

PENGARUH HARGA, KEMUDAHAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN, TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA GOJEK DI KECAMATAN TANDES (SURABAYA)

Mohammad Haris Fahmi Arinta ¹⁾, Is Fadhillah ²⁾
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya, Indonesia

Correspondence		
Email: harisarinta8@gmail.com ¹⁾	No. Telp:	
Email: isfadhillah@gmail.com ²⁾		
Submitted 17 Juli 2024	Accepted 20 Juli 2024	Published 27 Juli 2024

ABSTRAK

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

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

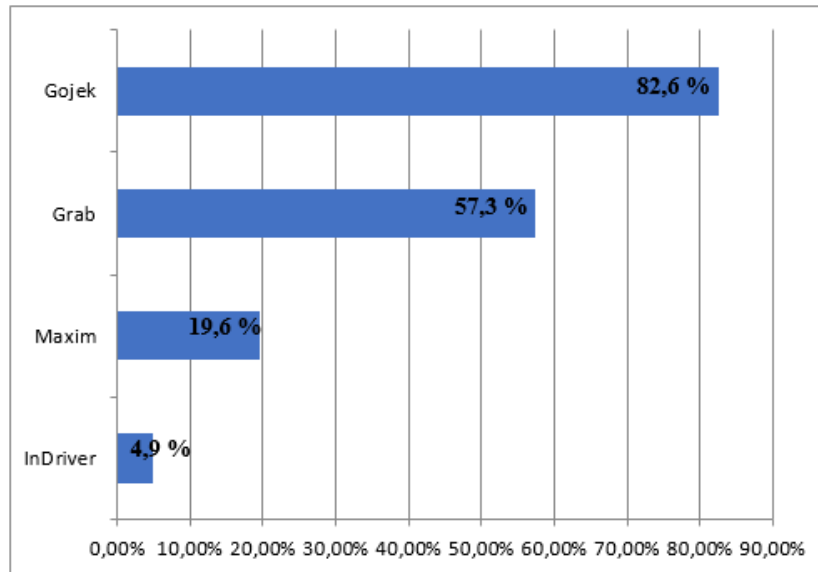
PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 adalah hasil dari perkembangan teknologi saat ini dengan kemajuan yang sangat luas biasa. Teknologi diperlukan pada berbagai bidang, baik dalam kebutuhan sendiri ataupun industri. Pertumbuhan teknologi tentunya erat kaitannya pada link internet. Terdapat berbagai industri yang merubah industrinya kedalam industri yang berbasis teknologi dengan sistem internet.

Salah satu industri yang menggunakan teknologi berbasis internet yang digunakan untuk melengkapi keperluan dalam memanfaatkan transportasi. Sekadar dengan handphone yang bisa digunakan secara fleksibel dengan cepat melalui jaringan yang disebut internet. Melalui internet ini berbagai bidang bisa dilakukan dengan cepat semacam *store online*, serta layanan transportasi *online*.

Satu diantara industri yang melakukan usahanya dengan jaringan interney yakni PT Karya anak bangsa. Dimana pt ini kerap dikenal sebagai gojek yang menjadi industri teknologi asal indonesia yang bergerak di sektor layanan transportasi berbasis *online* yang tercipt di tahun 2010 di jakarta oleh nadiem makarim. Sekarang perusahaan ini tidak sekedar ada di tanah air saja namun juga sudah merata dibeberapa negara, antara lain: Thailand, Singapura, serta Vietnam. Sementara di Indonesai sendiri gojek telah membuka perusahaannya dengan cabang 50 kota yang tersebar di Indonesia.

Gojek sebagai jasa *online* yang baik, terlaporkan ada 82% responden yang memamfaatkan jasa punya pt goto gojek tokopedia tbk itu walaupun mempunyai aplikasi yang lain.



Gambar 1. Data Pengguna Aplikasi Transportasi Online

Salah satunya di Kota Surabaya, yang mana Kota Surabaya menjadi kota metropolitan terbesar kedua setelah jabodetabek yang berpenduduk sekitar 10 juta jiwa. Dimana kecamatan dengan penduduk paling banyak di kota surabaya yakni ada di kec. Tandes secara keseluruhan 93.459 penduduk. Maka kecamatan ini sebagai lokasi yang dituju pada kajian ini.

Dalam bidang usaha salah satu sektor transportasi *online*, banyak yang mempertimbangkan untuk meraih keputusan pemakai. Sebagian pertimbangan pada keputusan user pada suatu pengguna layanan. Antara lain yakni: nilai yang diberikan oleh industri, selanjutnya dalam memanfaatkan tiap layanan yang disediakan, mutu service yang diberikan oleh industri bahkan keyakinan yang secara tidak langsung tercipta pada pikiran usernya sebab pengalaman pemakaian layanan industri itu. Dalam menetapkan harga, industri nantinya sungguh-sungguh menyesuaikan nilai dengan tiap layanan yang dipakai oleh usernya bahkan nilainya sangat murah maka pengguna bisa menetapkan keputusan dalam memakai layanan. Pendapat riyono dan budiharja dalam (dalam melati dan dwijayanti, 2020) harga adalah hal-hal yang dibuatkan dalam pertukaran produk serta layanan oleh pelanggan.

Umumnya harga merupakan toal uang yang ditukarkan oleh pelanggan agar mendapatkan kegunaan kepemilikan atau pemakain suatu barang. Harga yang terjangkau kerap menjadika penggunaanya tertarik maka umumnya penggunaanya nantinya membuat perbandingan diantara harga pada harga layanan yang sama dari industri lainnya. Selain harga, kemudahan, mutu pelayanan bahkan trust juga memiliki pengaruh pada keputusan pemakaian. Yang mana kemudahan untuk memakai layanan yang ada oleh industri juga mendukung pengguna dalam menetapkan mau apa tidak. Kemudahan yaitu sejauh mana individu yakin memakai suatu teknologi akan bebas dari usaha bagi konsumen, kemudahan pada pemakaian menjadi kesan pertama yang menetapkan apakah bisa melanjutkan transaksi atau tidaknya. (afifi & widodo, 2021). Kemudahan pemakaian dalam menggunakan sistem nantinya membantu tindakan baik, yang mana makin mudah pemakaian sistem makin tinggi harapan individu untuk menggunakannya, (hasdani, mohammad nasir, 2021).

Selanjutnya terdapat mutu layanan yang mana mutu juga memberikan pengaruh dalam keputusan pemakai, sebab makin bagus layanan yang dibagikan nantinya makin menarik perhatian berbagai pemakainya itu, hal ini sebab pemakainya sangat aman, baik serta puas dengan layanan yang diberikan. Pendapat kotler (2019) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan wujud penilaian pelanggan pada level layanan yang diterima dengan level pelayanan yang diinginkan jika pelayanan yang diterima berdasarkan pada keinginan sehingga

mutu pelayanan di pikirkan bagus serta memuaskan, kepuasan yang sudah terbangun bisa membantu pelanggan dalam menjalankan pembelian kembali bahkan bisa sebagai konsumen yang loyal.

Berikutnya keyakinan juga menjadi satu diantara faktor yang bisa mempengaruhi keputusan user, keyakinan yaitu ide deskriptif yang diambil oleh seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan mengaitkan kesiapan seseorang dalam berperilaku dengan kepercayaan bahwa mitra bahkan pihak lainnya bisa melengkapai keinginan. (sigalingging & sitorus, 2023).

Dalam menumbuhkan kesuksesan industri, berbagai aktivitas marketing yang dijalankan wajib berdasarkan pada skema yang telah dirancang untuk memberikan kepuasan pada pemenuhan keperluan serta harapan user, semacam diketahui, keperluan bahkan harapan user memiliki keragaman dan memiliki berbagai tahapan.

Kendati demikian didalam melakukan model marketing, industri yang bertujuan pada pemakaiannya lansung tidak sekedar memikirkan metode memenuhi keperluan bahkan harapan pemakainya saja supaya tidak merugikan industri, namun indsutri juga wajib memberikan sebagian peran semacam memberikan nilai yang murah, memberikan kemudahan pemakaian, memberikan layanan yang bagus bahkan senyaman mungkin serta berupaya menumbuhkan keyakinan terhadap pemakainya. Maka berbagai keputusan dalam pemakaian layanan nantinya diserahkan pada pengguna tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, sehingga dapat diberi judul: Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Pengguna Jasa Gojek di Kota Surabaya (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Gojek di Kecamatan Tandes Kota Surabaya).

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pengguna

Dalam mewujudkan visi dari industry, suatu industry wajib melewati beragam dampak yang mempengaruhi konsumen, penggunaan jasa bahkan menumbuhkan persepsi terkait bagaimana pelanggan menjalankan keputusan pembelianya. Keputusan pembelian menjadi aktivitas seseorang yang secara langsung terlibat pada penentuan keputusan dalam melaksanakan pembelian pada barang dan penggunaan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Dalam level ini, user sudah mengetahui sebagian pilihan bahkan nantinya memutuskan supaya memakai jasa yang baik serta sesuai, (Mulya, 2023). Keputusan pembelian merupakan tindakan seseorang yang dipengaruhi oleh semua faktor, maka konsumen dapat menetapkan tahapan pembelian. (Millatina et al., 2020). Indikator yang digunakan dalam mengukur keputusan pengguna dalam penelitian ini adalah Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, dan Penilaian Alternatif.

Harga

Pendapat Kotler dan Armstrong (2020), harga merupakan berbagai cash yang ditukarkan pada suatu barang serta layanan. Sangat jauh lagi, harga merupakan sejumlah nilai yang pelanggan tukarkan dalam berbagai kegunaan dengan mempunyai atau memakai suatu produk atau layanan tersebut. Sementara menurut Kapriani & Thaha, Salmiyah, (2021) menjelaskan bahwa transportasi online sebagai pendatang baru ini disebut dengan nominal murah daripada pesaing. Nilai secara luas yaitu total nilai yang ditukarkan oleh pelanggan agar mendapatkan kegunaan kepemilikan bahkan pemakaian suatu barang atau layanan. Merujuk pada Tonce dan Yoseph (2022) indikator-indikator harga di antaranya adalah:

1. Keterjangkauan harga yang terjangkau yaitu ekspektasi konsumen sebelum melakukan order. Konsumen bisa memilih barang yang nilainya dapat dicapai oleh konsumen.

2. Kesesuaian harga pada fungsinya konsumen kerap mengindahkan nilai barang namun relative berhubungan dengan manfaatnya barang tersebut.
3. Kompetisi nilai organisasi menetapkan harga jual suatu barang dengan pertimbangan nilai barang yang dijual oleh kompetitornya maka barangnya dapat berkompetisi di market.

Kemudahan

Kemudahan merupakan sifat di mana individu mempercayai pemakaian pada suatu sistem atau teknologi menjadi sesuatu yang tidak susah dalam dimengerti bahkan digunakan sehingga tidak membutuhkan upaya keras agar dapat memakainya. Hasdani dan Mohammad Nasir (2021) menjelaskan bahwa kemudahan pemakain pada penggunaan suatu sistem nantinya membantu tindakan baik. Yang mana makin mudah pemakaian sistem, makin tinggi harapan individu dalam menggunakannya. Maka individu yang yakin bahwa suatu teknologi mudah dimanfaatkan, maka individu itu dapat memakainya. Maka variable kemudahan mengindikasikan suatu sistem diciptakan agar tidak memberikan kesulitan penggunaannya, namun diciptakan dengan visi memudahkannya. Adapun indikator dalam mengukur kemudahan merujuk pada (Abrilia et al., 2020) di antaranya yaitu Mudah dipelajari, Fleksibilitas, dan Mudah digunakan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah salah satu keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Maka, kualitas pelayanan menyesuaikan kepada kapasitas penyedia layanan untuk melengkapi keinginan pelanggan secara tetap dan sesuai dengan manfaat. Pendapat Kotler (2019) menjelaskan kualitas pelayanan yaitu wujud penilaian pelanggan pada level layanan yang didapatkan dengan level pelayanan yang diinginkan. Kualitas pelayan merupakan display barang atau hasil kerja yang menjadi bagian pokok dari skema industry dalam rangka mewujudkan kelebihan bersaing, baik kedalam pemimpin market atau innovator. Lebih lanjut merujuk pada (Kotler, 2019) yang menjelaskan terdapat 3 indikator dari Kualitas Pelayanan di antaranya yaitu:

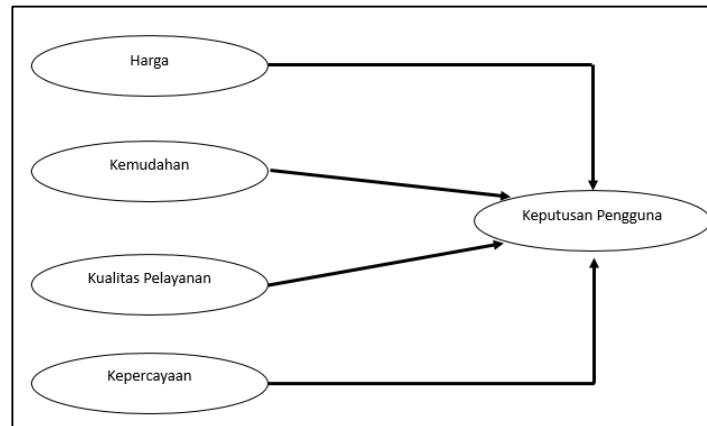
1. Keandalan merupakan keterampilan industry dalam melayani berdasarkan apa yang diharapkan, terpercaya, tepat dan stabil.
2. Ketanggapan (responsiveness) yaitu suatu keterampilan dalam melayani ke konsumen secara kilat dan mendengar bahkan menyelesaikan permasalahan konsumen.
3. Jaminan (assurance) merupakan mengukur keterampilan bahkan kesopanan pegawai dan karakteristik yang bisa diyakini yang dipunyai pegawai.

Kepercayaan

Kepercayaan mengaitkan kesiapan seseorang dalam berperilaku dengan kepercayaan dimana mitar bisa melengkapi keinginan. (sigalingging & sitorus, 2023). Sehingga, trust suatu yang pokok saat menjalankan pertimbangan oleh user sebelum menjalankan pemakaian jasa yang disediakan, apalagi saat individu menjalankan transaksi yang sangat beresiko, (ayu gita oktaviani, 2023) kepercayaan menyesuaikan terhadap sebagian faktor diantaranya diri sendiri atau perusahaan semacam integritas, kompetensi, kebaikan, bahkan kejujuran. Indikator pada kepercayaan dalam hal ini merujuk pada (Caniago, 2022) di antaranya yaitu Kredibilitas, Kejujuran, dan Kepedulian.

Kerangka Teoritis

Adapun kerangka teoritis yang akan diteliti pada kajian ini yang bisa dideskripsikan dibawah:



Gambar 2. Kerangka Teoritis Penelitian

Berdasarkan dari gambar 2 mengenai kerangka teoritis penelitian di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pengguna Gojek di Kota Surabaya.
- H2: Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pengguna Gojek di Kota Surabaya
- H3: Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pengguna Gojek di Kota Surabaya
- H4: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pengguna Gojek di Kota Surabaya
- H5: Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pengguna Gojek di Kota Surabaya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Tandes Kota Surabaya, dengan waktu penelitian pada rentang bulan Mei hingga Juni 2024. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Hal ini guna untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna gojek yang telah mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti melalui media sosial seperti Whatsapp, Messenger di wilayah Kecamatan Tandes, Kota Surabaya dengan total 147 Responden. Sementara sampel pada penelitian diambil dengan teknik purposive sampling, dan didapatkan berjumlah sebanyak 100 sampel yang diambil dari populasi dengan memilah berdasarkan jawaban responden yang sesuai dengan kriteria. Adapun dalam mengukur jawaban responden, pada kuesioner penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran berupa skala likert yang terdiri dari empat poin, di antaranya yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Setuju, dan (4) Sangat Setuju.

Setelah data pada penelitian ini terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan analisis data. Adapun pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu perangkat lunak berupa SPSS versi 25.0. Peneliti juga turut melakukan pengujian terhadap instrument kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Selain itu, peneliti juga melakukan uji persyaratan berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji

autokorelasi. Sementara dalam pengujian hipotesisnya peneliti melakukan uji statistik F atau simultan, Uji statistik T atau parsial, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Untuk mencari nilai validitas di sebuah item digunakan teknik korelasi dengan kriteria pengujain yaitu jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen penelitian tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen penelitian tidak valid. Berikut merupakan hasil dari uji validitas yang sudah dilakukan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Indikator	R ihitung	R itabel	Keterangan
X1.1	0,872	0,195	Valid
X1.2	0,863	0,195	Valid
X1.3	0,887	0,195	Valid
X1.4	0,890	0,195	Valid
X1.5	0,834	0,195	Valid
X1.6	0,887	0,195	Valid
X2.1	0,872	0,195	Valid
X2.2	0,780	0,195	Valid
X2.3	0,753	0,195	Valid
X2.4	0,798	0,195	Valid
X2.5	0,818	0,195	Valid
X2.6	0,873	0,195	Valid
X3.1	0,763	0,195	Valid
X3.2	0,784	0,195	Valid
X3.3	0,756	0,195	Valid
X3.4	0,718	0,195	Valid
X3.5	0,847	0,195	Valid
X3.6	0,736	0,195	Valid
X4.1	0,762	0,195	Valid
X4.2	0,759	0,195	Valid
X4.3	0,831	0,195	Valid
X4.4	0,580	0,195	Valid
X4.5	0,725	0,195	Valid
X4.6	0,830	0,195	Valid
Y.1	0,790	0,195	Valid
Y.2	0,761	0,195	Valid
Y.3	0,852	0,195	Valid
Y.4	0,700	0,195	Valid
Y.3	0,852	0,195	Valid
Y.4	0,817	0,195	Valid

Berdasarkan hasil pengujian di atas maka dapat disimpulkan apabila keseluruhan item memiliki nilai R hitung $>$ R tabel atau dengan kata lain bahwa keseluruhan item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur penelitian (kuisisioner) dengan menggunakan metode *alpha cronbach* (α). di mana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Signifikasi	Keterangan
X1	0,885	0,60	Reliabel
X2	0,811	0,60	Reliabel
X3	0,742	0,60	Reliabel
X4	0,711	0,60	Reliabel
Y	0,781	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa nilai CA yang dimiliki oleh setiap variabel menunjukkan lebih besar dari nilai signifikansi yang ditentukan. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. untuk mengetahui model regresi berdistribusi normal atau tidak. bisa dilihat dari hasil uji *kolmogorov smirnov* (k-s). dikatakan normal jika nilai signifikasi (sig.) $>$ 0,05 tetapi jika nilai signifikasi (sig.) $<$ 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-sample Kolmogorov-smirnov test**

		Unstandardized residual
N		100
	Mean	,0000000
	Normal	
Parameters(a,b)		
Std. deviation		0,92007131
	Absolute	,090
Most extreme		
Differences positive		,090
	Negative	-,048
Kolmogorov-smirnov z		,903
Asymp. sig. (2-tailed)		,388

Berdasarkan tabel di atas yang menunjukkan nilai (sig.) sebesar 0,388 $>$ 0,05 yang artinya nilai 0,388 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas di mana uji ini digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi di antara variabel independen. uji multikolinearitas dapat di buktikan dengan nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas, tetapi jika nilai *tolerance* < 0,10 maka terjadi multikolinearitas dan nilai *vif* > 10,00 dikatakan terjadi multikolinearitas, tetapi jika nilai *vif* < 10,00 dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity statistics	
		Tolerance	Vif
1	(constant)		
	Harga(x1)	,344	2,905
	Kemudahan(x2)	,401	2,493
	Kual. pelayanan(x3)	,628	1,591
	Kepercayaan(x4)	,458	2,183

Pada tabel di atas di mana pada variabel x1 menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,344 > 0,10 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas, variabel x2 menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,401 > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinearitas, variabel x3 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,628 > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinearitas, variabel x4 menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,458 > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinearitas. lalu melihat dari kolom *vif*, di mana variabel x1 menunjukkan nilai *vif* sebesar 2,905 < 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas, variabel x2 menunjukkan nilai *vif* sebesar 2,493 < 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas, variabel x3 menunjukkan nilai *vif* sebesar 1,591 < 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas, variabel x4 menunjukkan nilai *vif* sebesar 2,183 < 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ke tidak samaan varian dari nilai residual. menurut (ghozali, 2013) uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari uji *glejser* dengan tingkat signifikansi hasil regresi nilai *absolute residual* bersama variabel bebas, jika variabel bebas tidak berpengaruh signifikansi terhadap *absolute residual* ($\alpha=0,05$) bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Sig.
1	(constant)	,101
	Harga (x1)	,788
	Kemudahan (x2)	,779
	Kual. pelayanan (x3)	,835
	Kepercayaan (x4)	,582

Berdasarkan dari hasil data yang ditunjukkan pada tabel 5 di atas, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel terbebas dari heteroskedastisitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih dari 0.05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis iregresi ilinier iberganda idigunakan iuntuk imengetahui iapakah iada ipengaruh iantara variabel iindependen ike ivariabel idependen. Ianalisis iini ijuga idigunakan iuntuk imengetahui apakah ada ihubungan iantar ivariabel iyang iberpengaruh ipositif iatau inegatif idan imemprediksi iapa iada kenaikan iatau ipenurunan idiantara idua ivariabel iindependen iatau idependen.

Tabel 6. Hasil Analisis Linier Berganda

Model		nstandardized coefficients		Standardized coefficients
		B	Std. error	Beta
1	(constant)		,685	
	Harga(x1)	,781		
	Kemudahan(x2)	,114	,057	,124
	Kual. pelayanan(x3)	,120	,058	,118
	Kepercayaan(x4)	,087	,040	,099
		,732	,056	,699

Pada penjelasan sebelumnya uji analisis regresi berganda di tunjukkan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan nilai hasil dari regresi berganda dimana persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,781 + 0,114 (X1) + 0,120 (X2) + 0,087 (X3) + 0,732 (X4) + e$$

1. Konstanta (a) menunjukkan nilai konstanta (-0,781) artinya jika semua variabel bebas (harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan) = 0, dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan. sedangkan variabel terikat = (-0,781).
2. Variabel bebas bernilai positif di mana harga = 0,114, kemudahan = 0,120, kualitas pelayanan = 0,087, dan kepercayaan = 0,732. di mana pada nilai variabel bebas masing-masing dapat menunjukkan bahwa setiap variabel dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa gojek.

Uji Hipotesis

Uji Statistik F (Simultan)

Uji f adalah uji yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang diuji secara bersama-sama dengan tingkat signifikansi di mana nilai signifikansi (sig.) < 0,05.

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA (b)

Model	F	Sig.
1 Regression	167,173	,000(a)
1 residual total		

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji statistik F yaitu $0.000 < 0.05$ sehingga berdasarkan hal tersebut di artikan bahwa H_1 diterima. Dengan kata lain variabel Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan.

Uji Statistik T (Parsial)

Uji T (parsial) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients (a)**

Model		T	Sig.
1	(constant)	-1,139	,257
	Harga(x1)	2,014	,047
	Kemudahan(x2)	2,068	,041
	Kual. Pelayanan(x3)	2,174	,032
	Kepercayaan(x4)	13,074	,000

Berdasarkan dari hasil pengujian statistik T di atas, maka di jelaskan sebagai berikut:

1. Variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ di mana nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ sehingga terdapat pengaruh parsial secara positif antara variabel harga (x1) terhadap keputusan penggunaan (y).
2. Variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,041 < 0,05$ di mana nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ sehingga terdapat pengaruh parsial secara positif antara variabel kemudahan (x2) terhadap keputusan penggunaan (y).
3. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$ di mana nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$. Sehingga terdapat pengaruh parsial secara positif antara variabel kualitas pelayanan (x3) terhadap keputusan penggunaan (y).
4. Variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ di mana nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ sehingga terdapat pengaruh parsial secara positif antara variabel kepercayaan (x4) terhadap keputusan penggunaan (y).

Koefisien Determinasi (r^2)

Uji determinasi (r^2) digunakan untuk mengetahui besarnya persentase yang diperoleh oleh variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (r^2)
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	,936(a)	,876	,870	,93924

Berdasarkan dari data tabel di atas, maka didapatkan bahwa nilai dari r sebesar 0,936 atau (93,6%) sedangkan nilai r^2 adalah sebesar 0,876, dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pengguna (y) di pengaruhi oleh variabel harga (x_1), kemudahan (x_2), kualitas pelayanan (x_3), dan kepercayaan (x_4) sebesar 0,872 atau (87,2%), sedangkan sisanya sebesar 12,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Pembahasan

1. Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengguna sebagai variabel dependen dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna gojek setuju menggunakan jasa gojek dikarenakan jasanya dibutuhkan, karena sudah sering menggunakan jasa gojek dan karena mempunyai *voucher* diskon. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang sama-sama meneliti pengaruh harga dan promosi grab terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna jasa transportasi *online* dengan hasil yang berpengaruh signifikan penelitian yang dilakukan oleh andi rahmat dominggus siregar dan sitta nur hajjah (2023) yang membahas harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena faktor pertama harga yang diberikan oleh pihak grab lebih murah, dan terjangkau, tidak hanya memberikan harga murah tetapi grab juga menawarkan potongan harga atau promo pada penggunaannya sehingga konsumen membuat keputusan untuk menggunakannya.

Adapun penelitian yang juga sejalan dengan penelitian ini yang diteliti oleh muzakki dkk (2019) yang pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada terhadap keputusan konsumen grab dengan hasil berpengaruh signifikan positif. Hal ini di karena kan konsumen merasa percaya jika keinginan mereka di lakukan sesuai dengan yang di inginkan semisal pada saat melakukan pemesanan perjalanan dan konsumen diantarkan ke tempat tujuan.

2. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harga sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengguna sebagai variabel dependen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,014 > 1,98$ dan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan oleh gojek sudah cukup murah, terjangkau dan sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Adanya potongan harga juga membuat masyarakat berminat menggunakan gojek serta metode pembayaran yang mudah juga membuat responden memutuskan menggunakan jasa gojek.

Pengaruh harga dan pelayanan konsumen terhadap keputusan pengguna jasa transportasi *online* grab dengan hasil signifikansi positif dalam penelitian yang dilakukan oleh raymond (2019). hal ini dapat dijelaskan dari jawaban yang diberikan oleh responden mengenai faktor yang mempengaruhinya yaitu daya beli, kemauan untuk membeli, manfaat produk dan harga pesaing jawaban dari responden.

3. Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kemudahan sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengguna sebagai variabel dependen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,068 > 1,98$ dan nilai signifikansi sebesar $0,041 < 0,05$. kesimpulannya adalah responden setuju dengan kemudahan menggunakan aplikasi gojek, fitur-fitur yang disediakan gojek juga sesuai dengan kebutuhan penggunanya. hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada terhadap keputusan konsumen grab dengan hasil berpengaruh signifikansi positif dalam penelitian muzakki dkk (2019) kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen jasa grab karena pegawai jasa grab ramah, memberi *respons* yang cepat, menanggapi keluhan konsumen, dan memiliki kepedulian terhadap konsumennya. Sedangkan kemudahan aplikasi mempengaruhi keputusan pembelian jasa grab karena aplikasinya dapat diunduh dengan mudah, aplikasinya dapat digunakan dengan mudah, memiliki panduan penggunaan aplikasinya dan penggunanya tidak merasa kesulitan saat menggunakan aplikasinya.

4. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengguna sebagai variabel dependen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,174 > 1,98$ dan nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$. kesimpulannya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh gojek terhadap penggunanya maka akan membuat responden yang akan menggunakan jasanya semakin banyak, hal ini di buktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa dengan pelayanan gojek berupa *respons* terhadap keluhan konsumen, memberikan pelayanan yang baik, dan adanya asuransi pada tiap penggunanya sehingga membuat responden akan menggunakan jasanya ketika dibutuhkan. pembahasan ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa grab di batam yang berpengaruh signifikan raymond dkk, (2019). kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian jasa grab karena di pengaruhi oleh keadaan fisik pengemudinya, kendaraan pengemudi grab yang layak pakai, pengemudi berpenampilan rapi, mengutamakan keamanan pengguna jasanya, ramah, mampu memenuhi kebutuhan pengguna jasanya, mengemudi kendaraan dengan baik, dan terdapat layanan pengaduan pada aplikasinya.

5. Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengguna sebagai variabel dependen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,074 > 1,98$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. hal ini dapat disimpulkan bahwa responden menyetujui jika kepercayaan pengguna gojek tumbuh secara tidak langsung pada diri penggunanya sehingga pengguna mengungkapkannya dengan cara memberikan nilai dengan baik, menggunakan jasanya secara berulang karena merasa nyaman saat menggunakannya,

pengguna juga menyetujui dengan pernyataan menaati aturan yang diberikan gojek, hal ini di lakukan karena pengguna merasa percaya pada jasa gojek. dalam penelitian terdahulu pengaruh kemudahan penggunaan, e-wom, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi online maxim di kota batam dengan hasil berpengaruh signifikansi tia nur adhiyani dan david humala sitorus (2023) hal ini di karenakan konsumen merasa percaya jika keinginan mereka di lakukan sesuai dengan yang di inginkan semisal pada saat melakukan pemesanan perjalanan dan konsumen diantarkan ke tempat tujuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa gojek di Kota Surabaya. Kemudian peneliti juga menemukan bahwa harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara parsial atau masing-masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di Kota Surabaya. Pada penelitian ini peneliti juga menemukan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 87,2% atau dengan kata lain bahwa variabel keputusan pengguna dipengaruhi oleh variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan sebesar 0,872 atau 87,2%. Sementara 12,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan, adapun saran atau rekomendasi yang dapat peneliti berikan yaitu kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang sekiranya dapat memengaruhi variabel keputusan pengguna Jasa Gojek. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas jangkauan populasi dan sampel penelitian tidak terbatas hanya di Kota Surabaya.

REFERENSI

- Abrilia, nurya dina, sudarwanto, t. (2020). pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi dana di surabaya. *jurnal pendidikan tata niaga (jptn)*, 8(3), 1006–1012.
- Afifi, f. f., & widodo, a. (2021) pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada restoran aroma kitchen kota padang. *journal of economics and business*, 481–486. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.350> diakses 17 maret 2024.
- Andi rahmat dominggus, sitta nur hajjah, (2023) pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online (studi kasus maxim di cirebon). *jurnal witana (jw)* vol. 01. no. 02, pp 22-31. <http://jurnalwitana.com/> diakses pada 17 maret 2024.
- Ayu gita oktaviani, d. h. s. (2023). pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan promosi terhadap minat beli konsumen bukalapak di kota batam : *jurnal ilmu pengetahuan sosial*, 10(7), 3262–3267.
- Caniago, a. (2022). analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *jurnal lentera bisnis*, 11(september), 219–231. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Ghozali imam. 2019. *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss2*. semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Ghozali imam. 2021. *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 21 update pls regresi*. semarang: badan penerbit universitas diponegoro.

- Gunawan. (2020). mahir menguasai spss . panduan praktis mengolah data penelitian. sleman: deepublish cv. budi utama.
- Hasdani, mohammad nasir, b, (2021) persepsi kemudahan penggunaan aplikasi shopee terhadap keputusan pembelian online pada users. *journal of management & business*, 6(2), 2023 (327) diakses 17 maret 2024.
- Kapriani, a., & thaha, salmiyah, h. (2021). analisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi online maxim di makassar. *al- buhuts*, 17(1), 142–161.
- Kotler. 2019. *pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di ukm mart kartika widya utama*. *jurnal of economics and business* (2021) <http://repository.unas.ac.id/6131/3/bab%20%20.pdf> diakses pada 17 maret 2024
- Lianita widyaratna, ike ratnasari, diah rizky mei rina, (2023) pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan online go-jek. *jurnal sosial dan teknologi (sostech)* volume 3, number 8.
- Melati dan dwijayanti, (2020) pengaruh harga dan online costumer review terhadap keputusan pembelian case handphone pada marketplace shopee. *jurnal pendidikan tata niaga*.
- Millatina, a. n., hamidah, s., & herianingrum, s. (2020). efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian konten sosial media yang sering di kunjungi. *jurnal penelitian ipteks*, 5(1), 101–115.
- Mulya hasudungan napitupulu, s. (2023). al-kharaj : jurnal ekonomi , keuangan & bisnis syariah pengaruh keamanan dn kepercayaan terhadap keputusan. *al-kharaj: jurnal ekonomi, keuangan & bisnis syariah*, 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Muzakki nur. 2019. *pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada terhadap keputusan konsumen. (studi pada mahasiswa univrsitas islam malang)*. *jurnal ekonomi dan bisnis*. no.3.
- Raymond. 2019. *pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa grab di batam*. *jurnal: fakultas ekonomi dan bisnis*. no.2.
- Sigalingging, p. m., & sitorus, d. h. (2023). pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada shopee di kalangan mahasiswa kota batam. *seiko : journal of management & business*, 6(1), 1004–1009
- Singgih santoso. (2019). mahir statistik parametrik . konsep dasar dan aplikasi spss. jakarta:pt. gramedia.
- Sugiyono. 2019. *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. bandung: alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. bandung: alfabeta.
- Yosef tonce dan yoseph . 2022. minat dan keputusan pembelian : tinjauan melalui persepsi harga & kualitas produk. indramayu: adad.