



Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Gojek Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)

Oleh

Idatul Faizati *)

Rois Arifin **)

Restu Millaningtyas *)**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

Email : Idatulfaizati@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to find out how Gojek users decide to use Gojek services. In this research, five variables are used, namely price, convenience, service quality and trust, which are independent variables, while user decisions are dependent variables. Whereas in this study the number of respondents obtained was 147 respondents based on the results of the questionnaire distributed but from that number there were 47 respondents who did not meet the sample criteria, so the number of samples that had been selected was only 100 respondents. In determining the sample criteria in this study using purposive sampling, namely determining the sample based on certain criteria. The analysis technique used in the study is multiple linear regression analysis technique that is with research data in the form of cross section data. The results in this study indicate that the variable price, convenience, service quality and trust simultaneously have a positive effect simultaneously on Gojek service user decisions. On the price variable, convenience, service quality and trust have a partial positive effect on the decision of Gojek service users.

Keywords: Price, Ease, Service Quality, Trust, User Decision.

Pendahuluan

Latar Belakang

Era revolusi industri 4.0 merupakan hasil dari pertumbuhan teknologi masa kini dengan kecanggihan yang luar biasa tentunya. Teknologi dibutuhkan dalam segala aspek, baik untuk memenuhi kebutuhan pribadi sampai kebutuhan perusahaan. Salah satunya perusahaan yang memanfaatkan teknologi berbasis internet yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dalam menggunakan transportasi yang di inovasi dengan sistem berbasis *online*.

Hanya dengan menggunakan *smartphone* yang dapat digunakan dari mana saja dan kapan saja dengan sangat cepat melalui jaringan yang dinamakan *internet* penggunaanya dapat di mudahkan tanpa harus menunggu lama di jalanan.

Salah satu perusahaan yang menjalankan bisnisnya melalui jaringan internet yaitu perusahaan PT. Karya Anak Bangsa (Gojek Indonesia). Perusahaan dengan

sektor bisnis transportasi *online*, banyak yang harus di pertimbangan dalam mencapai keputusan pengguna. Beberapa pertimbangan dalam keputusan penggunaan terhadap suatu penggunaan jasa. diantaranya yaitu: harga yang di tawarkan oleh perusahaan, kemudahan dalam menggunakan setiap jasa yang disediakan perusahaan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan kepercayaan yang secara tidak langsung terbangun dalam benak penggunanya karena pengalaman penggunaan jasa perusahaan tersebut. Dalam membangun keberhasilan dalam sebuah perusahaan, semua pekerjaan pemasaran harus dikerjakan sesuai dengan strategi yang sudah disusun agar membuat puas penggunanya dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna sehingga penggunanya dapat membuat keputusan.

Harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Di mana kemudahan dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan juga membantu penggunanya membuat keputusan mau menggunakan jasa tersebut atau tidak. Kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha, menurut (Muzakki, 2019:57) menyatakan bahwa variabel kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem itu dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem di buat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya, berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel kemudahan aplikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemakaian aplikasi Grab dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008.

Sedangkan Keputusan pengguna menurut (Sudaryono, 2016:99) keputusan pengguna adalah salah satu kegiatan untuk melakukan sebuah tindakan dari dua pilihan atau memiliki alternatif lebih. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia.

Berdasarkan uraian di atas, sehingga dapat diberi judul: **Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Gojek Di kota Malang (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Gojek Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang).**

Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang?
2. Apakah harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis hasil pengaruh secara simultan harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis hasil pengaruh secara parsial harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.

Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian diharapkan akan memberi saran bagi perusahaan Gojek dengan beberapa informasi yang dihasilkan dari penelitian ini.
2. Hasil penelitian diharapkan menambah wawasan dan bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya untuk mata kuliah ekonomi dan bisnis konsentrasi pemasaran.

Tinjauan Pustaka

Keputusan Pengguna

Menurut (Zeithalm dkk, 2013:26) keputusan pengguna adalah perilaku konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan sebuah jasa.

Indikator keputusan Pengguna Menurut (Sudaryono, 2016:110-114) sebagai berikut:

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Penilaian alternatif
4. Keputusan menggunakan
5. Perilaku setelah pembelian

Harga

Menurut (Hariadi & Martoatmodjo, 2012:4) menjelaskan bahwa harga adalah sebuah nominal uang yang harus dibayarkan oleh penggunanya untuk merasakan sebuah jasa.

Indikator harga (Mursid, 2014:83-84) menyatakan bahwa indikator harga adalah sebagai berikut:

1. Harga yang kompetitif.
2. Kesesuaian harga dengan harga pasar.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
4. Angsuran Harga.

Kemudahan

Harlan (2014:39) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan diartikan sebagai seorang akan bebas dari usaha jika menggunakan sistem tertentu.

Indikator kemudahan pengguna menurut Jogiyanto (2010:88):

1. Sangat mudah untuk di pelajari.
2. kemudahan dalam mengendalikan.
3. Fitur yang mudah dipakai.
4. Mudah untuk mengakses data yang dibutuhkan.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Buchari, 2018:287) kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang diberikan oleh perusahaan kepada penggunanya kualitas pelayanan juga dapat dijadikan strategi perusahaan untuk bersaing.

Indikator kualitas pelayanan menurut Menurut (Tjiptono & Chandra.G, 2012:120) sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik)
2. *Reliability* (keandalan)
3. *Responsiveness* (tanggap)
4. *Assurance* (jaminan atau kepastian)
5. *Empathy* (Empati)

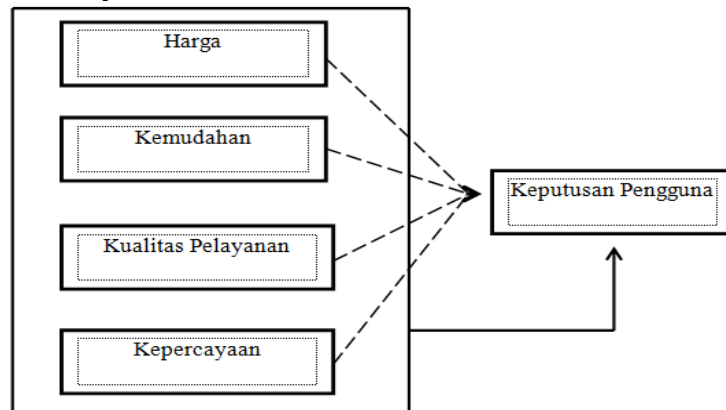
Kepercayaan

Menurut (Kotler dan Keller, 2012:140) kepercayaan adalah sebuah sifat yang dibangun oleh perusahaan agar dapat terbangun dengan sendirinya pada benak penggunanya. Kepercayaan dapat terbangun dari beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati.

Indikator kepercayaan menurut (Mayer dkk, 2010:60) menjelaskan bahwa indikator kepercayaan ada 3 yaitu sebagai berikut:

1. Kesungguhan/Ketulusan (*Benevolence*)
2. Kemampuan (*Ability*)
3. Integritas (*Integrity*)

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1: Bahwa harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pengguna Gojek di kota Malang.

H2: Bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna Gojek di kota Malang.

H3: Bahwa kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna Gojek di kota Malang.

H4: Bahwa kualitas pelayan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna Gojek di kota Malang.

H5: Bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna Gojek di kota Malang.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada pengguna Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Waktu penelitian ini direncanakan pada bulan April 2020 sampai dengan bulan Juli 2020.

Populasi Dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 147 responden. jumlah ini merupakan jumlah pengguna Gojek yang mengisi kuesioner pada *link Google form* yang telah disebarikan melalui media sosial *WhatsApp Messenger* dan dibagikan kepada pengguna jasa Gojek di kecamatan Lowokwaru. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan kriteria pengguna yang sudah memiliki akun di aplikasi Gojek, pengguna yang sudah pernah menggunakan jasa Gojek, dan pengguna yang pernah menggunakan kode promo harga pada Gojek. Sehingga dapat di peroleh Sampel sebanyak 100 responden. Jumlah ini merupakan jumlah jawaban responden yang sudah memenuhi karakteristik yang sudah ditetapkan dalam kuesioner.

Definisi Operasional Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka berikut adalah variable independen yaitu (harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan) dan variable dependen (keputusan pengguna) yang digunakan dalam penelitian ini:

Keputusan Pengguna

Keputusan pengguna adalah sikap pengguna dalam melakukan pembelian atas jasa yang dibutuhkan.

Indikator dalam keputusan pengguna Gojek:

1. Menggunakan jasa Gojek karena dibutuhkan.
2. Sering menggunakan jasa Gojek.
3. Lebih memilih jasa Gojek dari pada jasa transportasi *online* lain .
4. Mempunyai *voucher* diskon.

Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibayar konsumen agar dapat menggunakan jasa yang diinginkan.

Indikator yang mempengaruhi harga pada keputusan penggunaan sebagai berikut:

1. Harga murah yang diberikan Gojek.
2. Harganya lebih terjangkau dari pesaing.
3. Harga sesuai dengan manfaat jasa yang digunakan.



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

4. Ada potongan harga yang diberikan Gojek.

Kemudahan

Kemudahan adalah salah satu sifat yang dapat dirasakan oleh penggunanya langsung sehingga penggunanya merasa tidak dibebani oleh hal yang menyulitkan dirinya dan membuang banyak waktu.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kemudahan sebagai berikut:

1. Mudah dalam menggunakan aplikasinya.
2. Cara kerjanya cepat di pahami.
3. Fitur – fitur yang disediakan sesuai kebutuhan.
4. Memudahkan saat melakukan transaksi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang dapat dirasakan oleh penggunanya agar timbul perasaan senang dan nyaman.

Indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan dengan ramah.
2. Menerima keluhan penggunanya.
3. Memberikan pelayanan yang tulus tanpa adanya paksaan.
4. Memberikan asuransi kepada setiap penggunanya.

Kepercayaan

Kepercayaan adalah sebuah perasaan yang dibangun oleh perusahaan pada penggunanya tanpa adanya paksaan dan tekanan pada penggunanya.

Indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:.

1. Memberi nilai yang baik pada setiap jasa yang digunakannya.
2. Merasa nyaman saat menggunakan jasa Gojek.
3. Melakukan penggunaan jasanya kembali.
4. Menaati aturan yang disarankan oleh Gojek.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut (Sugiyono, 2018:125) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid.

<i>Item</i> indikator	r hitung	r tabel	Valid/tidak Valid
Harga	0,834	0,195	Valid
	0,863	0,195	
	0,887	0,195	
	0,872	0,195	
Kemudahan	0,818	0,195	Valid
	0,780	0,195	
	0,753	0,195	
	0,873	0,195	
Kualitas Pelayanan	0,763	0,195	Valid
	0,784	0,195	
	0,756	0,195	
	0,718	0,195	
Kepercayaan	0,762	0,195	Valid
	0,759	0,195	
	0,831	0,195	
	0,580	0,195	
Keputusan Pengguna	0,790	0,195	Valid
	0,761	0,195	
	0,852	0,195	
	0,700	0,195	

Uji validitas menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel sehingga dapat diartikan semua *item* indikator valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut (Sugiyono, 2018:130) untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Signifikasi	Reliabel/Tidak Reliabel
X.1	0,885	0,60	Reliabel
X.2	0,811	0,60	Reliabel
X.3	0,742	0,60	Reliabel
X.4	0,711	0,60	Reliabel
Y	0,781	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan dapat dikatakan reliabel.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda menurut (Sugiyono, 2018:188) adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variable bebas.

		Coefficients(a)		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-,781	,685	
	Harga(X1)	,114	,057	,124
	Kemudahan(X2)	,120	,058	,118
	Kual. Pelayanan(X3)	,087	,040	,099
	Kepercayaan(X4)	,732	,056	,699

a Dependent Variable: Kep. Pengguna

Berdasarkan hasil pada tabel diatas menunjukkan nilai hasil dari regresi berganda di mana 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 Normalitas

Uji Normalitas menurut (Ghozali, 2013:160) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi penggagu atau residual memiliki distribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	0,92007131
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,090
	Negative	-,048
Kolmogorov-Smirnov Z		,903
Asymp. Sig. (2-tailed)		,388

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Pada tabel diatas nilai uji normalitas di katakan ber distribusi normal hal ini di karena kan nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) 0,388 yang artinya lebih besar dari 0,05.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolenieritas menurut (Santoso dan Singgih, 2012:234) adalah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variable independen.

Coefficients(a)

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

a Dependent Variable: Kep. Pengguna

pada variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan Pada tabel di atas menunjukkan jika tabel tolerance > 0,10 dan pada tabel VIF < 10,00 yang artinya pada setiap variabel tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2013:13) digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari nilai residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Model		Sig.
1	(Constant)	,101
	Harga (X1)	,788
	Kemudahan (X2)	,779
	Kual. Pelayanan (X3)	,835
	Kepercayaan (X4)	,582

a Dependent Variable: Abs_Res

Pada tabel 6 nilai signifikansi pada variabel harga (0,788), kemudahan (0,779), kualitas pelayanan (0,835) dan kepercayaan (0,582) yang artinya masing-masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada setiap variabel independen.

Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F menurut (Ghozali, 2013:98) apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat

Model		F	Sig.
1	Regression	167,173	,000(a)
	Residual		
	Total		

a Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kual. Pelayanan, Kemudahan, Harga

b Dependent Variable: Kep. Pengguna

Nilai signifikansi uji F sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pengguna.

b. Uji t (Parsial)

Uji t menurut (Ghozali, 2018:98-99) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

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

a Dependent Variable: Kep. Pengguna

Nilai signifikansi uji t pada variabel harga (0,047), kemudahan (0,041), kualitas pelayanan (0,032), dan kepercayaan (0,000) yang nilainya menunjukkan kurang dari 0,05 yang artinya semua variabel berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna.

Uji Koefisien Determinasi R²

Uji Koefisien Determinasi R² menurut (Ghozali, 2018:97) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen

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

a Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kual. Pelayanan, Kemudahan, Harga

b Dependent Variable: Kep. Pengguna

Pada tabel uji determinasi pada *Adjust R square* menunjukkan nilai sebesar 0,870 yang artinya setiap variabel independen berpengaruh sebesar 0,870 (87,0%) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pengguna dan 13% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Implikasi Penelitian

a. Harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengguna.

Hasilnya menunjukkan bahwa harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pengguna. Hal ini karena penggunanya menyetujui menggunakan jasa Gojek dari pada jasa transportasi online pesaing, kemudian karena harga yang diberikan terjangkau, dan kemudahan dalam menggunakan aplikasinya,

sehingga variabel tersebut membuat penggunanya memutuskan untuk menggunakan jasa Gojek. Artinya harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan mampu meningkat keputusan pengguna.

b. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunanya sangat setuju Gojek memberikan promo harga pada jasanya, dan harganya sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Artinya harga dapat meningkatkan keputusan penggunanya semakin tinggi.

c. Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna. Hal ini terjadi karena penggunanya menyetujui jika aplikasi Gojek mudah digunakan, dan cara kerja aplikasinya mudah dimengerti. Artinya kemudahan dapat meningkatkan keputusan pengguna.

d. Kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna. Hal ini di karena kan pengguna Gojek setuju jika Gojek memeberikan asuransi kepada penggunanya dan Gojek Memberikan pelayanan yang tulus kepada penggunanya. Artinya kualitas pelayanan dapat membuat keputusan penggunanya semakin meningkat.

e. Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna. Hal ini karena responden menyetujui jika menggunakan jasanya secara berulang karena merasa nyaman saat menggunakannya, dan pengguna juga menyetujui dengan pernyataan menaati aturan yang diberikan Gojek. Artinya kepercayaan dapat membuat keputusan penggunanya semakin meningkat.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.
2. Harga berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.
3. Kemudahan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.
5. Kepercayaan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pengguna jasa Gojek di kota Malang.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dalam penelitian ini adapun yang ingin disampaikan yaitu:

1. Hasil penelitian ini menyarankan perusahaan Gojek menambah fitur pada aplikasinya serta memperhatikan keluhan penggunanya melihat dari hasil uji deskriptis banyak responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
2. Menyebarkan kuesioner lebih luas lagi.
3. Menambah variabel penelitian serta memperbanyak jumlah sampel penelitian.

Keterbatasan

1. Jawaban yang diberikan oleh responden terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi pada kehidupan nyata sehingga membuat kesulitan saat melakukan perhitungan hasil data.
2. Penelitian ini hanya fokus pada satu jasa transportasi *online* yaitu hanya pada perusahaan Gojek saja, mulai dari pengukuran pengaruh harga, kemudahan penggunaannya sampai ke kualitas pelayanan yang di berikan Gojek. Adapun pengukuran pengaruh pada tingkat kepercayaan penggunaannya.
3. Penelitian ini juga hanya terfokus pada konsumen yang memenuhi kriteria sehingga tidak memiliki jumlah sampel yang banyak.

Daftar Pustaka

- Albertini, J., & Mayer, C. (2010). *Using Miscue Analysis to Assess Comprehension in Deaf College Reader*. *Journal of Deaf Studies and Deaf Education*, 35-46.
- Buchari Alma. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Di Ponegoro.
- Ghozali Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multi Variate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Di Ponegoro.
- Hariadi dan Soebari Martoatmodjo, dan Doni. (2012). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Proyektor Microvision*. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 1. No. 8.
- Jogiyanto. 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Muzakki Nur. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Aplikasi, dan Jumlah Armada Terhadap Keputusan Konsumen. (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. No.3.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS versi 2*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

Tjiptono & Chandra, G. 2012. Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta. Yogyakarta: Andi.

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 th ed. Mc.Graw-Hill.

Idatul Faizati *) Adalah Alumni FEB Unisma

Rois Arifin **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Restu Millaningtyas *)** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma