

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA GOJEK PADA MASYARAKAT DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Otona Zalukhu
180910373**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA GOJEK PADA MASYARAKAT DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Otona Zalukhu
180910373**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Otona Zalukhu
NPM : 180910373
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

“Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Pada Masyarakat Di Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. sepengetahuan saya, dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari manapun.

Batam, 01 Agustus 2023



Otona Zalukhu
180910373

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA GOJEK PADA MASYARAKAT DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Otona Zalukhu
180910373**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 24 Juli 2023



**Asron Saputra, S.E., M.Si
Pembimbing**



ABSTRAK

Adanya pengkajian ini guna menganalisis dampak antara kemudahan dan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat Kota Batam. Kemudahan dalam penggunaan Gojek merupakan hal yang paling mendasar dalam menawarkan produk yang dijual serta kualitas layanan, makin optimal kualitas yang ditawarkan semakin meningkat pula konsumen untuk menggunakannya. Pengkajian ini memakai deskriptif secara pendekatan kuantitatif serta jumlah responden sebar 212 responden yang diambil pada masyarakat perumahan Taman Cipta Asri Tembesi Blok L Rt 008 Rw 012. Dengan bantuan program SPSS versi 26 diperoleh hasil bahwa diketahui besar t hitung $7,491 > t$ tabel $1,971$ serta nilai sig $0,000 < 0,05$ dengan demikian variabel kemudahan berdampak signifikan pada keputusan pembelian, pada variabel kualitas pelayanan nilai t hitung $4,005 > t$ tabel $1,971$ serta nilai sig $0,000 < 0,05$ maka kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk f hitung pada pengkajian ini adalah $104,253 > F$ tabel $2,65$ serta signifikasinya yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga kemudahan serta kualitas layanan berdampak positif serta signifikan pada keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kemudahan; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The existence of this research is to analyze the effect of convenience and service quality on the decision to purchase Gojek services in the people of Batam City. The ease of using Gojek is the most basic thing in offering products that are sold as well as the quality of service, the better the quality offered the more consumers will use it. This research uses descriptive research with a quantitative approach and the number of respondents is 212 respondents taken from the Taman Cipta Asri Tembesi housing community, Block L Rt 008 Rw 012. With the help of the SPSS version 26 program, it is found that the t count is 7.491 > t table 1.971 and the value sig 0.000 < 0.05 thus the convenience variable has a significant effect on purchasing decisions, on the service quality variable the t count is 4.005 > t table 1.971 and the sig value is 0.000 < 0.05, service quality has a significant effect on purchasing decisions. The f count in this study is 104.253 > F table 2.65 and the significance is 0.000 < 0.05, so the convenience and quality of service have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Convenience, Quality of Service, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh kemudahan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa gojek pada masyarakat di kota Batam” yang merupakan persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari skripsi ini. Segala bentuk bantuan, doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah turut memberi semangat dan harapan bagi penulis sehingga dapat untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam,
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam,
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam,
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi sekaligus pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam,
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam,
6. Kedua orang tua dan kakak-kakak yang telah mendukung, mendoakan, dan memberi semangat selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini,
7. Temen-teman yang telah membantu, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Demikian, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti yang selanjutnya dan juga bagi pihak yang membutuhkan di masa yang akan datang. Semoga Tuhan membalas kebaikan dan melimpahkan berkat dan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Batam, 24 Juli 2023



Otona Zalukhu



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Kemudahan	13
2.1.1.1 Pengertian Kemudahan	13
2.1.1.2 Faktor Kemudahan	14
2.1.1.3 Indikator Kemudahan	14
2.1.2 Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.2 Faktor Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3 Keputusan Pembelian	16
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.3.2 Faktor Keputusan Karyawan	17
2.1.3.3 Indikator Keputusan Karyawan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Berpikir	19
2.4 Hubungan Antar Variabe;	19
2.4.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.4.3 Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.5 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22

3.1	Jenis Penelitian.....	22
3.2	Sifat Penelitian	22
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	23
3.3.1	Lokasi Penelitian	23
3.3.2	Periode Penelitian.....	23
3.4	Populasi dan Sampel	23
3.4.1	Populasi	23
3.4.2	Teknik Penentuan Besaran Sampel	24
3.4.3	Teknik Sampling	25
3.5	Sumber Data.....	25
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7	Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.7.1	Variabel Independen	27
3.7.2	Varibael Dependen	27
3.8	Metode Analisis Data	29
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	29
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	30
3.8.2.1	Uji Validitas Data.....	30
3.8.2.2	Uji Reabilitas Data	31
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	32
3.8.3.1	Uji Normalitas	32
3.8.3.2	Uji Heteroskedasitas.....	32
3.8.3.3	Uji Multikolinearitas	32
3.8.4	Uji Pengaruh.....	33
3.8.4.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.8.4.2	Analisis Koefisien Dterminasi (R^2).....	33
3.8.5	Uji Hipotesis.....	34
3.8.5.1	Uji t (Parsial)	34
3.8.5.2	Uji f (Simultasn).....	34
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1	Sejarah Gojek	35
4.1.2	Visi dan Misi Gojek	35
4.2	Deskripsi Karesteristik Responden	36
4.2.1	Profil Responden	36
4.2.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.2.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	37
4.2.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2.1.5	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	39
4.2.1.6	Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Goejk.....	40
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	40
4.3.1	Analisis Deskripsi	40
4.3.1.1	Variabel Kemudahan (X_1).....	41
4.3.1.2	Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	42
4.3.1.3	Varibael Keputusan Pembelian (Y).....	43

4.4	Hasil Uji Kualitas.....	44
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	44
4.4.2	Hasil Uji Reabilitas.....	45
4.5	Analisis Data.....	46
4.5.1	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	46
4.5.1.1	Hasil Uji Normalitas.....	46
4.5.1.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
4.5.1.3	Hasil Uji Heteroskedasitas.....	48
4.5.2	Hasil Uji Pengaruh.....	49
4.5.2.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	49
4.5.2.2	Hasil Koefisien Dterminan (R2).....	50
4.6	Pengujian Hipotesis.....	51
4.6.1	Uji t (Parsial).....	51
4.6.2	Uji f (Simultan).....	51
4.7	Pembahasan.....	52
4.7.1	Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.7.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.7.3	Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.8	Implikasi Hasil Penelitian.....	54
4.8.1	Implikasi Teoritis.....	54
4.8.2	Implikasi Praktis.....	54
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1	Simpulan.....	55
5.2	Saran.....	55
	DAFTAR PUSTAKA.....	57
	Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
	Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
	Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Histogram	46
Gambar 4.2 <i>Normal P-Plot Regression Standadized</i>	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Transportasi Online di Indonesia yang Paling diminatii pada Tahun 2022	4
Table 1.2 Mini Survey tentang Gojek pada 30 Responden Tahun 2023	6
Table 1.3 Presentase Layanan pada Gojek Tahun 2022	7
Tabel 1.4 SOP driver Gojek 2023	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	23
Tabel 3.2 Skala Likert	26
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	30
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Penghasilan	39
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Gojek	40
Tabel 4.7 Skor Indikator Variabel Kemudahan (X_1).....	41
Tabel 4.8 Skor Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	42
Tabel 4.9 Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Simornov</i>	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial).....	51
Tabel 4.18 Hasil Uji f (Simultan).....	52

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	24
Rumus 3.2 Rentang Skala	29
Rumus 3.3 <i>Bivariate Pearson</i>	30
Rumus 3.4 <i>Cronbach Alpha</i>	31
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	33
Rumus 3.6 R^2	33



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan informasi dan teknologi di era globalisasi khususnya internet, sangatlah pesat. Web menghubungkan satu orang ke orang lain, memberikan data, sebagai mekanisme pengalihan, administrasi berbasis online dan untuk korespondensi. Akibatnya, internet dipandang oleh sebagian orang sebagai kebutuhan penunjang aktivitas sehari-hari. Pertumbuhan populasi pengguna internet di Indonesia mendorong berkembangnya inovasi-inovasi baru.

Pada masa sekarang ini banyak teknologi yang diciptakan dan dikembangkan untuk mempermudah pekerjaan manusia, begitu juga teknologi yang diciptakan dalam bidang ekonomi. Dalam bidang ekonomi ini, teknologi sangat mempermudah manusia untuk menjalankan bisnis hingga transaksi keuangan. Hal tersebut membuat banyak pelaku dibidang teknologi gencar membuat fitur-fitur baru atau teknologi yang mempermudah manusia dalam mengelola ekonomi mereka secara digital. Adanya teknologi ini tidak hanya menghemat waktu lebih efisien tetapi juga meminimalisirkan biaya yang dikeluarkan.

Di Indonesia, pola pikir masyarakat yang menggunakan jasa seperti transportasi telah berubah akibat meningkatnya jumlah pengguna internet. Inovasi baru yang mempermudah pembeli yang membutuhkan layanan transportasi dengan perusahaan spesialis transportasi melalui aplikasi transportasi berbasis web di ponsel didorong oleh kemajuan teknologi. Transportasi merupakan sarana vital

untuk mendukung aktivitas atau mobilitas manusia secara konsisten sehingga harus diatur secara tepat dan aman karena sangat penting dalam kegiatan seperti ekonomi, pengangkutan tenaga kerja dan produk, transportasi penumpang, dll. Pemerintah dan pengguna transportasi jasa transportasi di Indonesia memberikan perhatian khusus pada transportasi darat, salah satu jenis transportasi yang dapat diakses di negara ini, termasuk udara, laut, dan darat. Yang mana transportasi darat merupakan transportasi paling diminati dan murah.

Namun, di zaman sekarang ini, jasa transportasi juga diperlukan untuk mengurangi lalu lintas dan menghemat waktu. Ojek yang merupakan jasa transportasi yang relatif kecil dapat dengan mudah melintas di antara kendaraan roda empat yang sangat padat. Maka, tak heran jika masyarakat semakin terinspirasi dengan pilihan transportasi roda dua ini. Ketergantungan individu yang tinggi terhadap transportasi menjadi justifikasi untuk mendorong afiliasi transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Industri transportasi telah tumbuh sebagai hasil dari pesatnya perkembangan teknologi informasi. Perubahan prosedur bisnis, khususnya proses transaksi, disebabkan oleh kemajuan teknologi.

Internet merupakan salah satu inovasi teknologi informasi yang sangat mempengaruhi pergeseran tersebut. Jika dibandingkan dengan metode manual, yang membutuhkan lebih banyak waktu dan uang, Internet menyediakan bisnis dengan proses bisnis yang lebih cepat dan sederhana. Banyaknya keuntungan transportasi yang melonjak menyebabkan persaingan bisnis yang lebih kuat, hal yang sama berlaku untuk perusahaan transportasi umum.

Sebagai orang yang biasa menggunakan transportasi ojek, Nadiem melihat bahwa seringkali uang yang dikeluarkan para tukang ojek hanya untuk bertahan menunggu para penumpang. Padahal, para tukang ojek akan mendapat untung lebih lebih sering mencari konsumen. Selain itu, ia mengamati bahwa moda transportasi ini seringkali sulit ditemukan karena ketersediaannya yang terbatas dibandingkan dengan moda transportasi lainnya. Dia membutuhkan ojek yang bisa diakses kapan saja dibutuhkan. Kemudian, menjadi jelas bahwa pengalaman ini menghadirkan peluang untuk menciptakan layanan yang menghubungkan penumpang dan pengemudi ojek.

Gojek didirikan dengan 20 driver pada 5 Oktober 2010. Saat itu, Gojek sebenarnya bergantung pada ketersediaan tempat-tempat darurat potensial untuk menghubungkan penumpang dengan driver yakni GoKilat. Saking populernya Uber saat itu, pertengahan tahun 2014 mulai menerima investasi dan di 7 Januari 2015 Gojek dapat di Android dan IOS yang resmi menggantikan metode *call center*.

Lebih dari 50 kota di Indonesia menggunakan Gojek juga. Selain di Indonesia Gojek dapat diakses diluar negeri contohnya Vietnam, Singapura dan Malaysia. GoTo resmi diluncurkan oleh Tokopedia dan Gojek pada 17 Mei 2021, dengan nama yang diambil dari dua nama merek yang berarti kolaborasi.

Seperti yang ditunjukkan oleh banyaknya pengguna Gojek, kehadiran Gojek sangat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia, khususnya kota Batam, dalam menjalankan kehidupan dan menjalankan bisnisnya. Berkat layanan dan kecanggihan yang diberikan oleh Gojek, pelanggan menikmati berbagai manfaat dan kemudahan. Pelanggan diuntungkan dengan kemudahan dalam menemukan

lokasi penjemputan dan pengiriman, tarif yang ditampilkan di layar aplikasi sehingga mereka dapat merencanakan keuangan mereka terlebih dahulu, fakta bahwa Gojek menjamin keselamatan penumpangnya karena terpantau oleh GPS, kenyamanan penumpang mereka di dalam mobil yang dibatasi untuk mereka yang masih usia kurang dari 5 tahun dan pengurangan harga pada hari kerja dan akhir pekan, antara lain. Pelanggan selama ini mengandalkan Gojek untuk mendukung aktivitasnya. Lagi pula, kepuasan pelanggan terhadap layanan dan promosi berdampak signifikan pada citra perusahaan, perusahaan seperti Gojek yang sedang mengembangkan bisnisnya harus memperhatikan hal ini.

Tabel 1.1 Transportasi Online di Indonesia yang Paling Diminati pada Tahun 2022

No	Nama	Nilai/Persen
1	Gojek	82%
2	Grab	53%%
3	Maxim	19,6%
4	InDriver	4,9%

Sumber: Indef.or.id, 2022

Kajian dari *Institute for Development of Economics and Finance* mengungkap bahwa sebagian besar masyarakat paling banyak menggunakan aplikasi transportasi online Gojek. Lebih dari 82% responden memperhatikan bahwa mereka memilih aplikasi ini yang dibuat oleh organisasi decacorn lokal. Masyarakat menggunakan aplikasi Grab (53%), Maxim (19,6%), dan InDriver (4,9%) mengikuti Gojek.

Hal ini terbukti bahwa masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan Gojek dibandingkan jasa transportasi *online* lainnya. Layanan yang ditawarkan, kemudahan penggunaan, dan citra perusahaan merupakan hal-hal yang dapat

berdampak pada keputusan. Alhasil, perusahaan seperti Gojek yang sedang mengembangkan bisnisnya harus mewaspadai hal ini. Kebanyakan orang yang menggunakan aplikasi Gojek adalah mahasiswa atau pelajar karena sangat mudah dan cepat untuk terhubung ke internet.

Kemudahan yang ditawarkan gojek yakni dengan mudah mengakses aplikasinya dimana pun dan kapanpun, karena bahwa setiap tahap ojek berbasis web memiliki perlindungan yang tidak dimiliki oleh ojek biasa, kemudahan dalam pembayaran, serta keamanan yang sangat dijamin pihak Gojek baik driver ataupun pengguna. Tidak hanya kemudahan dalam mengakses layanan yang ada di aplikasi Gojek, adanya Gojek yakni transportasi berbasis *online* sangat membantu para pelaku bisnis baik kecil, menengah ataupun usaha berskala besar. Gojek sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu dampak sosial Gojek adalah membantu pemilik usaha kecil untuk dapat berkembang.

Dari sekian banyaknya kemudahan dan layanan dari pihak Gojek tentu ada saja masalah yang ditimbulkan, masalah atau kendala bisa saja berasal dari aplikasi, konsumen atau bisa saja driver. Tentu saja masalah atau kendala yang ditimbulkan sangat berpengaruh bagi pihak gojek misalnya saja penurunan pendapatan dan lainnya tapi bisa juga berdampak buruk bagi konsumen seperti kerugian hingga kurangnya rasa percaya. Dengan menjamurnya ojek berbasis web membuat ojek pangkalan merasa iri. Karena menurut sejumlah tukang ojek pangkalan adanya Gojek atau transportasi *online* lainnya membuat pendapatan mereka menurun. Bahkan ketidaksukaan ojek pangkalan dengan ojek *online* menimbulkan konflik

seperti setiap driver ojek *online* sedang menunggu penumpang tidak segan ojek pangkalan melakukan tindakan kekerasan dan lainnya.

Tabel 1.2 Mini Survey tentang Gojek pada 30 Responden Tahun 2023

No	Pertanyaan	Tanggapan		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Apakah tampilan dari aplikasi Gojek sangat memudahkan dalam penggunaannya?	26	4	30
2	Apakah aplikasi Gojek sering mengalami masalah?	13	17	30
3	Apakah anda dengan mudah dalam mendapatkan driver?	19	11	30
4	Apakah sesuai driver yang tertera diaplikasi dengan yang datang menjemput?	13	17	30
5	Apakah pelayanan yang ditawarkan Gojek sudah sesuai standar?	8	22	30
6	Apakah harga Goride atau Gocar sering melambung tinggi?	14	16	30

Sumber: Peneliti, 2023

Hasil dari tabel 1.2, bahwa dari segi tampilan aplikasi Gojek yang memudahkan dalam penggunaannya, sebanyak 26 responden menjawab setuju dari total 30 responden, dari segi masalah pada aplikasi Gojek sebanyak 17 responden mengatakan tidak ada masalah, sedangkan dalam hal kemudahan mencari driver sebanyak 17 responden menjawab tidak atau sulit untuk mendapatkan driver, untuk kesesuaian driver sebanyak 17 responden menjawab tidak sesuai driver yang diaplikasi dengan yang datang menjemput, untuk segi pelayanan sebanyak 22 responden menjawab pelayanan Gojek belum sesuai dengan standar dan untuk segi harga yang sering naik sebanyak 16 responden menjawab tidak.

Semua jasa transportasi *online* memiliki kekurangan juga kelebihan, sebagai konsumen harus lebih bijak dalam menggunakan layanan transportasi baik itu *online* ataupun tidak. Dari kekurangan yang sering dilayangkan oleh pengguna atau driver Gojek terus saja memperbaiki masalah yang ada untuk lebih memaksimalkan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat.

Dari segi layanan, Gojek menyediakan 14 diantaranya Go-Ride, Go-Food, Go-Pay, dan sebagainya yang merupakan program loyalitas bagi pengguna Gojek. Semua itu dirancang secara detail mulai dari kemudahan dalam mengakses setiap layanan serta dalam hal keamanan.

Tabel 1.3 Presentase Layanan pada Gojek Tahun 2022

No	Layanan	Presentase
1	GoFood	90%
2	GoCar	89%
3	GoRide	81%
4	GoSend	77%
5	GoMart	67%

Sumber: Kompas.com, 2022

Dari presentase layanan yang disediakan oleh Gojek paling dominan adalah GoFood sebesar 90%, dan di ikuti yang lainnya yaitu Gocar sebesar 89%, untuk GoRide 81%, Gosend 77%, sedangkan untuk GoMart memperoleh presentase sebesar 67%. GoFood mendominasi karena sekarang masyarakat lebih suka membeli makanan atau minuman secara *online* dari pada membelinya sendiri karena lebih mudah dan praktis. Saat kita menggunakan Gojek pastilah kita harus membayar layanan yang kita gunakan. Hal ini memberikan peluang bagi Gojek untuk menyediakan layanan kemudahan pembayaran, khususnya GoPay, yang menghilangkan kekhawatiran pelanggan saat membayar berbagai layanan Gojek.

Dengan GoPay, pertukaran bantuan keuangan lebih sederhana, menguntungkan, dan lebih aman.

Tetapi ada juga masalah yang terdapat dalam sistem GoPay, banyak sekali keluhan yang dilayangkan pihak pengguna terkait GoPay yang tidak bisa digunakan pada saat melakukan pembayaran padahal saldo yang tertera pada aplikasi cukup untuk melakukan pembayaran, tidak hanya itu ada juga masalah terkait kehilangan saldo GoPay. Masalah ini terkadang cukup sering di temukan pengguna Gojek, baik karena kesalahan sistem atau ada pihak yang tidak berwenang dalam melakukan tindakan kejahatan. Terkait masalah diatas tentu saja pihak Gojek sudah memikirkan resiko dan penanggulangannya sebelum meluncurkan layanan tersebut. Terkait saldo GoPay yang hilang, konsumen tidak perlu khawatir karena Gojek memberikan jaminan saldo kembali terkait saldo yang hilang hal ini juga sudah dikonfirmasi oleh pihak Gojek sendiri. Tetapi tetap saja hal-hal seperti ini tetap saja bisa terjadi sewaktu-waktu dan Gojek harus menjamin keamanan seluruh pengguna.

Tabel 1.4 SOP Driver Gojek 2023

Kategori	SOP Driver Gojek	SOP yang sebenarnya dilakukan Driver Gojek
Penampilan	Atribut Resmi	Semua driver menggunakannya
	Helm SNI	Banyak juga driver yang menggunakan helm yang tidak standar, seperti tidak ada kaca pelindung atau tidak ada pengait helm
	Pakaian (Celana)	Sejumlah driver menggunakan celana pendek
	Alas kaki	Banyak driver menggunakan sandal

		Pakaian berkerah	Sejumlah driver menggunakan baju tanpa berkerah
Layanan kepada Penumpang	Order Berhasil diambil	Hubungi Pelanggan apabila sudah sampai dilokasi tujuan	Driver melaksanakan SOP
	Sampai di Lokasi Penjemputan	Kirim Pesan atau Telpon jika sudah sampai di tujuan	Driver melaksanakan SOP
	Bertemu Penumpang	Sapa, Tawarkan sejumlah Pelindung Keselamatan, berikan Helm Resmi Gojek, Tanyakan Referensi Rute	Sejumlah driver tidak menggunakan helm resmi Gojek
	Di perjalanan	Tidak berbicara yang tidak perlu	Driver melaksanakan SOP
	Samapai di Tujuan	Ucapkan Terimakasih kepada penumpang, tawarkan layanan Gojek yang lain seperti Top Up Go-Pay, pastikan barang penunmoang tidak ada yang tertinggal.	Driver melaksanakan SOP

Sumber: Otosection.com, 2023 dan Peneliti, 2023

Dilihat dari tabel 1.4 bahwa ada sejumlah standar yang harus di patuhi oleh driver Gojek, mulai dari berpakaian lengkap dengan atribut resmi Gojek, terkait pelayanan dalam orderan, baik itu kesopanan hingga keselamatan penumpang dan juga driver. Tapi banyak juga driver yang tidak mematuhi standar tersebut yang mengakibatkan penumpang merasa ragu dan kecewa. Contohnya banyak di jumpai

driver Gojek tidak menggunakan atribut resmi Gojek atau driver tidak menggunakan helm berstandar SNI yang membahayakan penumpang atau driver itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GOJEK PADA MASYARAKAT DI KOTA BATAM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah penelitian ini dapat diambil dari topik yang dibahas di latar belakang, yaitu:

1. Ketidaksesuaian driver pada aplikasi dan pada saat penjemputan.
2. Aplikasi yang sering eror yang menyulitkan penggunaan.
3. Harga yang melambung tinggi pada saat tertentu.
4. Lama dan sulit untuk mendapatkan driver.
5. Kurangnya standar pelayanan yang diterapkan.

1.3 Batasan Masalah

Untuk lebih spesifik, penulis memutuskan batasan masalah untuk membatasinya sehingga lebih fokus pada penelitian:

1. Penelitian ini dibatasi pada variabel kemudahan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat kota Batam.

2. Objek penelitian ini berfokus pada masyarakat kota Batam yang menggunakan jasa Gojek khususnya di Perumahan Taman Cipta Asri Rt 008 Rw 012.

1.4 Rumusan Masalah

Uraian tentang latar belakang yang mengungkapkan masalah penelitian dapat dilihat di bawah ini:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat di Kota Batam.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat di Kota Batam.
3. Apakah kemudahan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat di Kota Batam.

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan dari penelitian, seperti yang berasal dari masalah yang disebutkan di atas:

1. Mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat di Kota Batam.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat di Kota Batam.
3. Mengetahui pengaruh kemudahan dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian jasa Gojek pada masyarakat di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Adanya kajian ini dapat mendorong dan bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat yang membacanya, serta membawa manfaat lain seperti:

1.6.1 Manfaat Praktis

1. Untuk Penulis, Menerapkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan serta memperluas wawasan dan pengetahuan penulis dalam bidang pemasaran.
2. Untuk Para Pembaca, untuk membuka jendela wawasan dalam mengetahui ilmu manajemen pemasaran dan terkait tentang kemudahan, kualitas pelayanan serta teori tentang keputusan pembelian.

1.6.2 Manfaat Teoritis

1. Untuk Perusahaan, menjadi bahan evaluasi dan kontribusi bagi pelaku bisnis terkait kenyamanan, kualitas layanan, dan keputusan pembelian saat menggunakan layanan.
2. Untuk Univeritas Putera Batam, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat di bidang pemasaran dalam memberikan bacaan serta referensi.
3. Untuk Penulis, adanya penelitian ini menjadi referensi atau bahan dalam pembuatan penelitian selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kemudahan

2.1.1.1 Pengertian Kemudahan

Pendapat Turban dalam (Sartika, 2021) Kemudahan atau harus digunakan tanpa prosedur yang rumit yang dapat menyulitkan pemakainya. Orang-orang yang menggunakan sistem informasi ini memiliki keyakinan bahwa ada sistem di luar sana yang mudah digunakan, lebih mudah dipahami, dan lebih mudah beradaptasi. Sementara itu, pendapat Davis mencirikan kemudahan sebagai tingkat di mana seseorang menerima bahwa suatu inovasi dapat dimanfaatkan secara efektif (Sandora, 2020).

Persepsi Wahyuningtyas tentang kemudahan didasarkan pada fakta bahwa tidak ada biaya apapun, mudah digunakan, melakukan apa yang Anda inginkan, mudah dipelajari bagaimana melakukan, dan melakukan apa yang dibutuhkan. serta kerjasama yang jelas dan masuk akal. (Puspitasari & Aprileny, 2020). Menurut Andryanto dalam (Isnawati, 2020) merekomendasikan akomodasi karena seseorang menerima bahwa menggunakan inovasi akan dibebaskan dari satu upaya, dan itu berarti kemudahan berarti bahwa tidak ada masalah atau tidak memerlukan upaya yang luar biasa saat menggunakan inovasi.

Oleh karena itu dapat disimpulkan tentang pengertian kemudahan didefinisikan sebagai keadaan atau situasi ketika seorang individu percaya bahwa

menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha apa pun dari pihak mereka dan teknologi sesuatu yang mudah dipahami oleh semua halayak.

2.1.1.2 Faktor Kemudahan

Menurut Dwi dalam (Puspitasari & Aprileny, 2020) beberapa faktor mempengaruhi kemudahan penggunaan, termasuk:

1. Fokus pada inovasi actual

Inovasi yang hebat dan digunakan tanpa henti akan memudahkan klien untuk menggunakannya, kenyamanan bagi pengguna akan diberikan melalui pengalaman pengguna dengan teknologi yang sebanding.

2. Reputasi teknologi, reputasi baik dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap kemudahan penggunaan teknologi.

3. Persepsi pengguna terhadap teknologi Adanya mekanisme dukungan yang dapat diandalkan.

2.1.1.3 Indikator Kemudahan

Adapun indikator menurut Davis dalam (Purba & Raja, 2022) yang mempengaruhi kemudahan sebagai berikut ini:

1. Kemudahan dalam mengumpulkan informasi.

2. Kemudahan berinteraksi

3. Kemudahan untuk menemukan

4. Kemudahan dipelajari

5. Kemudahan digunakan

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam (Manoy *et al.*, 2021) Tjiptono mengklaim bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan darinya dan pengendaliannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Lupiyoadi, sebaliknya mengatakan bahwa pelayanan atau kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana suatu perusahaan berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen, memperoleh pangsa pasar yang besar dan meningkatkan keuntungan perusahaan sangat bergantung pada pendekatan yang digunakan (Puspitasari & Aprileny, 2020).

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan kualitas pelayanan adalah untuk memenuhi persyaratan dan harapan pelanggan sesuai dengan keinginan mereka, dan memastikan ketepatan metode penyampaian.

2.1.2.2 Faktor Kualitas Pelayanan

Banyak elemen yang harus dilihat sebagai upaya untuk lebih mengembangkan kualitas pelayanan. Budaya organisasi secara keseluruhan dipengaruhi oleh upaya ini. Menurut Tjiptono dalam (Leonardo & Purba, 2020) .

Beberapa faktor tersebut adalah:

1. Mengembangkan Sistem Informasi
2. Mengelola Bukti (Evidence)
3. Mendidik Konsumen
4. Mengidentifikasi Determinan
5. Menciptakan Automating Quality

6. Menindaklanjuti jasa
7. Mengelola Harapan
8. Mengembangkan Budaya Kualitas

2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam (Isnawati, 2020) Tjiptono menyatakan bahwa dalam mempengaruhi konsumen yakni:

1. Berwujud (*Tangible*), peralatan atau penampilan fisik
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), bereaksi dengan cepa tatas apa yang terjadi
3. Keandalan (*Reability*), kemampuan memberikan pelayanan secara cepat, akurat, konsisten dan memuaskan
4. Jaminan (*Assurance*), kompensasi atas resiko yang terjadi
5. Empati (*Emphaty*), hubungan yang terjadi antar individu.

2.1.3 Keputusan Pembelian Jasa

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian Jasa

Dalam (Febrizal & Saputra, 2022) Kotler dan Armstrong menegaskan bahwa keputusan pembelian adalah prosedur untuk menyelesaikan masalah yang meliputi identifikasi masalah, investigasi data, evaluasi berbagai alternatif tindakan, pengambilan keputusan pembelian, dan tindakan pelanggan setelah pembelian.

Swastha dan Handoko mendefinisikan keputusan pembelian sebagai pendekatan pemecahan masalah dalam kegiatan individu dengan tujuan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan individu tersebut. Ini termasuk proses mengidentifikasi, mencari, dan mengevaluasi pembelian alternatif, membuat keputusan pembelian, dan bertindak setelah melakukan pembelian (Maria, 2021).

Menurut Kotler dan Keller dalam (Islami *et al.*, 2021), keputusan pembelian menyangkut semua pengalaman dalam memilih, menggunakan dan bahkan membuang suatu produk. Dengan demikian, tujuan untuk memahami keputusan pembelian adalah bahwa pembeli menggabungkan informasi untuk memilih setidaknya dua pilihan barang yang dipengaruhi oleh faktor yang berbeda, termasuk kualitas, biaya, luas, kemajuan, akomodasi, dan administrasi.

2.1.3.2 Faktor Keputusan Pembelian Jasa

Pendapat Kotler dalam (Anwar & Mujito, 2021) ada dua faktor yang memengaruhi perilaku pembelian pembelanja secara umum, yaitu:

1. Faktor intern, faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen itu sendiri, antara lain: motivasi, sikap belajar serta kepribadian dan citra diri.
2. Faktor ekstern, yang berasal dari luar konsumen, meliputi: kelas sosial, budaya dan subkultur, keluarga, dan kelompok sosial dan kelompok referensi

2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian Jasa

Dalam (Patmala & Fatihah, 2021) Kotler & Keller menyatakan bahwa berikut adalah beberapa indikator yang perlu diperhatikan:

1. Pemilihan merek
2. Waktu pembelian
3. Metode pembayaran
4. Jumlah pembelian
5. Pemilihan distributor

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Teknik dan Metode Penelitian	Hasil Analisis
1	(Fakhrudin & Aminuddin, 2022) Doaj	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Pesawat Berbasis Teknologi (Studi Kasus Pengguna Travel Agent Pegipegi.Com di Yogyakarta)	Metode Kuantitatif	Harga, kualitas pelayanan, dan kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian
2	(Sipayung & Rustam, 2022) Sinta 5	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab di Kota Batam	Deskriptif Kuantitatif	Kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan
3	(Febrizal & Saputra, 2022) Google Scgolar	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Watchout Di Matahari Bcs Mall Batam	Metode Kuantitatif	Kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian
4	(Manoy <i>et al.</i> , 2021) Sinta 6	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Ake Maumbi	Metode Asosiatif	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
5	(Yulina <i>et al.</i> , 2021) Sinta 5	Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa	Metode penelitian deskriptif	Harga, kualitas produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

6	(Kusumawati <i>et al.</i> , 2020) Sinta 5	Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompet Digital Ovo Di Surakarta	Metode kuantitatif.	Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko mempengaruhi Keputusan Pembelian
7	(Isnawati, 2020) Google Scholar	Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Aplikasi Instagram di Jakarta Timur (Studi Pada Pengguna Instagram di Jakarta Timur)	Metode asosiatif kuantitatif	Kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian online

Sumber: Peneliti, 2023

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Karena banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh penjual online, kemudahan penggunaan menjadi sangat penting saat melakukan pembelian barang atau jasa secara online. Oleh karena itu, klien dapat terhubung dengan mereka dengan lebih mudah, mendapatkan informasi lebih cepat, dan mereka cenderung tidak bingung atau canggung. kenyamanan yang menyarankan penggunaan sistem tidak membutuhkan banyak usaha dari pihak pengguna. Faktor eksternal ini, seperti peralatan sistem, ada untuk memudahkan penggunaan (Isnawati, 2020).

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Karena persaingan pasar semakin ketat, banyak bisnis berbicara tentang kualitas dan mengklaim bahwa layanan mereka adalah yang terbaik. Selain itu, hati

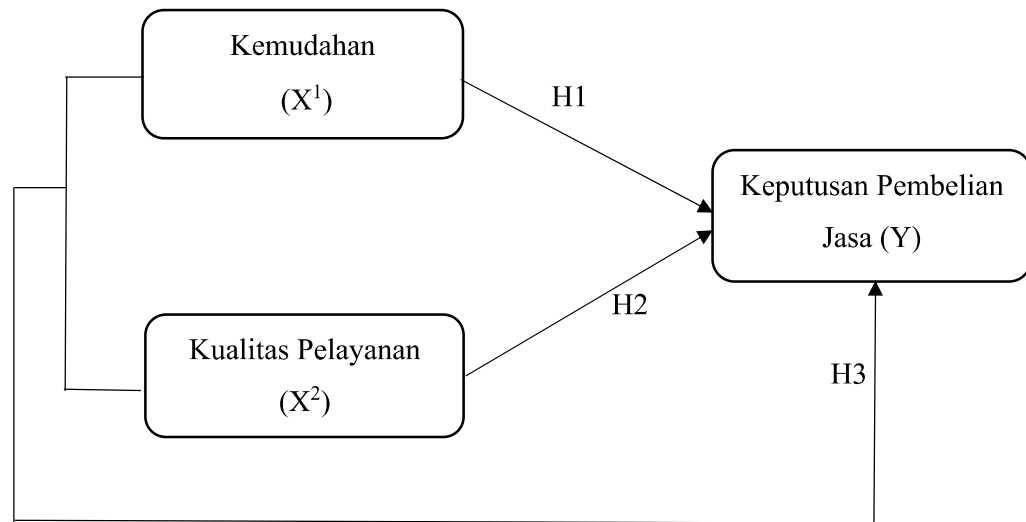
pelanggan harus dicari karena kepedulian terhadap kualitas layanan. Di sisi lain, pelanggan akan sangat senang dan puas jika layanan yang mereka beli memenuhi harapan, keinginan, dan harapan mereka atas apa yang telah dijanjikan. Mencermati penjelasan di atas, kualitas administrasi merupakan salah satu elemen yang mempengaruhi tujuan pembelian ulang pembelanja (Isnawati, 2020).

2.3.3 Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Kemudahan dan kualitas pelayanan merupakan pertimbangan penting dalam melakukan pembelian. Kenyamanan yang dihadirkan penjual online memudahkan pembeli untuk berinteraksi dan mengakses data, serta tidak menimbulkan gejala dan beban bagi pelanggan, sehingga nantinya dapat menjaga kepercayaan konsumen. Sebuah layanan dianggap berkualitas tinggi ketika memenuhi harapan pelanggan (Isnawati, 2020).

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka kerja adalah kejelasan antara variabel dan konsep yang dipelajari oleh peneliti, di rumuskan untuk memberikan latar belakang dan landasan teori terkait, dan disusun untuk menjelaskan temuan terkait.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis

H1 : Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian jasa gojek pada masyarakat di Kota Batam.

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian jasa gojek pada masyarakat di Kota Batam.

H3 : Kemudahan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian jasa gojek pada masyarakat di Kota Batam.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif dan kuantitatif terdapat dua jenis penelitian menurut Sugiyono (2020). Untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data, metode penelitian berbasis positivis, dan jenis penelitian kuantitatif. Uji hipotesis yang ada adalah tujuan dari analisis kuantitatif dan statistik. Kursus pemeriksaan kuantitatif bersifat searah dan terdiri dari kemajuan yang jelas, dimulai dengan penyusunan masalah, spekulasi, pengembangan teori, bermacam-macam informasi, penyelidikan informasi, dan mencapai kesimpulan.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Suatu kajian untuk dideskripsikan objek-objek tertentu dan masalah-masalah kelompok penduduk tertentu di wilayah tertentu dideskripsikan secara objektif dan akurat atau dideskripsikan secara sistematis. Bersifat deskriptif karena menerangkan tujuan pembuatan kesimpulan secara umum saja. Dalam penelitian ini, penulis memaparkan penelitian tentang kemudahan dan kualitas layanan saat memutuskan untuk membeli layanan Go-Jek di Kota Batam.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian bertempat di Perumahan Taman Cipta Asri Rt 008 Rw 012 Kelurahan Tembesi, Kecamatan Sagulung, Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Untuk memudahkan waktu penelitian serta terorganisir sehingga bisa selesai dengan tepat waktu, dibawah ini adalah rencana studi yang dimuat:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Keterangan	Bulan					
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust
Pengajuan judul	■					
BAB I	■	■				
BAB II		■				
BAB III			■			
Penyebaran kuesioner			■	■		
Pengolahan data				■		
BAB IV						
BAB V					■	
Penyerahan hasil					■	■

Sumber: Peneliti 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan yang terdiri dari individu atau unit yang sifat-sifatnya sedang dipelajari. Kemudian individu atau unit tersebut disebut unit analisis. Unit analisis ini bisa berupa entitas, orang atau bahkan lembaga. Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah ruang keseluruhan yang terdiri dari karakteristik

tertentu. Objek atau subjek ini dipilih oleh peneliti untuk penyelidikan dan inferensi lebih lanjut.

Populasi penelitian ini terdiri dari penduduk perumahan Taman Cipta Asri Tembesi Blok L Rt 008 Rw 012. Sebanyak 450 orang tinggal di kawasan itu, 226 laki-laki dan 224 perempuan.

3.4.2 Teknik Penentuan Besaran Sampel

Sugiyono (2020) menegaskan bahwa sampel adalah komponen dari populasi secara keseluruhan yang menjadi sumber data penelitian dan populasi tersebut memiliki sejumlah karakteristik. Dengan menggunakan rumus Slovin, penelitian ini mendapatkan hasilnya, tertera dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + (n \times a^2)} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Slovin}$$

Sumber: (Wiyono, 2020)

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi

Maka perhitungan untuk menentukan sampel yakni:

$$n = \frac{N}{1 + N (a)^2}$$

$$n = \frac{450}{1 + 450 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{450}{2,125}$$

$$n = 211,76$$

Besar sampel dalam penelitian ini adalah 212 responden, yang mana ditentukan dengan perhitungan di atas dan pembulatan.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Handayani (2020), mengatakan bahwa proses pemilihan beberapa item dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel dan memahami berbagai karakteristik subjek merupakan teknik sampling. Dimungkinkan untuk menggeneralisasikannya nanti dengan folk.

Teknik sampel yang digunakan yakni *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Metode pengambilannya yang didasarkan pada kriteria tertentu disebut *Purposive sampling* meruoakan teknik berdasarkan karekteristik tertentu. Dalam ulasan ini, standar untuk menentukan sampel adalah:

1. Konsumen Gojek di Perumahan Taman Cipta Asri Tembesi Rt 008 Rw012.
2. Jumlah responden ditetapkan sebanyak 212 responden karena jumlah ini sudah memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel.
3. Responden yang pernah melakukan transaksi melalui layanan Gojek.
4. Responden yang sudah menggunakan layanan Gojek selama 4 tahun.

3.5 Sumber Data

Ada dua macam sumber informasi yang digunakan:

1. Data Primer

Penyebaran kuesioner kepada responden di Perumahan Taman Cipta Asri Blok L Rt 008 Rw 012.

2. Data Sekunder

Informasi dari berbagai buku, jurnal, dan website, baik secara langsung maupun tidak langsung.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode angket untuk mendapatkan tanggapan berupa pernyataan dari responden untuk teknik pengumpulan data penelitian ini, pada masyarakat di Perumahan Taman Cipta Asri Rt 008 Rw 012, dalam memperoleh data secara primer. Menurut (Patmala & Fatihah, 2021) Kuesioner (angket) ialah daftar pertanyaan/pernyataan tertulis yang diberikan agar mendapat tanggapan responden pada sebuah penelitian yang terkait. Penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* untuk mempermudah penyebaran dan melihat jawaban yang telah di isi. Untuk mempermudah pengisian digunakan skala likert, yang mana Sugiyono menyatakan (2020) bahwa skala Likert diharapkan dapat memastikan semua tanggapan dan pandangan individu atau kumpulan terhadap sesuatu yang terjadi.

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Score
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Netral	N	3
Kurang Setuju	KS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2020)

3.7 Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen

Menurut (Leonardo & Purba, 2020) Variabel independen adalah mereka yang berpengaruh atau menentukan bagaimana variabel dependen (mengikat) muncul. Hasilnya, variabel bebas penelitian yaitu Kemudahan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel independen bertanggung jawab atas variabel dependen, yang juga dikenal sebagai variabel terikat (Leonardo & Purba, 2020) Keputusan pembelian (Y) ialah variabel dependen.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Kemudahan (X_1)	Kemudahan atau harus digunakan tanpa prosedur yang rumit yang dapat menyulitkan pemakainya (Sartika, 2021).	1. Kemudahan dalam mengumpulkan informasi. 2. Kemudahan berinteraksi 3. Kemudahan untuk menemukan 4. Kemudahan dipelajari 5. Kemudahan digunakan	Likert

			(Purba & Raja, 2022)	
2	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan adalah kendali atas tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan (Manoy <i>et al.</i> , 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud (Tangible) 2. Keandalan (Reability) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>) (Isnawati, 2020) 	Likert
3	Keputusan Pembelian Jasa (Y)	Keputusan pembelian yakni prosedur guna menyelesaikan masalah yang berisi mengenalkan permasalahan, menggali data, berbagai pengukuran alternatif, membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli dan apa yang pelanggan lakukan sesudahnya (Febrizal & Saputra, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan merek 2. Waktu pembelian 3. Pemilihan tempat penyalur 4. Jumlah pembelian 5. Metode pembayaran (Patmala & Fatihah, 2021) 	Likert

Sumber: Peneliti 2023

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Prosedur pemeriksaan informasi bersifat kuantitatif. Teknik deskripsi kuantitatif mempergunakan rumus matematika untuk menjelaskan hasil penelitian yang ada dan menggabungkannya dengan teori yang ada sebelum menarik kesimpulan (Sandora, 2020).

Dalam penelitian ini, deskripsi hasil tanggapan survei umum digunakan sebagai analisis data, statistik deskriptif digunakan dalam hasil yang diperoleh untuk meringkas informasi responden. Dalam analisis deskriptif suatu penelitian dengan menggunakan rumus skala interval terdapat kategori-kategori dalam pemberian skor.

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: (Wiyono, 2020)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah alternative jawaban

Berikut adalah cara menghitung rentang skala dari rumus 3.2:

$$RS = \frac{212(5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{212(4)}{5} = 169,5$$

Hasil rentang skalanya, yakni:

Tabel 3.4 Rentang Skala

No	Rentang Nilai	Kriteria
1	212 – 381,5	Sangat Tidak Baik
2	382,5 – 552	Tidak Baik
3	553 – 722,5	Cukup
4	723,5 – 893	Baik
5	894 – 1.063,5	Sangat Baik

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Menurut (Lukitoningsih *et al.*, 2022) validitas adalah pengetahuan bahwa suatu pertanyaan atau pernyataan dapat dikatakan valid atau invalid dengan membandingkan Rhitung dengan Rtabel, dengan memperhatikan koefisien korelasi dengan taraf 0,05, uji validitas menggunakan teknik korelasi *perason bivariat* untuk menentukan nilai korelasi.

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.3 *Bivariate Pearson*

Sumber: (Wiyono, 2020)

Keterangan:

r_{ix} = Koefisien korelasi item-total (*bivariate pearson*)

i = Skor item

x = Skor total

n = Banyaknya responden

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan responden sebanyak 133 masyarakat dari Perumahan Taman Cipta Asri Tembesi Rt 008/12, maka r tabel dapat diperoleh dengan rumus:

$$\begin{aligned} Df &= n - 2 \\ &= 212 - 2 \\ &= 210 \end{aligned}$$

3.8.2.2 Uji Reabilitas Data

Uji reliabilitas adalah metode untuk mengevaluasi kuesioner, yang merupakan parameter variabel. Jika tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut tetap konsisten selama periode waktu yang telah ditentukan, maka survei tersebut dapat dianggap dapat dipercaya (Fakhrudin & Aminuddin, 2022). Untuk uji reabilitas digunakan *Cronbach Alpha* sebagai metodenya, dengan rumus:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right] \quad \text{Rumus 3.4 Cronbach Alpha}$$

Sumber: (Wiyono, 2020)

Keterangan:

α = *Cronbach Alpha* atau reliabilitas instrument

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum ab^2$ = Jumlah varian pada butir

at^2 = Varian total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Dalam (Manoy *et al.*, 2021) Ghozali berpendapat uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi dipengaruhi oleh variabel dependen dan independen. Distribusi data yang normal atau mendekati normal merupakan model regresi yang baik. Untuk menentukan kenormalan, dapat dibuktikan melalui histogram, p-plot, dan uji Kolmogorov-Smirnov, uji normalitas dilakukan dalam penelitian ini.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali menunjukkan bahwa tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menentukan apakah ada korelasi dalam model regresi berbasis variabel independent (Manoy *et al.*, 2021). Uji multikolinearitas diperoleh dari VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* jika $VIF > 10$ maka tidak memiliki gejala yang mempengaruhinya.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan model dengan alasan bahwa fluktuasinya terganggu atau bervariasi mulai dari satu persepsi kemudian ke persepsi berikutnya (Lukitoningsih *et al.*, 2022). Tidak adanya heteroskedastisitas adalah fitur yang baik dari model regresi. Uji Glejser digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi, dan nilai absolut residual variabel dependen yang tidak standar digunakan sebagai respon terhadap variabel independen. Jika hasilnya signifikan ($r > 0,05$), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh yang ditimbulkan baik secara parsial maupun secara simultan (Iwan & Saputra, 2020). Rumus dalam uji ini adalah:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Wiyono, 2020)

Keterangan:

Y = Variabel dependen

α = Nilai konstan

B_1, B_2, B_3 = Nilai koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = Variabel independent, yaitu kualitas pelayanan dan promosi

e = Standar skor

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi juga dikenal sebagai kelipatan determinasi. Koefisien determinasi juga dikenal sebagai R, memberikan nilai positif pada hubungan yang ada antara variabel dependen dan semua variabel independen yang memiliki penjelasan yang sama (Sudarningsih, 2020).

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3.6 (R^2)

Sumber: Wibowo (Leonardo & Purba, 2020)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

rx_{y1} = Korelasi variabel x1 dengan y

r_{xy_2} = Korelasi variabel x_2 dengan y

$r_{x_1x_2}$ = korelasi variabel x_1 dengan variabel x_2

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T (Parsial)

Dengan menggunakan uji parsial (uji-t), hipotesis diuji untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menguji hipotesis, uji-t mensyaratkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai probabilitas signifikan 0,05 (Wiyono, 2020).

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.8.5.2 Uji F (Simultan)

(Iwan & Saputra, 2020) menyatakan bahwa tujuan pengujian ini adalah untuk secara bersamaan menentukan hubungan antara variabel bebas dan terikat. Penelitian ini menggunakan uji f untuk melihat apakah keputusan pembelian dipengaruhi secara simultan oleh kemudahan dan kualitas pelayanan. Nilai f yang ditentukan digunakan untuk tes bersama. Koefisien determinasi (R^2) adalah nilai dari nilai f yang dihitung. Baik atau buruk berdasarkan koefisien determinasi (R^2) uji F. Tidak ditetapkan dengan uji-F. Model lebih baik jika signifikansi dan koefisien determinasi (R^2) lebih tinggi. Aturan untuk tes ini adalah: (Wiyono, 2020)

1. $F_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak