FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MEMILIH TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI

By Nur Elfi Husda

WORD COUNT 3889

TIME SUBMITTED 25-JAN-2019 09:24AM

PAPER ID 43837466

Jurnal Manajemen Indonesia (VOL, PAGE, YEAR)
Online ISSN : 2502-3713 | Print ISSN : 1411-7835

This Journal is available in Telkom University online Journals

Jurnal Manajemen Indonesia

Journal homepage: journals.telkomuniversity.ac.id/ijm

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MEMILIH TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI

Nur Elfi Husda[1], Nurhaliafitrah[2]
[1] Prodi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
[2] Prodi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia

Abstract
The existence of service application for ojek and taxi order is a solution for people who have difficult using public transport because it is more accesible and can pick up customers to their homes or office. This study aim to determine the factors that influence customer decisions in using application-based taxi bike like Go-Jek. This research was conducted on the students of Putera Batam University with a total of 100 students. The population in this study were students of Putera Batam University who had used the Go-Jek application. The sample size in this study is 100 samples with sampling technique using insidental sampling method and is estimated to represent the population. Data analysis method used in this research is quantitative analysis descriptively of the factors that influence students in using the services of Go-Jek. The results showed that service quality factors that influence student decisions to choose transportation services based on taxi bike service orders consist of 6 factors: service, vehicle completeness, security, trust, responsiveness and reliability. The most dominant factor is the service factor.

Keywords: *Application-based transportation, service quality, customer decisions*

Abstrak

Hadirnya aplikasi layanan order ojek dan taxi menjadi solusi bagi masyarakat yang kesulitan untuk menggunakan angkutan umum karena lebih mudah diakses serta bisa menjemput pelanggan sampai ke rumah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan transportasi berbasis aplikasi yaitu Go-Jek. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Putera Batam dengan jumlah responden sebanyak 100 mahasiswa. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Putera Batam yang pernah menggunakan aplikasi Go-Jek. Penentuan besarnya sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 sampel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling dan diperkirakan dapat mewakili populasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif secara deskriptif yaitu mendeskriptifkan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan jasa Go-Jek. Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk memilih transportasi berbasis aplikasi layanan order ojek terdiri dari 6 faktor yaitu pelayanan, kelengkapan kendaraan, keamanan, kepercayaan, tanggap dan keandalan dimana faktor yang paling dominan adalah faktor pelayanan.

Kata Kunci: Transportasi berbasis aplikasi, kualitas layanan, keputusan pelanggan

I. PENDAHULUAN

Manusia membutuhkan transportasi untuk melakukan kegiatan sehari-hari, baik sebagai alat untuk bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain maupun untuk mengantarkan barang ke tempat tujuan. Transportasi dapat berupa transportasi darat, laut dan udara. Kendaraan bermotor baik sepeda motor maupun mobil merupakan

Article info
Received (dd/month/year)
Revised (dd/month/year)
Accepted (dd/month/year)
Corresponding_author@email.com

transportasi darat yang paling banyak digunakan, di Indonesia sepeda motor merupakan kendaraan yang paling banyak digunakan karena lebih hemat dan harganya lebih murah dibandingkan dengan mobil.

Jenis transportasi umum di kota Batam saat ini yaitu bus (Damri, Trans Batam, angkot, taxi dan ojek). Berdasarkan data dari Samsat Batam setiap tahunnya selalu ada pertumbuhan jumlah kendaraan di kota Batam, sampai dengan akhir Mei 2016 tercatat jumlah kendaraan di kota Batam sebanyak 704.266 unit yang terdiri dari sepeda motor sebanyak 587.241 unit, mobil sebanyak 117.025 unit. Pada Juni 2013 jumlah kendaraan di kota Batam 630.234, dengan banyaknya jumlah kendaraan tersebut tentu saja mudah mengakibatkan kemacetan.

Penggunaan internet juga terus meledak di seluruh dunia dengan digital sebagai sumber keunggulan kompetitif yang semakin penting baik dalam sistem pemasaran B2B (Business to business) atau B2C (business to costumer), banyak perhatian telah dipusatkan pada peluang pemasaran digital yang luar biasa (Leeflang, Verhoef, Dahlström, & Freundt, 2014). Demikian juga yang berkaitan dengan pemasaran, walaupun ekonomi mengalami perlambatan, e-commerce yaitu perdagangan elektronik yang memanfaatkan internet dan iklan di internet terus berkembang. Pada tahun 2011pendapatan iklan google melampaui $36 milyar dan iklan-iklan di internet terus berkembang setiap tahunnya yang diperkirakan lebih dari 10% setiap tahunnya. Pada tahun 2012 iklan google telah menyapai $39.5 milyar (Laudon & Laudon, 2015:8).

Fenomena transportasi online berkembang sangat pesat di Indonesia, pelaku bisnis saling berkompetisi untuk mendapatkan pelanggan, hal ini karena smartphone sudah dimiliki oleh hampir seluruh masyarakat dari berbagai lapisan di Indonesia, hal ini tentu saja menjadi. Fenomena transportasi online di Indonesia melibatkan banyak kompetisi pelaku bisnis. Ojek online yang semakin menjamur di Indonesia mengakibatkan perang tarif dari pelaku bisnis transportasi berbasis online. Hal ini diperlukan pemantauan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), sejak tahun 2016 KPPU melakukan pemantauan terhadap tarif ojek online yang ada. Saat ini transportasi berbasis aplikasi yang beroperasi di Indonesia diantaranya adalah GO-JEK, Grab, Uber, WakJek, TopJek, TeknoJek, OjekArgo dan lain-lain. Pada beberapa daerah transportasi online masih kisruh, hal ini disebabkan kelamahan peraturan yang mengaturnya, demikian juga di Kota Batam, kehadiran GO-JEK di Batam dianggap tidak memiliki izin, selain itu kehadiran transportasi online lainnya juga diprotes pelaku usaha transportasi konvesional di Batam. Dinas perhubungan Batam dan Provinsi pun akhirnya menutup kantor Go-Jek tersebut dan meminta Go-Jek mengurus ijin, sementara masyarakat masih tetap berminat menggunakan jasa Go-Jek karena dinilai lebih murah dan mudah mendapatkannya.

Hadirnya aplikasi layanan order ojek dan taxi menjadi solusi bagi masyarakat yang kesulitan untuk menggunakan angkutan umum karena lebih mudah diakses serta bisa menjemput pelanggan sampai ke rumah. Go-Jek lebih mudah diakses dari pada ojek biasa dimana pelanggan harus datang kepangkalan ojek untuk mendapatkan layanan antar, sementara dengan menggunakan aplikasi Go-Jek, pelanggan dapat menunggu dirumah tanpa harus berjalan ke pangkalan ojek untuk mendapatkan layanan. Aplikasi panggilan taksi semakin populer karena efisiensi pengiriman taksi yang menganggur ke penumpang yang membutuhkan (Tong et al., 2017). Dengan meningkatnya kesadaran dan manfaat unik dari aplikasi taksi, kemungkinan besar akan mengganti saluran radio selama bertahun-tahun (W. Y. Chan, L. N. Chang, K. Lau, K. T. Law, & J. Lei, 2016). Penumpang di Thailand mengemukakan bahwa dengan menggunakan aplikasi GrabTaxi perjalanan lebih cepat, pasti, aman dan nyaman sehingga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan GrabTaxi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam hal ini mahasiswa Universitas Putera Batam dalam menggunakan jasa Go-Jek serta untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan yang menentukan keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa Go-Jek.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Aplikasi Transportasi

Call Taxi Application (CTA) adalah aplikasi ponsel cerdas dimana penumpang dapat dengan mudah mendapatkan informasi taxi melalui ponsel dan informasinya akan dikirim kesemua driver yag menggunakan terminal driver CTA (Peng, Wang, He, Guo, & Lin, 2014). Perusahaan transportasi online memberikan harga sangat rendah serta layanan gratis kepada konsumen yang memesan mobil melalui aplikasi mereka untuk pertama

kalinya. Apalagi beberapa jenis mobil yang dioperasikan memiliki kualitas lebih tinggi daripada taxi dan menawarkan layanan yang lebih baik. (Zhang & Lu, 2016). Karena munculnya dukungan fitur-fitur teknologi pada smartphone serta berkembangnya teknologi berbasis aplikasi android mampu mendukung dan meminimalisir resiko dalam hal waktu, kemudahan, biaya dan keamanan menggunakan moda transportasi. (Amajida, 2016). Layanan transportasi online memiliki karakteristik unuk diantara layanan m-commerce lainnya dalam hal sifat layanannya karena memiliki perbedaan proses pelayanan, melibatkan layanan fisik yang tidak dapat dipisahkan seperti pengendara, kendaraan dan lainnya serta kecendrungan pengguna menggunakan layanan berulang kali (Silalahi, Handayani, & Munajat, 2018)

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu studi tentang bagaimana memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen baik individu, kelompok maupun organisasi dalam memilih, menggunakan, membeli, serta menempatkan barang, jasa, ide ataupun pengalaman. (Kotler & Keller, 2009). Perilaku konsumen merupakan hubungan hubangan yang dinamis antara pengaruh serta situasi perilaku dan kejadian yang ada disekitar lingkungan dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam kehidupan mereka(Paul & Olson, 2010).

Dalam berbelanja menggunakan fasilitas internet pada sebuah situs belanja, faktor kesetiaan konsumen merupakan faktor yang menentukan keputusan konsumen untuk terus berbelanja atau tidak (Park & Kim, 2003). Niat untuk terlibat dalam pembelian online adalah pertukaran, kepercayaan, kepuasan dan kreativitas penjual yang merupakan kekuatan cukup besar bagi niat konsumen untuk terlibat dalam perilaku pembelian konsumen (Shiau & Meiling Luo, 2012).

Kualitas Pelayanan

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan dimana dengan meningkatkan kualitas layanan akan meningkatkan niat konsumen yang akan menguntungkan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009), Tangibles dan Emphaty dalam hal ini penampilan disik, kebersihan dan penampilan dalam pelayanan merupakan unsur penting yang harus diperhatikan untuk menentukan kepuasan layanan (Jeoung-Hak, Hyun-Duck, ong Jae, & Michael, 2011).

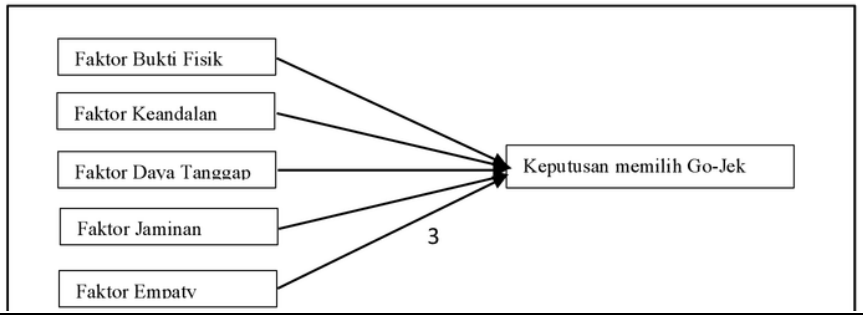
Pengguna transportasi umum paling menghargai layanan berupa waktu tunggu, kebersihan dan kenyamanan dari transportasi dibandingkan kebaikan pengemudi, hunian bus dan waktu perjalanan (dell' Olio, Ibeas, & Cecin, 2011). Kepuasan pelanggan terhadap transportasi umum dapat ditingkatkan dengan meningkatan persepsi pelanggan tentang waktu tunggu, keadaan di kendaraan umum, frekuensi dan kinerja tepat waktu serta keamanan terminal (Morfoulaki, Tyrinopoulos, & Aifadopoulou, 2007).

Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen merupakan pilihan terhadap dua atau lebih dari beberapa pilihan yang disediakan untuk mengambil suatu keputusan (Schiffman & Kanuk, 2008). Terdapat 5 (lima) tahap dalam proses keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, pertimbagan dari beberapa pilihan, keputusan dan perilaku konsumen pasca pembelian (Kotler & Keller, 2009)

Kerangka Berfikir Penelitian

Berikut adalah kerangka berfikir penelitian:



Gambar 1. Kerangka berfikir Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh (W. Y. Chan et al., 2016) dengan judul "*Taxi App Market Analysis in Hong Kong*" menyatakan bahwa Saat ini ada sekitar 20 aplikasi taksi di Hong Kong, model bisnis umum mereka adalah memasok secara otomatis pencocokan dan layanan komunikasi langsung antar pengemudi dan calon penumpang. Untuk mendapatkan efisiensi ekonomi dikenakan biaya berlangganan bulanan untuk mendapatkan keuntungan dari pengemudi yang menikmati efisiensi ekonomi yang disediakan oleh aplikasi. Pasar aplikasi taksi di Hong Kong mempunyai potensi yang menjanjikan, namun masih berupa transisi dari tradisional ke yang didominasi aplikasi. Dengan meningkatkan kesadaran dan manfaat aplikasi taksi yang unik sangat memungkinkan untuk menggantikan saluran radio yang sudah ada selama bertahun-tahun.

Penelitian (Ackaradejruangsri, 2015) dengan judul "*Insights on GrabTaxi: An Alternative Ride Service in Thailand*" menyatakan bahwa perjalanan yang cepat, kepastian, keamanan perjalanan dan kenyamanan perjakanan menjadi faktor yang paling berpengaruh dibalik keputusan mereka menggunakan GrabTaxi. Supir taksi menilai kebebasan waktu, banyaknya salurang yang terhubung dengan penumpang, sistem yang efisien, pendapatan yang lebih tinggi dan kesejahteraan menjadi motivasi mereka untu berpartisipasi. Namun kekhawatiran dan tantangan tetap ada yaitu praktek tradisional dan peraturan merupakan tantangan kedepannya.

Penelitian (Zhang & Lu, 2016) dengan judul "*Factors Affecting the Demand for the Taxi – Evidence from Zhejiang, China*" menemukan bahwa empat faktor yang menarik perhatian konsumen saat mereka memilih aplikasi pemesanan mobil yang berbeda. Faktor-faktor ini adalah diskon yang diberikan oleh perusahaan transportasi online yang berbeda, berbagai jenis mobil yang dioperasikan oleh perusahaan transportasi online, waktu yang dibutuhkan untuk tanggapan pengemudi. Dari survei tersebut, diskon yang ditawarkan oleh perusahaan transportasi online yang berbeda sangat menarik konsumen.

Penelitian (Pangaribuan, Wijaya, & Mahadewi, 2016) dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Menggunakan Transportasi Berbasis Aplikasi di PT Go-Jek Indonesia" yang menyatakan bahwa 5 faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam menggunakan aplikasi Go-Jek adalah faktor eksternal, faktor psikologis, faktor internal, faktor motivasi dan faktor menghemat tenaga dimana dari faktor-faktor tersebut yang paling memiliki kontribusi terbesar adalah faktor eksternal yaitu referensi, budaya, hemat, persaingan harga, persepsi keamanan dan kepercayaan dalam menggunakan internet.

Penelitian (Pratiwi & Djawoto, 2017) dengan judul "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Grab-Car di Surabaya" menyatakan bahwa variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Grab-Car terdiri dari empat variabel yaitu variabel harga, promosi, kualitas pelayanan dan persepsi pemanfaatan, dari semua variabel tersebut, yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Grab-car adalah harga, kemudian diikuti oleh faktor kemanfaatan, faktor kualitas pelayanan dan faktor promosi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujutan untuk menjelaskan serta meringkas faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih jasa Go-Jek serta faktor apa yang paling dominan dalam mempengaruhi mahasiswa memilih jasa Go-Jek. Penelitian dilaksanakan di Universitas Putera Batam. Pengambilan data dilaksanakan dalam kurun waktu bulan Juni 2018 sampai dengan September 2018.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Putera Batam yang pernah menggunakan aplikasi Go-Jek. Penentuan besarnya sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 sampel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling dan diperkirakan dapat mewakili populasi. Untuk populasi adalah 6.180 yaitu jumlah mahasiswa Universitas Putera Batam tahun 2018.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif secara deskriptif yaitu mendeskriptifkan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Putera Batam dalam menggunakan jasa Go-Jek dengan menggunakan SPSS Statistik 21

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu 63% sedangkan laki-laki hanya 37% dari 100 jumlah responden.

Responden berdasarkan program studi yang ada pada tabel 4.2 menunjukan bahwa responden terbanyak dari program studi manajemen sebanyak 53%, dari program studi akuntasi sebanyak 17%, program studi teknik informatika 7%, sementara responden paling sedikit dari program studi bahasa Inggris sebanyak 2%.

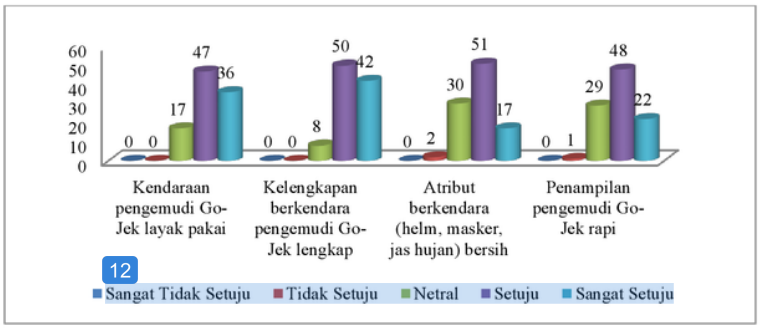
Deskripsi responden berdasarkan pernah menggunakan Go-Jek lebih dari dua kali adalah bahwa 79% responden sudah menggunakan Aplikasi Go-Jek lebih dari dua kali, dan 21% menggunakan Go-Jek kurang dari dua kali

Deskripsi berdasarkan responden yang memiliki sepeda motor adalah bahwa 84% responden sudah memiliki sepeda motor dan 16% responden tidak memiliki sepeda motor. Dari hasil uji validitas menunjukan signifikan bagi seluruh indikator serta item pernyataan dalam arti bahwa variabel yang digunakan dalam kuesioner memenuhi syarat validitas. Sementara dari hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach alpha (α)* menunjukan bahwa variabel penelitian ini *realiable,* hal ini dapat dilihat dari hasi nilai *koefisien alpha* masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,7.

A. Deskripsi Data Penelitian

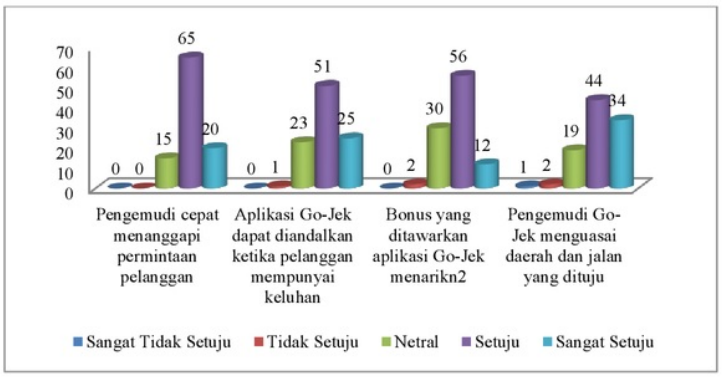
Berikut adalah tanggapan responden berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada responden:

1) Variabel Bukti Fisik



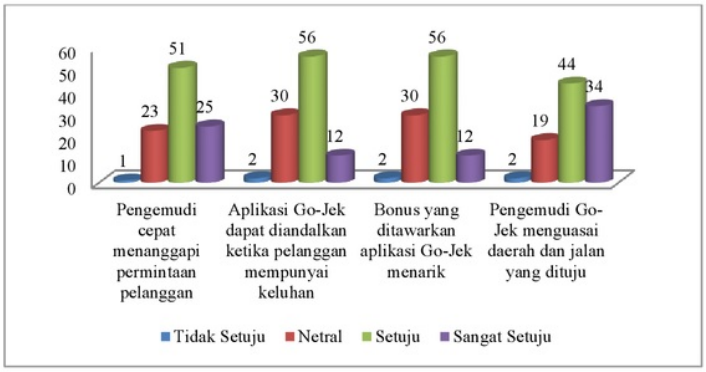
Gambar 2 Tanggapan responden terhadap variabel Bukti fisik

2) Keandalan



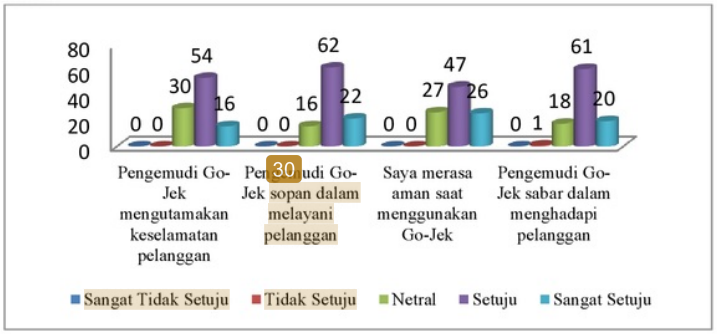
Gambar 3 Tanggapan responden terhadap variabel Keandalan

3) Daya Tanggap



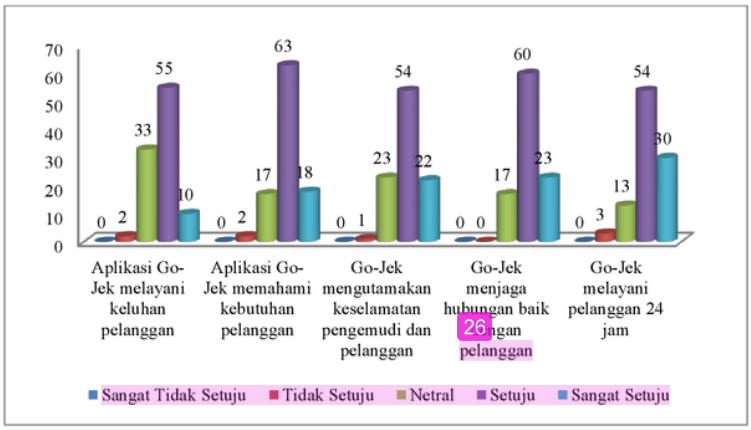
Gambar 4 Tanggapan responden terhadap variabel Daya Tanggap

4) Jaminan



Gambar 5 Tanggapan responden terhadap variabel Jaminan

5) Emphaty



Gambar 6 Tanggapan responden terhadap variabel Emphaty

B. Hasil Analisis Faktor

Pengujian Variabel Secara Keseluruhan dan Uji Kecukupan Data

Pengujian variabel secara keseluruhan dan pengujian kecukupan data dapat menggunakan statistik KMO (*Kaiser Mayer Olkin*) yang digunakan untuk mengetahui kelayakan analisis faktor dan *Barlett Test Sphericity* dengan nilai signifikan < 0.05. Analisis faktor layak dilakukan bila nilai KMO antara 0.5 sampai 1. Jika nilai KMO dibawah 0.05 maka analisis faktor tidak layak dilakukan. Berikut adalah hasil uji *Barlett Test Sphericity* dan *KMO*.

Tabel 1. Hasil Uji KMO dan *Barlett Test Sphericity*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1052.422
	df	351
	Sig.	0.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil KMO pada tabel 1 menunjukan nilai 0.773 dengan nilai signifikan 0.000, ini menunjukan bahwa nilai 0.773 > 0.5 dan signifikansi 0.000 < 0.05 yang menunjukan bahwa variabel dan sampel dapat di analisis lebih lanjut.

Berikut adalah tabel *Anti-Image Matrices* yang digunakan untuk menguji hasil validitas indikator penelitian.

Tabel 2. Anti-Image Matrices

Variabel	MSA
Q1	0.753
Q2	0.797
Q3	0.810
Q4	0.810
Q5	0.714
Q6	0.802
Q7	0.853
Q8	0.807
Q9	0.645
Q10	0.850
Q11	0.879
Q12	0.792
Q13	0.784
Q14	0.790
Q15	0.872
Q16	0.763
Q17	0.865
Q18	0.778
Q19	0.821
Q20	0.844
Q21	0.855
Q22	0.785

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel 2 menunjukan hasil uji validitas yang terdiri dari 22 pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid karena seluruh nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1 dan seluruh variabel dapat dianalisis lebih lanjut.

Jumlah Faktor

Jumlah faktor dapat ditentukan dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis* (PCA) untuk mentransdormasikan variabel-variabel awal yang saling berkorelasi dengan variabel yang baru. Metode ini jumlah faktor yang ada dalam model didasarkan pada nilai *eigenvalue* diatas 1.

Tabel 3. Nilai *Eigenvalue* dan *Persentace of Variance*

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.414	29.155	29.155	6.414	29.155	29.155	2.687	12.216	12.216
2	1.982	9.009	38.164	1.982	9.009	38.164	2.657	12.078	24.294
3	1.656	7.525	45.690	1.656	7.525	45.690	2.561	11.639	35.933
4	1.370	6.228	51.918	1.370	6.228	51.918	2.258	10.263	46.195
5	1.162	5.283	57.201	1.162	5.283	57.201	1.769	8.041	54.236
6	1.012	4.598	61.799	1.012	4.598	61.799	1.664	7.563	61.799
7	.902	4.098	65.897						
8	.863	3.925	69.822						
9	.802	3.646	73.469						
10	.787	3.577	77.046						
11	.673	3.060	80.105						
12	.615	2.797	82.902						
13	.588	2.672	85.573						
14	.546	2.483	88.057						
15	.471	2.141	90.198						

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
16	.433	1.968	92.166						
17	.372	1.693	93.859						
18	.316	1.438	95.297						
19	.291	1.325	96.621						
20	.276	1.257	97.878						
21	.235	1.069	98.947						
22	.232	1.053	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan tabel 3 terdapat 6 faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* lebih dari 1 yaitu: Faktor 1 memiliki variance sebesar 29.115% dengan nilai *eigenvalue* 6.414, kemudian faktor 2 dengan nilai variance 9.009% dengan nilai *eigenvalue* 1.982, faktor 3 dengan nilai variance 7.525% dengan nilai *eigenvalue* 1.656, faktor 4 dengan nilai variance 6.228% dengan nilai *eigenvalue* 1.370, faktor 5 dengan nilai variance 5.283% dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1.162 dan faktor 6 dengan nilai variance sebesar 4.598% dengan nilai *eigenvalue* 1.012. Total keenam variabel tersebut adalah 61.799% dalam arti keenam faktor tersebut mampu menjelaskan variasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih Go-Jek.

Rotasi Faktor

Rotasi faktor digunakan untuk menjelaskan apakah faktor yang terbentuk sudah signifikan dan berbeda dengan faktor lain. Rotasi faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah rotasi *Varimax*, dimana rotasi ini dapat digunakan karena memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan menggunakan teknik rotasi yang lain. Nilai faktor loading minimum adalah 0.50 jika variabel memiliki nilai faktor loading kurang dari 0.5 maka akan dikeluarkan dari model. Tabel berikut akan menerangkan pengelompokan variabel berdasarkan nilai faktor loading.

Tabel 4. Nilai Faktor Loading Variabel

Rotated Component Matrix[a]

	Component 1	2	3	4	5	6
Q1	-.199	.649	.044	.360	-.021	.217
Q2	.114	.724	.090	.179	.016	-.027
Q3	.280	.738	.139	-.029	.150	.062
Q4	.308	.721	.167	.067	.009	.090
Q5	-.061	.224	-.061	.184	.676	.396
Q6	.368	.055	.202	.009	.207	.665
Q7	.037	.316	.328	.034	-.067	.593
Q8	-.121	.329	.631	.068	.305	.182
Q9	.015	-.093	.199	.104	.808	.025
Q10	.378	.138	.490	.136	.122	.109
Q11	.310	.266	.405	.277	.177	.094
Q12	.143	.198	.157	.497	.438	-.103
Q13	.129	.137	.137	.465	.273	-.268
Q14	.033	.170	.149	.789	.025	.232
Q15	.143	.076	.317	.708	.108	.130
Q16	.013	-.052	.754	.255	-.084	.168
Q17	.253	.161	.703	.156	.124	.007
Q18	.386	-.034	.043	.378	.193	.600
Q19	.773	.250	-.036	.096	.126	.170

Rotated Component Matrix[a]

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Q20	.623	.294	.010	.322	.092	.141
Q21	.589	.118	.460	.091	-.013	.026
Q22	.681	-.035	.259	-.062	-.296	.097

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.[a]
a. Rotation converged in 10 iterations.

Tabel 5 Berikut adalah hasil loading faktor yang disederhanakan dari hasil tabel 4 yaitu tabel nilai faktor loading variabel

Tabel 5. Nilai Faktor Loading Tiap Faktor

No	Variabel	Faktor 1: Pelayanan	Faktor 2: Kelengkapan Kendaraan	Faktor 3: Keamanan	Faktor 4: Kepercayaan	Faktor 5: Tanggap	Faktor 6: Keandalan
1	Q19	0.773					
2	Q20	0.623					
3	Q21	0.589					
	Q22	0.681					
5	Q1		0.649				
6	Q2		0.724				
7	Q3		0.738				
8	Q4		0.721				
9	Q8			0.631			
10	Q16			0.754			
11	Q17			0.703			
12	Q14				0.789		
13	Q15				0.708		
14	Q5					0.676	
15	Q9					0.808	
16	Q6						0.665
17	Q7						0.593
18	Q18						0.600

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 5 yang sudah disederhanakan nilai faktor loading variabelnya dapat disimpulkan bahwa dari 22 item pertanyaan dapat dikelompokan bahwa faktor 1 yang terdiri dari item pertanyaan Q19, Q20, Q21 dan Q22 yang diberi nama faktor Pelayanan, kemudian faktor 2 dari item pertanyaan Q1, Q2, Q3 dan Q4 yang diberi nama faktor Keandalan Kendaraan, faktor 3 terdiri dari item pertanyaan Q8, Q16 dan Q17 yang diberi nama faktor Keamanan, item pertanyaan faktor 4 yang dikelompokan dari item pertanyaan Q14 dan Q15 yang diberi nama faktor Kepercayaan, kemudian faktor 5 yang terdiri dari pengelompokan item pertanyaan Q5 dan Q9 yang diberi nama faktor Tanggap, kemudian faktor 6 yang terdiri dari pengelompokan item pertanyaan Q6, Q7 dan Q18 yang diberi nama faktor Keandalan.

Tabel 6 berikut menunjukan hasil loading faktor yang terdiri dari 6 faktor dan variabel yang membentuk faktor tersebut.

Tabel 6. Hasil Loading Faktor

Nama Faktor	Variabel yang Membentuk Faktor	Keragaman Total	Loading
Faktor 1: Pelayanan	(Q19) Aplikasi Go-Jek memahami kebutuhan pelanggan	29.155%	0.773
	(Q20) Go-Jek mengutamakan keselamatan pengemudi dan pelanggan		0.623
	(Q21) Go-Jek menjaga hubungan baik dengan pelanggan		0.589
	(Q22) Go-Jek melayani pelanggan 24 jam		0.681
Faktor 2: Kelengkapan kendaraan	(Q1) Kendaraan pengemudi Go-Jek layak pakai	9.009%	0.649
	(Q2) Kelengkapan berkendara pengemudi Go-Jek lengkap		0.724
	(Q3) Atribut berkendara (helm, masker, jas hujan) bersih		0.738
	(Q4) Penampilan pengemudi Go-Jek rapi		0.721
Faktor 3: Keamanan	(Q8) Pengemudi Go-Jek menguasai daerah dan jalan yang dituju	7.525%	0.631
	(Q16) Saya merasa aman saat menggunakan Go-Jek		0.754
	(Q17) Pengemudi Go-Jek sabar dalam menghadapi pelanggan		0.703
Faktor 4: Kepercayaan	(Q14) Pengemudi Go-Jek mengutamakan keselamatan pelanggan	6.228%	0.789
	(Q15) Pengemudi Go-Jek sopan dalam melayani pelanggan		0.708
Faktor 5: Tanggap	(Q5) Pengemudi cepat menanggapi permintaan pelanggan	5.283%	0.676
	(Q9) Pengemudi Go-Jek cepat tanggap terhadap pesanan pelanggan		0.808
Faktor 6: Keandalan	(Q6) Aplikasi Go-Jek dapat diandalkan ketika pelanggan mempunyai keluhan	4.598%	0.665
	(Q7) Bonus yang ditawarkan aplikasi Go-Jek menarik		0.593
	(Q18) Aplikasi Go-Jek melayani keluhan pelanggan		0.600

SIMPULAN

Berdasarakan hasil penelitian dan pembahasan, disimpulkan bahwa keputusan mahasiswa memilih transportasi berbasis aplikasi Go-Jek terdiri dari enam faktor yaitu:

1. Faktor Pelayanan (faktor 1) yang meliputi aplikasi Go-Jek memahami kebutuhan pelanggan, Go-Jek mengutamakan keselamatan pengemudi dan pelanggan, Go-Jek menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan Go-Jek melayani pelanggan 24 jam.
2. Faktor Kelengkapan Kendaraan (faktor 2) yang meliputi Kendaraan pengemudi Go-Jek layak pakai, Kelengkapan berkendara pengemudi Go-Jek lengkap, Atribut berkendara (helm, masker, jas hujan) bersih dan Penampilan pengemudi Go-Jek rapi.
3. Faktor Keamanan (faktor 3) yang meliputi Pengemudi Go-Jek menguasai daerah dan jalan yang dituju, Pelanggan merasa aman saat menggunakan Go-Jek dan Pengemudi Go-Jek sabar dalam menghadapi pelanggan.
4. Faktor Kepercayaan (faktor 4) yang meliputi Pengemudi Go-Jek mengutamakan keselamatan pelanggan dan Pengemudi Go-Jek sopan dalam melayani pelanggan
5. Faktor Tanggap (faktor 5) yang meliputi Pengemudi cepat menanggapi permintaan pelanggan dan Pengemudi Go-Jek cepat tanggap terhadap pesanan pelanggan.
6. Faktor Keandalan (faktor 6) yang meliputi Aplikasi Go-Jek dapat diandalkan ketika pelanggan mempunyai keluhan, Bonus yang ditawarkan aplikasi Go-Jek menarik dan Aplikasi Go-Jek melayani keluhan pelanggan.
7. Faktor Pelayanan adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih transportasi berbasis aplikasi Go-Jek.

IMPLIKASI

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran karena dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih transportasi berbasis aplikasi yang dalam penelitian ini pengguna aplikasi go-jek. Hal ini agar menjadi perhatian terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang transportasi dan menggunakan aplikasi bahwa konsumen lebih mengutamakan faktor pelayanan dimana konsumen akan tetap menggunakan aplikasi tersebut jika memiliki pelayanan yang baik seperti memahami kebutuhan pelanggan, pelayanan terhadap keselamatan pelanggan, tetap mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan, dan karena menggunakan aplikasi jadi dapat melayani pelanggan tanpa keterbatasan waktu selain itu secara umum dalam manajemen pemasaran penelitian ini dapat memberi msukan bahwa faktor pelayanan merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dalam mempertahankan pelanggan dan tetap menjadi pilihan pelanggan meskipun banyak perusahaan lain yang bergerak pada bidang yang sama.

KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Go-Jek dapat lebih meningkatkan dan memperhatikan faktor keandalan pelayanan karena merupakan faktor yang paling rendah pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam memilih transportasi berbasis aplikasi Go-Jek. Dalam hal ini lebih meningkatkan pelayanan keluhan pelanggan serta memberikan bonus yang menarik agar pelanggan lebih tertarik dalam memilih.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian pada masyarakat pengguna transportasi berbasis aplikasi lainnya dan penelitian dapat dilakuan tidak hanya kalangan mahasiswa saja.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MEMILIH TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	anzdoc.com Internet	89 words — 2%
2	ejournal.stiesia.ac.id Internet	54 words — 1%
3	dokumen.tips Internet	37 words — 1%
4	ejournal.unisri.ac.id Internet	36 words — 1%
5	issuu.com Internet	32 words — 1%
6	eprints.uny.ac.id Internet	31 words — 1%
7	wlv.openrepository.com Internet	29 words — 1%
8	eprints.undip.ac.id Internet	28 words — 1%
9	repository.rmutp.ac.th Internet	26 words — 1%
10	journals.telkomuniversity.ac.id Internet	22 words — < 1%

www.scribd.com

11	Internet	20 words — < 1%
12	eprints.uns.ac.id Internet	18 words — < 1%
13	es.scribd.com Internet	18 words — < 1%
14	www.pekerjadata.com Internet	17 words — < 1%
15	geant4.cern.ch Internet	16 words — < 1%
16	Submitted to Telkom University Your Indexed Documents	16 words — < 1%
17	www.upbatam.ac.id Internet	16 words — < 1%
18	eprints.ui.ac.id Internet	13 words — < 1%
19	erepo.unud.ac.id Internet	13 words — < 1%
20	repository.usu.ac.id Internet	13 words — < 1%
21	etheses.uin-malang.ac.id Internet	12 words — < 1%
22	mynameisaidilfarhan.blogspot.com Internet	12 words — < 1%
23	www.repository.trisakti.ac.id Internet	12 words — < 1%
24	urus-wang-anda.blogspot.my Internet	11 words — < 1%

25	oaji.net Internet	10 words — < 1%
26	ojs.uph.edu Internet	10 words — < 1%
27	Norita Rajagukguk. "Tingkat Demensia dengan Tingkat Aktivitas Dasar Sehari-hari pada Lansia", Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan Indonesia, 2018 Crossref	10 words — < 1%
28	www.tourkarimunjawa.net Internet	10 words — < 1%
29	mafiadoc.com Internet	10 words — < 1%
30	vdocuments.site Internet	9 words — < 1%
31	eprints.umm.ac.id Internet	9 words — < 1%
32	media.neliti.com Internet	9 words — < 1%
33	repository.uinjkt.ac.id Internet	8 words — < 1%
34	paperzz.com Internet	8 words — < 1%
35	id.123dok.com Internet	8 words — < 1%
36	studioantelope.com Internet	8 words — < 1%
37	scholar.unand.ac.id Internet	8 words — < 1%

38 www.neliti.com
Internet
8 words — < 1%

39 Adityawarman Hidayat. "PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN BERBASIS MASALAH DENGAN PENDEKATAN PEMECAHAN MASALAH TERHADAP KEMAMPUAN KOMUNIKASI MATEMATIS SISWA SMP NEGERI 1 RUMBIO JAYA", Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika, 2018
Crossref
8 words — < 1%

40 É. Choquet, , J. Menu, G. Perrin, F. Cassaing, S. Lacour, and F. Eisenhauer. "Comparison of fringe-tracking algorithms for single-mode near-infrared long-baseline interferometers", Astronomy and Astrophysics, 2014.
Crossref
7 words — < 1%

41 M Iswahyudi, Achmad Iqbal. "Minat Generasi Milenial Untuk Berwirausaha", Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, 2018
Crossref
6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES	OFF	EXCLUDE MATCHES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON		