



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 6127-6135

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Mengeksplorasi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike Berdasarkan Aspek Keamanan, Fitur Layanan, Dan Kualitas Pelayanan

Donald Michi Kasetty

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Petra Bitung

Email : kasetty89@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari melaksanakan penelitian ini merupakan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Pengaruh Keamanan dan Fitur Layanan dalam membuat Keputusan untuk Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike di Kota Bitung. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif sebagai jenis penelitian ini. Populasi penelitian tergolong sangat besar maka populasi penelitian ini termasuk populasi yang tidak diketahui, dan didapatkan sejumlah 96 responden sebagai sampel melalui teknik accidental sampling. Teknik analisis data melalui regresi linear berganda yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis dengan mempergunakan Software SPSS Versi 26. Dengan melaksanakan Penelitian ini, memperoleh hasil yang secara parsial, pengaruh keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, Kualitas Pelayanan, Keamanan dan Fitur Layanan, berkontribusi secara signifikan untuk menciptakan Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Keamanan, Fitur Layanan, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

Abstract

This study aims to ascertain how security, service features, and service quality affect people's choices to utilize Grab Bike's online transportation service in Bitung City. Quantitative research using a descriptive methodology is used. This study used an incidental sampling strategy to select a sample of 96 respondents from the research population, which is categorized as being very vast and therefore unknown. Multiple linear regression is the analysis method utilized in this study, along with instrument testing, traditional assumption testing, and hypothesis testing, all performed using SPSS (Statistica Product and Service Solutions) Software Version 26. The study's findings indicate that security partially influences purchasing decisions, as do service features and service quality. An important influence on purchasing decisions is simultaneously exerted by security, service features, and service quality

Keyword: Security, Service Features, Service Quality, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Teknologi dalam perkembangannya sepanjang waktu semakin canggih dan berpengaruh pada seluruh aspek kehidupan. Melalui teknologi yang berkembang ini menjadikan manusia merasa bahwa seluruh kebutuhannya bisa didapatkan secara mudah, termasuk dalam akses sistem transportasi. Kata transportasi memiliki asal kata dari *transportate* (Bahasa latin) yang meliputi kata *trans* atau memiliki arti seberang serta *portate* yang memiliki arti membawa dan mengangkut (Widya, 2017). Setiap orang memerlukan transportasi untuk kegiatan sehari-hari agar mempermudah dan memperlancar kegiatan sehari-hari. Hal ini dapat menjelaskan bahwa transportasi sangat berperan penting dalam menjalani kegiatan sehari-hari, sehingga usaha yang dilaksanakan pada bidang transportasi, menjadi salah satu usaha yang memiliki prospek dan keuntungan yang terjadi di kota-kota besar (Gunawan, 2017).

Sejalan dengan berkembangnya teknologi di Indonesia, memacu perusahaan mengembangkan bisnis masing-masing dengan berbasis *online*, di antaranya jasa transportasi *online*. Ini adalah jasa transportasi yang dalam penerapan bisnisnya dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi. Selaras akan tujuan teknologi diciptakan yakni dalam rangka memudahkan keseharian, demikian pula diciptakannya transportasi *online* dalam rangka memudahkan keseharian seperti kebutuhan berpergian bisa lebih efisien dan efektif.

Transportasi *online* termasuk bentuk alat transportasi dan kegiatan lalu lintas yang memanfaatkan teknologi atau perkembangan ilmu pengetahuan. Melalui perkembangan dari teknologi sebagaimana sekarang ini tentu memudahkan pengguna mempergunakan transportasi *online* melalui pemesanan di aplikasi tersebut, di mana aplikasi untuk transportasi *online* sudah tersedia pada smartphone pengguna atau konsumen. Selain itu terdapat semua identitas pengemudi pada aplikasi sebab perusahaan pengelola sudah terlebih dulu mengadakan verifikasi sebelum bekerjasama dengan secara kemitraan bersama dengan pengemudi, oleh karena itu dapat menumbuhkan rasa aman (Budi, 2021). Konsep keamanan merupakan sebuah cara dalam mengamankan dan melindungi data pribadi yang menjadi salah satu syarat-syarat untuk memenuhi haknya yang saling bertukar data pribadi dengan masyarakat (Dewi, 2018).

Keberadaan bisnis transportasi *online* di Indonesia sudah lama, salah satunya adalah Grab. Pendirian Grab yaitu tahun 2011 dan Anthony Tan dan Tan Hooi adalah pendiri dari aplikasi ini. Perkembangan Grab dari 2011 hingga 2023 sekarang ini tergolong pesat serta mampu menjadi satu dari banyaknya penyedia aplikasi transportasi *online* di Indonesia. Grab merupakan suatu perusahaan teknologi dari Malaysia dengan kantor pusat di Singapura. Perusahaan ini memiliki produk berupa penyediaan aplikasi pelayanan transportasi yang terdiri dari kendaraan roda 4 dan kendaraan bermotor roda 2. Grab adalah sebuah

perusahaan teknologi yang menciptakan Aplikasi saja, di mana kendaraan untuk operasional layanan pada konsumen yaitu milik mitra yang bergabung di PT Grab Indonesia. Grab menyediakan berbagai macam layanan, di antaranya yakni Grab Bike. Ini merupakan layanan transportasi ojek *online* (motor). Saat ini Grab Bike juga sudah masuk di berbagai Kota termasuk di Kota Bitung dan Grab Bike masuk di Kota Bitung pada tahun 2017.

Berdasarkan observasi awal mengenai aspek keamanan, terdapat fenomena yang terjadi pada Grab Bike, di mana masih terdapat driver Grab Bike yang tidak taat akan rambu lalu lintas serta masih kerap terdapat driver Grab Bike yang tidak menyediakan helm untuk penumpangnya. Kondisi tersebut bisa berdampak buruk, seperti membahayakan orang lain, terjadinya kecelakaan, kena tilang, serta lainnya berupa sanksi tegas dari pihak berwajib atas tindakan pelanggaran yang dilakukan di jalan raya.

Pada fitur layanan Grab Bike terdapat fenomena yang terjadi, Grab Bike masih belum unggul dalam menyediakan fitur layanan dibanding dengan pesaingnya Gojek, gojek sudah menyediakan fitur layanan yang cukup lengkap seperti membayar tiket bioskop (Gotix) sedangkan di Grab belum menyediakan fitur layanan tersebut, kemudian tarif harga terdekat Grab Bike lebih mahal dibandingkan Indriver, tidak ada potongan harga ketika pembayaran cash dan ketika hujan tarif harga Grab Bike akan naik.

Pada Kualitas pelayanan terdapat fenomena yang terjadi, kualitas yang Grab Bike berikan masih belum optimal, tidak sedikit para driver yang kurang ramah kepada pengguna Grab Bike sehingga membuat para pengguna Grab Bike merasa tidak nyaman. Menurut Aria dan Atik (2018), kualitas pelayanan adalah komponen yang menjadi pertimbangan yang dilakukan untuk memberikan Pelayanan dengan Kualitas yang Prima.

Berdasarkan fenomena dan gap penelitian yang diuraikan pada latar belakang, peneliti memiliki ketertarikan untuk mengadakan penelitian tentang mengeksplorasi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi *online* Grab Bike berdasarkan aspek keamanan, fitur layanan, dan kualitas pelayanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ditunjang dengan pendekatan deskriptif dimanfaatkan sebagai jenis penelitian ini. Tujuannya adalah menerangkan fenomena empiris diikuti data yang sifatnya statistik serta analisis pengaruh berupa pola hubungan antar variabel. Proses dalam mengumpulkan data memanfaatkan instrumen penelitian dengan data dianalisis secara kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian (Muhammad, 2021).

Pengguna Grab Bike di Kota Bitung dijadikan sebagai populasi dari penelitian ini. Badan Pusat Statistik Kota Bitung menerangkan bahwa populasi dari penduduk kota Bitung yaitu sejumlah 225.134 orang. Populasi penelitian ini ada keberadaannya tetapi populasi pengguna

Grab Bike di Kota Bitung tidak diketahui oleh karena itu, populasi tergolong sangat besar maka populasi penelitian ini termasuk populasi yang tidak diketahui. Metode teknik Accidental Sampling dimanfaatkan sebagai teknik sampling, di mana ini merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan salah satu yang cocok. Mengacu perhitungan, didapatkan hasil yaitu 96,04 yang selanjutnya dibulatkan menjadi 96 responden Grab Bike pada bulan April 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini digunakan sebagai pengukur kekuatan beberapa variabel juga untuk mengungkapkan arah dari hubungan variabel (bebas dengan terikat).

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	9.995	.776		12.873	.000
	Keamanan	.081	.021	.025	2.850	.000
	Fitur Layanan	.093	.025	.114	3.752	.000
	Kualitas Pelayanan	.090	.023	.881	3.954	.000

a. Variabel Y: Keputusan Pembelian

Melihat hasil sebelumnya, hasil uji persamaan regresi dapat disusun yaitu $Y = 9,995 + 0,081 + 0,093 + 0,090 + e$ dari persamaan ini dapat dijelaskan :

1. Konstanta (a) sejumlah 9,995 atau berarti apabila variabel X1,X2,X3 sama dengan 0, maka Keputusan Pembelian yaitu 9,995
2. Koefisien X1 (Keamanan) sejumlah 0,081 menyatakan setiap X1 naik sejumlah 1% maka Keputusan akan naik 0,081 pada pembelian serta kebalikannya jika turun 1% pada X1 maka akan turun sejumlah 0,081 untuk Keputusan Pembelian.
3. Koefisien X2 (Fitur Layanan) yaitu 0,093 menyatakan kenaikan 1% pada X2 akan memicu peningkatan sejumlah 0,093 pada Keputusan Pembelian serta kebalikannya jika ada penurunan 1% pada X2 maka akan turun sejumlah 0,093 pada Keputusan Pembelian.

4. Koefisien X3(Kualitas Pelayanan) sejumlah 0,090 menyatakan setiap kenaikan 1% pada X3 maka akan terjadi peningkatan 0,090 pada keputusan pembelian serta kebalikannya jika ada penurunan 1% pada X3 maka akan turun sejumlah 0,090 pada Keputusan Pembelian.

Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien Determinasi dimanfaatkan dalam melihat sejauh mana kemampuan variabel bebas menerangkan variabel terikat.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.980 ^a	.960	.959	.81829

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keamanan, Fitur Layanan

b. Variabel Y: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26 (2023)

Mengacu data tersebut, didapatkan *Adjusted R Square* sejumlah 0,959 atau dengan persentase 95,9% sehingga dapat dinyatakan kemampuan dari variabel Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan menjelaskan Keputusan Pembelian bisa dikatakan sangat besar. Kemampuan tersebut dengan persentase 95,9%, sementara sebagiannya lagi yaitu 4,1% dipengaruhi variabel lainnya selain penelitian ini.

b. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Ghozali (2012) memberikan penjelasan bahwa penggunaan uji t dimaksudkan guna melihat sejauh manakah variabel bebas penelitian secara individual mempengaruhi variabel terikat.

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	9.995	.776		12.873	.000
	Keamanan	.081	.021	.025	2.850	.000
	Fitur Layanan	.093	.025	.114	3.752	.000
	Kualitas Pelayanan	.090	.023	.881	3.954	.000

a. Variabel Y: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26 (2023)

Mengacu data tersebut, dapat dilihat hasilnya :

1. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian, diketahui nilai signifikan dari Keamanan (X1) yakni $0,000 < 0,05$. Maka, H1 diterima : Keamanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) berpengaruh signifikan.
2. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian, diketahui nilai signifikan dari Fitur Layanan (X2) yaitu $0,000 < 0,05$. Maka didapatkan kesimpulan H2 diterima: Fitur Layanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh signifikan.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, diketahui nilai signifikan dari Kualitas Pelayanan (X3) yaitu sejumlah $0,000 < 0,05$. Maka didapatkan kesimpulan H3 diterima: Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) mempunyai pengaruh signifikan.

c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji f dipergunakan dalam melihat signifikansi pengaruh secara serempak dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Oktaviani dkk., 2020)

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1486.620	3	495.540	740.051	.000 ^b
	Residual	61.603	92	.670		
	Total	1548.223	95			

a. Variabel Y: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keamanan, Fitur Layanan

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26 (2023)

Mengacu data tersebut, diperoleh nilai Fhitung = 740,051 > 2,70 serta signifikansi senilai $0,000 < 0,05$, oleh karenanya H4 diterima. Kesimpulan yang didapatkan yaitu secara serempak Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh signifikan.

Pembahasan

1. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian

Bedasar pada uji hipotesis secara individual didapatkan hasil yaitu variabel independen Keamanan diketahui memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maknanya, bertambah meningkat Keamanan pada Grab Bike akan meningkatkan Keputusan Pembelian, sehingga H1 diterima. Ini terbukti melalui signifikan t secara parsial yang bernilai $0,000 < 0,05$.

Hasil ini sejalan akan penjelasan dari Suryani (2013) yang memberikan penjelasan bahwa keamanan yakni kemampuan menjaga dan mengontrol keamanan transaksi data.

2. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji hipotesis secara individual sebelumnya, didapatkan hasil yakni variabel independen Fitur Layanan diketahui terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh signifikan. Ini memiliki arti semakin meningkat Fitur Layanan pada Grab *Bike* akan mempengaruhi peningkatan Keputusan Pembelian ditahun berikutnya. Kondisi tersebut terbukti melalui signifikan t secara parsial yang bernilai $0,000 > 0,05$. Ini sejalan akan teori dari Sangadji (2013), fitur yakni suatu karakteristik yang menunjang fungsi utama dari jasa atau produk (Manggu, 2021). Sebab ini adalah fitur yang dijadikan alasan bagi konsumen dalam memilih dan menetapkan jasa/produk, oleh karenanya bagi pemasar tradisional menganggap bahwa fitur merupakan alat yang bersifat krusial dalam membedakan produk yang dimiliki dengan produk kompetitor.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasar pada uji hipotesis secara parsial sebelumnya, didapatkan hasil yakni variabel independen Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian diketahui memiliki pengaruh signifikan. Maknanya, semakin meningkat Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Grab *Bike* ditahun berikutnya. Kondisi tersebut bisa dilihat melalui signifikan t secara parsial yang bernilai $0,000 < 0,05$. Ini sejalan akan teori dari Sangadji (2013) yang menerangkan bahwa kualitas pelayanan juga merefleksikan rasio antara ekspektasi pelanggan dengan tingkat layanan yang perusahaan sampaikan.

4. Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasar pengujian Uji F atau secara simultan sebelumnya, diketahui signifikan didapatkan bernilai $0,000 < 0,05$. Oleh karenanya, disebutkan Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan secara simultan. Ini memiliki arti apabila terdapat kenaikan dan penurunan dari Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan pada Grab *Bike* secara bersamaan, akan meningkatkan ataupun menurunkan Keputusan Pembelian ditahun berikutnya. Uji koefisien Determinasi (R^2) sebelumnya didapatkan hasil berupa besarnya *Adjusted R Square* senilai 0,959 atau 95,9%. Maknanya, Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan bisa menjelaskan Keputusan Pembelian sejumlah 95,9% sementara 4,1% dipengaruhi variabel lainnya di luar dari yang diteliti. Penelitian dari Nurmuchtar (2019) juga mendukung hasil pelaksanaan penelitian ini yaitu dengan hasil yang juga didapatkan pengaruh positif dari variabel tersebut.

SIMPULAN

Kesimpulan yang bisa dijabarkan dari pelaksanaan penelitian ini, yaitu:

1. Keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga hipotesis diterima.
2. Fitur Layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga hipotesis diterima.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga hipotesis diterima.
4. Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Ini bisa ditinjau melalui nilai signifikan dalam Uji F adalah 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan tidak melebihi 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria dan Atik . 2018. "Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal". Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol), 1(1).
- Budi Raharjo. 2021. Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Dewi O. I. 2018. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya". Jurnal Manajemen Bisnis, 6(2).
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, 2017. Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara
- Manggu, B. and Beni, S. (2021) "Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkulu", Sebatik, 25(1).
- Nurmuchtar, H. (2019). "Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I FEB UMSU)". Jurnal Ilmiah Universitas Sumatera Utara, 1–66.
- Oktaviani, U., Siti K, Mila N. A., Heny N & Eka S. 2020. "Identifikasi Faktor Penyebab Rendahnya Hasil Belajar Matematika Peserta Didik di SMK Negeri 1 Tonjong". Jurnal Riset dan Inovasi Pendidikan Matematika 1(1), 1-6.
- Sangadji, Etta, Mamang., & Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi

Widya, 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Onde-Ondebo Liemjr Yanik Mojokerto (Studi Pada Konsumen Toko Onde-onde Bo Liem JR Yanik Mojokerto)". Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 1(1).