nilai t hitung (1,859) > t tabel (1,660), sehingga Hipotesis pertama yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh positif antara tarif ( $X_1$ ) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.” diterima. Berdasarkan hasil tersebut berarti tarif memiliki sumbangan pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Indira Ryandiani (2010) yang menyatakan bahwa variabel harga tiket

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih maskapai penerbangan Lion Air di Bandara Adisucipto Yogyakarta. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002:152) yang menyebutkan bahwa harga memiliki dua peranan utama dalam mempengaruhi minat beli, yaitu peran alokasi dan peran informasi.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen mengenai tarif Go-Ride sudah baik, namun konsumen merasa bahwa tarif Go-Ride untuk jarak yang cukup jauh dinilai mahal dibandingkan dengan tarif yang ditawarkan oleh layanan lain yang sejenis. Meski demikian, berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi variabel tarif hanya memberikan sumbangan sebesar 3,4% terhadap keputusan penggunaan. Artinya meskipun tarif Go-Ride untuk jarak jauh dinilai mahal, hal tersebut tidak terlalu mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan layanan Go-Ride dikarenakan mobilitas masyarakat Kota Tangerang Selatan yang tinggi dan masyarakat membutuhkan transportasi yang cepat dan praktis, terlebih lagi Kota Tangerang Selatan merupakan daerah yang rawan terjadi kemacetan. Meskipun demikian, akan lebih baik jika manajemen Go-Jek menyesuaikan tarif layanan Go-Ride dengan pesaingnya dengan cara menetapkan tarif yang selisihnya tidak terlalu jauh dengan pesaingnya atau tarif yang ditawarkan Go-Ride perlu disesuaikan untuk jarak tempuh yang jauh supaya tidak terlalu mahal sehingga konsumen tidak merasa keberatan dengan tarif yang dibebankan Go-Ride kepada konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan

ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2008:85). Kualitas pelayanan Go-Ride diukur menggunakan 19 indikator. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan Go-Ride termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan rata-rata skor variabel kualitas pelayanan sebesar 3,75. Dari 19 indikator yang ada, terdapat 8 indikator yang memiliki skor dibawah rata-rata skor variabel kualitas pelayanan. Indikator dengan skor terendah adalah indikator mengenai fasilitas yang diberikan berupa *showercap* yang memiliki rata-rata hanya sebesar 2,12. Artinya menurut konsumen kualitas pelayanan Go-Ride sudah baik, namun kualitas pelayanan Go-Ride perlu ditingkatkan lagi.

Variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS nilai koefisien determinasi variabel kualitas pelayanan sebesar 34,5% dan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,225. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride maka akan semakin tinggi pula keputusan penggunaan konsumen Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Hasil perhitungan nilai  $t$  hitung (7,191) >  $t$  tabel (1,660), sehingga Hipotesis kedua yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan penggunaan ( $Y$ ) layanan Go-Ride.” diterima. Berdasarkan hasil tersebut berarti kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Pandu Wijanarko (2014) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan penggunaan Kereta Api Fajar Utama Semarang relasi Semarang-Jakarta. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2014:42) yang menyebutkan bahwa pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan yang sesuai harapan dan keinginan akan mempengaruhi pengambilan keputusan.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan Go-Ride sudah baik, namun konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan Go-Ride perlu ditingkatkan lagi. Kualitas pelayanan Go-Ride dapat lebih ditingkatkan dengan cara memberikan fasilitas yang lengkap (helm, masker, dan *showercap*) serta dalam keadaan yang baik kepada konsumen. Selain itu pengemudi Go-Ride juga perlu meningkatkan kecepatan dalam melayani konsumen. Dengan fasilitas yang lengkap dan dalam keadaan yang baik serta kecepatan pengemudi dalam melayani konsumen akan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara dengan layanan Go-Ride.

Keputusan penggunaan atau keputusan pembelian adalah tindakan nyata, dan merupakan suatu tindakan yang meliputi keputusan tentang jenis produk, merek, harga, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran. (Basu Swastha, 2002:25). Keputusan penggunaan Go-Ride diukur dengan menggunakan 5 indikator. Yaitu indikator mengenai pemenuhan kebutuhan, pertimbangan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan, waktu pengambilan keputusan, prioritas pilihan dan perasaan setelah menggunakan layanan. Berdasarkan hasil penelitian, variabel keputusan penggunaan termasuk dalam

kategori baik, ditunjukkan dengan rata-rata skor variabel keputusan penggunaan sebesar 4,03. Dari kelima indikator, terdapat 2 indikator dengan skor dibawah rata-rata skor variabel keputusan penggunaan. Indikator dengan skor terendah adalah indikator mengenai prioritas pilihan. Artinya keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan sudah baik, namun konsumen merasa Go-Ride perlu meningkatkan keunggulannya.

Variabel tarif dan variabel kualitas pelayanan bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang selatan. Berarti semakin baik tarif yang ditawarkan Go-Ride dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride maka kedua variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi variabel tarif dan kualitas pelayanan sebesar 34,9% dan hasil uji regresi linier berganda variabel tarif sebesar 0,119 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,220 serta F hitung variabel tarif dan kualitas pelayanan sebesar 25,993 dimana nilai f tersebut lebih besar daripada f tabel sebesar 3,09, maka Hipotesis keempat yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh positif antara tarif (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.” diterima. Berdasarkan hasil tersebut berarti tarif dan kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Satrio Pamungkas (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tarif dan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan

Citilink. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler (1997:151) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa atribut yang dijadikan pertimbangan dalam keputusan pembelian, yang diantaranya adalah harga/tarif produk dan kualitas produk.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa tarif dan kualitas pelayanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan menurut konsumen dinilai sudah baik, namun keputusan penggunaan layanan Go-Ride yang dinilai oleh perusahaan masih belum sesuai target dari perusahaan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada pengguna layanan Go-Ride diketahui bahwa sebagian konsumen tidak menjadikan layanan Go-Ride sebagai prioritas utama dalam menggunakan jasa transportasi ojek online. Hal tersebut dapat dikarenakan banyaknya alternatif pilihan yang membuat konsumen dapat memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhannya, karena setiap alternatif layanan ojek online memiliki keunggulannya masing-masing. Untuk dapat meningkatkan keputusan penggunaan, Go-Ride perlu menambah keunggulan, misalnya menambah beberapa fitur dalam aplikasinya seperti fitur telepon dalam aplikasi sehingga privasi konsumen lebih terjaga, fitur untuk memilih pengemudi, dan fitur untuk mengubah lokasi tujuan. Go-Ride juga perlu menambahkan fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara. Hal ini disarankan untuk perusahaan agar tercapainya target perusahaan.